

渤海潮

产业“生态圈”，到底是个什么“圈”

李娜

工信部公布的2023年度中小企业特色产业集群名单中，静海区自行车产业集群在列。十多年前，位于静海区的子牙经济技术开发区高新产业园入驻了第一家自行车企业，而后园区依托建链、补链、强链工程，开展精准招商，吸引上下游企业纷纷落户。从一个项目到一个产业，从一个产业到一个产业集群……如今在这里，自行车企业能够实现就近配套，园区形成了良好的自行车产业生态，培育壮大了特色产业。

“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”，壮大产业需要协作。选定产业方向，以重点企业、重点项目为牵引，引导上下游企业集聚，完善企业配套……“打造‘生态圈’”正成为产业发展和布局模式。那么，产业“生态圈”到底是个什么“圈”？

产业“生态圈”，是企业的“朋友圈”。产业分工越来越精细，比如研发设计、零部件配套、物流运输等，很多产业环节上的事，企业不可能独立完成，需要找到志同道合的伙伴。帮企业扩大“朋友圈”，产业“生态圈”扮演的恰是这样的角色——围绕某个产业主题，通过精准招商、整合资源，将散落在产业链不同环节上的优势企业串珠成链、聚链成群，建构一种优势互补、紧密合作的产业生态。这样的“生态圈”，于企业而言，可以就近“借力”、节约成本。于地方而言，可以培育产业特色、塑造竞争优势。事实也充分证明，“圈”内的相关经营主体越丰富、优质，整个产业“生态圈”越稳固、有韧性，越能实现良性循环。

服务是“生态圈”的“黏合剂”。构建高质量的产业

“生态圈”，需要优质服务在中间“穿针引线”。产业链条上的断点、短板能否接上、补齐，进了“圈”的企业之间不能精准对接，不同企业遇到的共性、个性问题能否高效解决，等等，这些都与“生态圈”服务水平有关。“以链招商”、呵护企业，当产业链条上的各类企业都能在“生态圈”内满足所需、茁壮成长，整个产业生态将更具活力，也更有力量。

说到底，产业“生态圈”是一个融合共进的“圈”，具有特色鲜明、协作、开放等多重属性。聚焦产业主题，完善产业链条、优化配套服务，让企业发展的土壤更丰沃，就是在提升产业“生态圈”的吸引力、竞争力。如此，育出的是产业特色、强健的是产业筋骨，将为一座城市的发展注入源源不断的动能。

据企业的不同需求，提供从工商注册到专利申请，从法律支持到商业对接的“一站式”专业服务。如此，政务、科创、金融、商务、知识等各类服务，才能在企业的“每一步”上给予足够的支撑，让企业“踩对点”。

更多增长点，孕育在产业撬起成拳的过程中。在新能源产业链的加持下，宁河区的光伏智能制造企业英利能源发展(天津)有限公司去年产量同比增长47%；滨海新区的物联网数据采集企业天津鲲鹏信息技术有限公司依托“中国信创谷”的上下游资源，4年来营收增长了15倍。正所谓独木难成林，只有下大力气梳理重点产业链细分领域，瞄准产业升级发展所需，不断优化产业生态，为企业保驾护航，企业向前冲的步伐才能更稳、更快，进而释放出更强的生产力。

这是集聚各方创新创业资源的过程，也是营造干事创业浓厚氛围的过程。当创新创业成为一种价值导向、一种时代风尚，我们这座城市就会涌现更多可踩的“点”、可以抓住的机遇。

来论

董向晨

不久前，位于古文化街的津药达仁堂健康生活馆升级焕新。游客可以在一楼体验各种非遗传习活动，徜徉于中医药文化，感受它的博大精深；二楼则与咖啡跨界融合，通过合作，融入时尚元素，吸引更多年轻人。春节期间，古文化街张灯结彩、喜气洋洋，果仁张、泥人张、杨柳青木版年画、桂发祥十八街麻花等一众老字号店铺也成为市民游客打卡、体验、购物的重要点位。

老字号把古韵韵味有机结合，为我市文旅融合增添了一道靓丽的风景线，也为自身转型发展提供了契机。实践证明，老字号与文旅融合的“双向奔赴”，能够激发出能量巨大的化学反应。文旅融合大趋势下，老字号作为传统文化、传统技艺、历史情感记忆的积淀、载体和符号，有着广阔的创造性转化和创新性发展空间。去年，我市印发《天津市振兴工业老字号老品牌实施方案(2023—2027年)》，提出加强对品牌文化、地域民俗、城市记忆的挖掘转化，推动老字号与文化、文旅融合发展。

文化是文旅融合的内核，也是老字号的根脉。近年来，“国潮热”态势明显，反映出消费者对优秀传统文化的认同和自信。老字号要善于抓住文旅融合的机会，将深厚的文化底蕴、丰富的文化资源转化为多种商品形态、旅游产品，走进景区、融入商圈、融入旅游线路、融入城市标识，使得老字号时尚化、年轻化，实现自身的转型升级。

主动拥抱文旅融合的深度体验趋势，必须注重产品创新、体验创新。提供品、观、赏、玩、学、研一体化的立体式体验服务，充分发挥老字号的传统技艺优势，引导消费者体验和研学手工技艺、古法古方，现场制作、实地操作。同时，还要善于运用数字技术、新媒体技术，提升和创新老字号体验方式。例如，天津长芦汉沽盐场是中国盐业生产企业中唯一的中华老字号。2023年，芦花牌海盐与同为中华老字号的“山海关”汽水联名推出了海盐西柚味汽水，携手面对日新月异的市场需求。如今，坐落于渤海之滨的长芦汉沽盐场已是网红打卡地，很多游客第一次目睹海盐的生产过程，感到十分新奇与兴奋。

如何实现文旅融合与老字号的“双向奔赴”？老字号类别丰富，包括食品类、衣帽类、美妆类、医药类等多个品类。文旅融合与老字号的化学反应，可以根据不同的品类特点营造新文旅场景。一方面要提炼和挖掘老字号的文化积淀和历史传承，建设多种类型的主题博物馆、艺术馆、文化馆，打造城市文化地标，使老字号与城市文化交相呼应，构建多层次的文化空间；另一方面要细分老字号类别，将老字号与乡村旅游、康养文旅、研学文旅、生态文旅等场景有机结合，充分发挥老字号场景赋能的“旗舰”功用，营造立体而丰富的文旅融合新场景。

文旅融合利用好老字号老品牌资源，尤其要善用地域特色、符号资源、文化标识。可以将老字号的文化标识纳入城市和地区文旅的整体宣传、推广中来，找到文旅、地域文化和老字号的“最大公约数”。另外，老字号的情感和记忆积淀是一种独特资源，可以重点挖掘和提炼老字号承载的情感记忆、价值观，通过短视频、微电影、直播等方式广泛传播，讲好老字号老品牌背后的故事，为城市文化标识注入情感、情怀，形成可亲可爱的城市文化形象。

(作者为天津社会科学院舆情研究所副研究员)

来一场文旅融合与老字号的「双向奔赴」

金之平 视线

为什么能“踩对点”

金之平

从萌生创业的想法到公司正式成立，天津泰瑞斯克储能科技有限公司只用了半年。或许有些人觉得很仓促，但企业负责人不这么认为，“不管是选择创业方向，还是公司筹备、成立，都踩对了点，一切都水到渠成”。

有人会把“踩对点”归结于运气好，但实际上，能够判断好、利用好机遇，取决于主观能动性。于企业而言，靠的是眼光精准、创新能力强的“硬实力”，也是敢闯敢干的精气神。

企业练好“内功”很重要，但想步步“踩对点”，“外力加持”必不可少，良好的科创服务体系是关键。培育服务越精准，企业成长壮大的路径就越清晰，前行的道路就越平坦。否则，步步是“坑”，发展的脚步就会慢下来，甚至止步不前。及时识别创新创业路上可能存在的障碍，为企业护航开路，不仅要以企业的实际需求为抓手，解决好当下问题，而且要以产业发展为导向，铺好前行之路。天开高教科创园“一站式”综合智慧服务中心，集合了近千种服务事项，根

深一度

张玥

国家海洋博物馆的冰雪嘉年华、盘山的冰雪文化节，吸引了众多游客；意式风情区街心的马可·波罗广场，建起了一个圆形的滑冰场，许多游客在里面惬意地滑来滑去，为这片旅游区增添了一道独特的风景……

冰雪“文章”，成为刚刚过去的这个冬天的大热门，在季节中寻找经济的增长点，已经成为一种新思路。

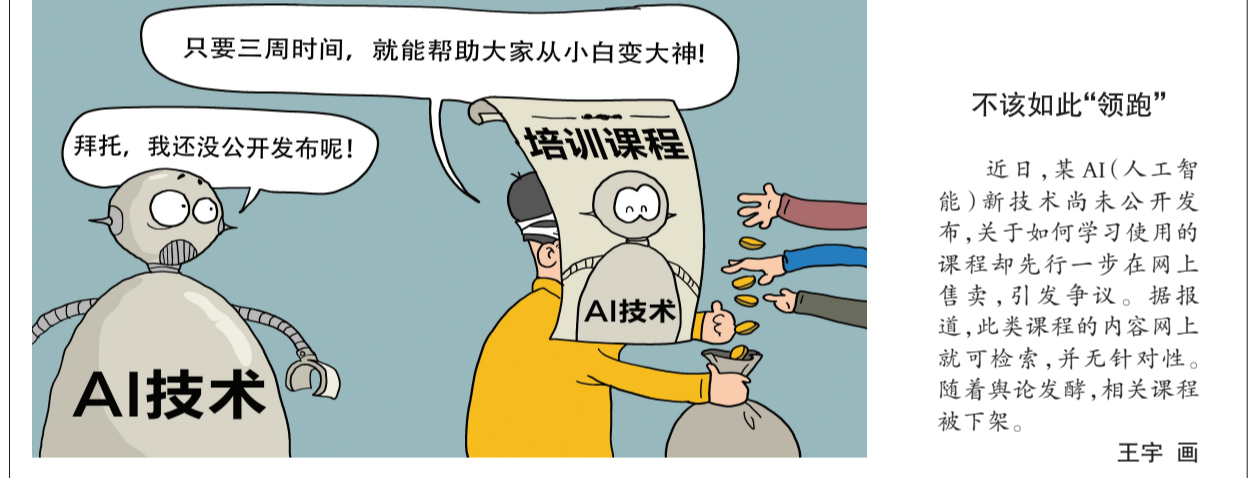
向季节要“增量”，关键要跳出传统思路的局限。譬如以往的逻辑认为，人们爱“猫冬”。但实际上，打造冰雪旅游、冰雪文化、冰雪运动等一个个“IP”，就能把人们对“冷”的排斥感变成对“玩”的亲近感，激发出大众的休闲和消费热情，让“冷资源”释放出强烈的“热效应”。同样，北方人在冬天去南方游玩司空见惯。然而，抓住人们的新需求，把南方游客吸引到北方的冰天雪地里来，何尝不是对新市场的开拓？从“不可能”中寻找“可能”，就能把季节劣势变成自然资源优势。

思路的“出圈”，还要伴随招数上的“破圈”。曾经有生产采煤装备的企业，把采煤传送带上的相关技术，移植用于生产滑雪机，跳出传统领域，打开了新市场，实现企业转型，给人们带来启发。“破圈”，可以像这样走智能化、绿色化路线，向冰雪装备等高端领域进军，形成新业态、新产业；也可以把有趣的冰雪赛事、娱乐项目与“流量经济”结合到一起，通过社交媒体的放大作用，依靠时尚的营销方式打造出“网红款”的冰雪“IP”。无论是跨界、走高端还是剑走偏锋，招法越丰富，季节带来的“增量”就越多。

当然，任何招法都不可能单打独斗。季节的变化，会对生活的各方面产生影响。向季节要“增量”，就要抓住这种特性，形成诸多领域的联动，打造出独特的“冰雪生活范儿”，如此，才能对人们产生更强烈的吸引力。“这是头一次在冬天游览盘山，看到了不同以往的秀丽山景。我们还打算去周边滑雪、采摘草莓……”这是一位外地游客参加京津冀盘山冰雪文化节时说出的感受。从吃、住、行、到游、购、娱，把物质享受、文化体验、精神感受“打包”提供给公众，这样的“季节之乐”才是立体的，才能点燃需求侧的“兴奋点”，刺激更多的经济活动产生。

而季节增量，并不只存在于冬天。每一个季节，都有“增量”等待人们去开掘。

漫话



王宇画

评论员 在现场

老百姓的事情是最重要的事情

杨建楠

早春时节天气寒冷，在室外锻炼的人不多，可东丽区金钟街道徐庄村智慧健身广场上却格外热闹：村篮球队的队员们正聚精会神地练习投篮，老人们用智能健身器材比赛“骑行”……大家都乐在其中。“我天天来溜达，起初没想到这些新器材都是智能的，挺好，到位！”沿着弧形步道遛弯的李大爷，对这里的评价是“到位”。

老百姓的事情是最重要的事情，让群众生活幸福是“国之大者”，幸福往往就在细节里。

在徐庄村村民眼中，“到位”并不单指器材新，更因为健身体验的升级为大家带来了更多获得感。以前的健身广场面积小、设施老旧，村民一直希望有个健身的新场地。徐庄村不但建起了新的健身广场，而且以更专业、更新颖的智能设备进一步优化健身体验，让大家爱上运动。比群众的需求多想一步，多做一些，才能真正达到“到位”的效果。

在“民呼我为”的互动中，不断升级“为”的效果，不满足于“能办到”，而是想方设法办得更好，就更能“办”到群众心坎上。我们推动城市更新，究竟在追求什么样的“新”？这不仅仅是场地、设施的新，也在业态、新在功能、新在品质。从城市

发展的角度看，追求“办得更好”，也让更新行动更加深入，从对城市空间、设施的改造，延伸到提升城市业态、功能、品质上，实现既有“面子”又有“里子”的更新。

把“最重要的事情”办好，关键在“办”的质量。把握住这一关键，从细处着眼、小处入手，同样能办出大成效。去年下半年，位于和平区的筑梦公园提升改造后重新开放使用。这里紧邻一所幼儿园，改造前只有几处花坛，每天放学时家长挤在门口马路上，造成交通拥堵。有关部门将此处升级为口袋公园，贴心小改造不仅让家长有了等待的地方，解决了交通拥堵问题，也让孩子们放学后有了游戏场地。城市更新并非指大拆大建、推倒重来，而是把低效、闲置的空间利用好。紧紧抓住群众所需所盼，在提升居民生活品质上持续发力，多想一步、做深一步，哪怕是见缝插针的微小改造，也可以见深度、有温度。

随着时代进步、经济发展，人们对于生活品质的追求不断提高，这更需要我们着眼长远，多一些“到位”、多一些深入“里子”的更新改造。想方设法办好老百姓的事，也就办好了一座城市的事。

锐评

“不咬人”不是理由

张玥

“我家的狗不咬人，不用拴绳”“你招惹我的狗了，挨咬能怨谁”……现实中常常听到一些养犬者有这样那样的说辞，不出事的时候，表现出一副满不在乎的样子，一旦出事，就想方设法推卸责任，一副“你能把我怎么样”的架势。

不过，这种不懂文明养犬、依规养犬的人，该醒醒了。

前不久，最高人民法院发布饲养动物致人损害典型案例，明确了一系列处理此类案件的具体原则，比如禁止饲养的烈性犬等危险动物给人造成损害，无论受害人有无过错，饲养人均应承担全部责任；犬只追逐路人致其受惊吓摔伤，饲养人、管理人承担赔偿等责任，等等。以往因为不当养犬引起的多种伤

害、纠纷，该如何解决，有了更明确的法律依据。

这些案例之所以“典型”，就是因为针对的是常见、也最让公众头疼的问题，明确了责任边界、责任人应付出的法律代价，让公众再遭遇类似伤害时，能理直气壮、有依据地维护自身权益。更重要的是，最高人民法院对在某些情形下“饲养人或者管理人应当承担严格的无过错责任”等规定进行的解读，足以产生有力震慑：该拴绳的拴绳、该给犬只登记的登记、该打疫苗的打疫苗，别因为任性伤人害人。

宠物已成为许多人生活中很重要的一部分。养犬快乐与养犬安全，是必须平衡好的一对关系。

季节之中也有「增量」

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

把平台载体的“戏”唱好

王金顺

出台20条“落地即兑现”专项支持政策，投入2亿元启动“西翼金种子”计划，提升改造道路泵站等园区基础设施，引进高水平台成果转化平台6个、落地注册项目299个……这是天开西青园2023年交出的成绩单。

作为天开高教科创园“一核两翼”布局的重要组成部分，天开西青园自启动以来，通过大量招商引资的工作，引入重大创新平台，为未来产业发展注入源头活水，为园区企业带来新鲜活力，让更多科技成果走向了生产线。

科技创新不能单打独斗，需要激发“集群效应”破解研发难题。因此，实现科教融合，离不开平台载体的纽带作用。只有构建起创新发展要素集聚的物理空间，建立起高校、政府、企业等常态化“握手通道”，才能打造好共解难题、共享发展的科技创新“生态圈”，持续提升产业集群的整体竞争力和发展“含金量”。

推动科技成果加快走出实验室、走向生产线，形成新质生产力，这既是产业升级的迫切需要，也是实施高质量发展“十项行动”的重要着力点。搭好舞台、引进主角，把平台载体的“戏”唱好，离不开一个好的运行机制。坚持市场化的方式，以“为科技成果转化提供全链条全周期服务保障”为理念，针对企业在发展过程中的难点堵点，通过完善政策、强化金融服务、精简审批流程、加大产业对接，解决企业的后顾之忧，才能把科教优势转化为高质量发展动能。