

渤海潮

思想会客厅

“吸引力”是怎样炼成的

■ 闫丽

租房子，“便宜”是一大卖点。可有这么一个地方，租金比别处高，却总有企业源源不断地从低租金的地方搬过来，为什么？

这座名为“国际航运大厦”的大楼，位于河西区小白楼中央商务区。它的特别之处在于：上下楼就是航运产业“上下游”，企业需要的综合服务“近在咫尺”。资源、要素集中之后，产业发展就搭上了顺风车。而这一切的变化，要从几年前说起。以前，这座大楼名叫“泰达大厦”，租赁业态分散，专业化特色不突出。从2021年开始，承接方锁定国际航运大厦定位，瞄准“小白楼航运聚集区”区位优势，打造专业化特色楼宇。目前，这座29层的大厦中入驻企业达到134家，60%是航运上下游企业。最大效率地把一条产业链在一个有限空间

里集约起来，串珠成链，串出存量中的优质增量。

一座大楼的“焕新”，新的是“内容”，也是发展思路。楼宇的发展，是简单地收租收租，还是科学整合、集约利用空间？是抱着“地主思维”固守“一亩三分地”，还是以物业思维、产业思维赋能重点产业？不同的选择，就有大不相同的发展成色。老旧楼宇的盘活、闲置空间的利用，精准、靶向、链式招商至关重要。精准，就是要找准楼宇功能特色、产业定位。靶向，则是吸引效益好、业态先进的企业入驻，发挥磁吸效应。链式，意味着以点带面、以楼聚产，围绕一个产业定向招商，“链”上发力做足配套。一栋楼宇就是一个细分产业，为企业、产业，乃至产业链的发展打开“方便之门”，存量的含金量自然就更高了。

产业“上了楼”，服务也得跟上，企业才能“跑”起来。空间存量的盘活，是一个持久动态的过程，既要能把企业招进来，也要能让企业留下来。今年起，世邦集团（天津）有限公司天津分公司的交接业务单据不用再专门去银行办理。“以前埋头交接单据，现在不出大厦就都办妥了”，因为银行已经入驻国际航运大厦，为企业提供上门收取结算申请书等便利服务。在由老厂房变身而来的河北区创客科技园，企业同样不出园区，就可以在园区内的中试服务平台获得检测等专业服务，创新的步伐因此而加快。事实证明，只要精心“引”，因地制宜“育”，“资产存量”可以换来更多“发展增量”。

做好盘活存量这篇文章，发挥“链”上优势、激发“链”上潜力，将写下更多高质量发展的动人故事。

金之平 视线

“旧土”也能育出美丽的花

——念好“特”字诀③

■ 金之平

养过花的土一般被称为“旧土”，往往养分不足，透气度不好。有人丢掉旧土，直接用新土栽培，也有人选择在旧土中混入材料进行发酵，发酵后土壤养分充足，开出的花也更美。

联想到发展新质生产力，如果在向“新”而行的路上，对传统产业弃之不顾，只顾着追求新兴产业和未来产业，就有可能错过那朵“同样美丽的花”。

创新是大方向，培育壮大新兴产业是一种选择，抓住

特色，推动传统优势产业转型升级也是一种选择。我国传统产业体量大，在制造业中占比超过80%。很多传统产业作为城市的“老家底儿”，本身就是发展的根基所在。如果一哄而上、片面追求新新，新的优势尚未形成，原本的优势又丢掉了，发展可能会“一脚踏空”。

天津渤化永利化工股份有限公司的档案室中，保存有“侯氏碱法”在1953年获得的“新中国第一号发明证书”。这项技术至今仍是世界上最先进的制碱技术之

一。以此为基础，企业逐步形成十多个化工品种多元发展的格局。借由绿色化转型，企业将化工产品生产中释放的各类气体，进行最大程度地循环利用。近日，永利化工所属的天津新氢能源发展有限公司，成为国内首批获得燃料电池汽车示范城市群清洁认证的企业之一。从绿色化工到新能源产业，企业的发展之路越走越宽阔。

对传统产业来说，丰富的应用场景及产业基础构成了产业特色，为企业创新提供“试验场”，同时也为产业“突围”提供了“蓄力池”。可以说，抓特色就是抓优势、强支柱的过程。创新的生命力就在新技术的嵌入中显现，更先进的生产力也随之产生。

当然，在不同特色基础上，高端化、智能化、绿色化、融合化转型会激发出不同的化学反应。譬如，提高新材料应用水平、补齐配件生产技术短板，天津静海聚集了自行车电动车整车及配件企业80余家，各类高端自行车“行”出新天地。用好因地制宜的方法论，一个产业集群在深扎根的过程中，就能长出更多“新枝”来，盛开朵朵繁花。

新视野

■ 闫延

列车飞驰在津秦高铁上，窗外掠过大片太阳能光伏板，时间仿佛凝固，乘客犹如置身一片“静海”。其实，光伏板下有乾坤，或是鱼儿嬉戏于池塘，或是卤水蒸发制盐。光伏产业与其他产业跨界融合、优势互补，正在谱写一首产业协同合奏曲。

跨界融合，是一种资源配置的艺术，讲求的是优势互补，达成的是双向奔赴。不久前，“快递”搭地铁登上热搜，天津地铁5号、6号与9号线利用平峰时段搭载快递，既缓解了快递高峰期的运输压力，又充分利用了地铁运力，实现了双赢。建立更加开放的资源观，在“纵横连横”中相互补位，就能在价值链的缝隙里寻找到共赢的空间。

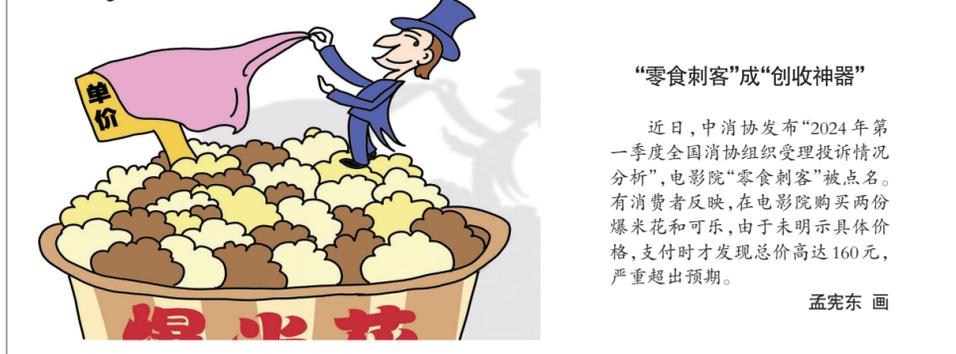
跨界融合，往往意味着打破常规，需要让创意“飞”一会儿，让思路打得开。一杯咖啡中，品得出创意别具的融合魅力。曾经咖啡厅是优雅的“第三空间”，如今咖啡不仅能静品，还能“动赏”。“咖啡+健身”广受年轻人欢迎，相关搜索量增长7倍；与乡村体验相结合的“村咖”也已出现，最高日售八千多杯。知名茶城普洱意外展现出“咖”魅力，建成十多个咖啡庄园，开发出“咖旅”新玩法。可见，跨界融合已经是消费新业态的常规动作。

跨界融合，不只是小修小补、锦上添花，也不局限于制造几个网络热词、新鲜体验，有时还能突破时空，开辟发展新路。在海河西岸，耸立着一片醒目的摩天建筑群，这便是小白楼商务区。并不临海的这里，却成为航运服务业高地，将自身现代服务业优势对接天津航运特色，就将海风引到了海河边，带动区域整体实力跃升。

跨界，通常需要破旧立新，走出舒适区，离不开超凡勇气。近年来，小米、华为等“科技大厂”进入了新能源汽车赛道，跨界幅度可谓不小。而它们又将供应链、生产管理等方面积累的先发优势转移至造车领域，因此也是一种融合。它们中有的已经取得阶段性成功，带来经济效益提升与品牌价值增长。勇敢跨出去，也许就有一片新天地。

“最先找到油气的地方是在人们的脑海里”，一位石油勘探家曾这样说道。跨界融合，包含着广阔的想象空间与丰富可能性，既是产业发展的现实选择，也为培育新的经济增长点贡献力量，最终赋能产业转型升级与高质量发展。就让思路多打开一点，拓展“跨界融合”的视野，从而“+”出更多新的优势。

漫话



“零食刺客”成“创收神器”

近日，中消协发布“2024年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析”，电影院“零食刺客”被点名。有消费者反映，在电影院购买两份爆米花和可乐，由于未明示具体价格，支付时才发现总价高达160元，严重超出预期。

孟宪东 画

深一度

创意不是整花活

■ 杨建楠

你能想到吗，鲁迅也会“代言”奶茶。前不久，某奶茶品牌联合一家出版社，推出了杯身印有鲁迅肖像的“烟腔乌龙”联名奶茶。此款产品一推出就有网友疑惑：“鲁迅同意吗？”而宣传语“老烟腔、新青年”更引发了极大争议。此后，鲁迅家属委托律师向涉事奶茶品牌和出版社发出律师函，涉事奶茶品牌发布致歉声明，停止了侵权行为。

有网友戏言“万物皆可联名”，但从“烟腔乌龙”可以看出，“联名”并不是万能的。商家热衷于联名，其实是想通过一个好创意融合不同品牌特点、吸纳不同圈层用户聚起人气，进而为品牌带来名气。但创意不是“整花活”，有的品牌用不好“联名”，不是花样不够多，而是少了一份匠心。

当创新中融入匠心，产品方能从“整花活”的套路里跳出来。有人说，匠心就是做某些人认为很傻的事情。为了创新一款美味的水果馅饺子，从业二十多年的面点师每天研究馅料到深夜，最终找到了羊肉与雪梨这对最佳拍档；为了做好一个新口味，一些老牌食品企业在线征集网友意见，在原料选择上慎之又慎。所谓“傻事”，其实

是一种精益求精的做事态度，是对产品、对消费者的尊重。

精益求精，关键在“走心”。拿联名产品来说，如果为了热度把一些大IP跟品牌强扭在一起，凑出的产品恐怕“甜”不了。一个新产品由于自带新鲜感，更容易引起人们的好奇心，但要获得认同，就要扎扎实实“向内走”。“扎扎实实”即深入思考，对产品中涉及的各种元素做好研究，保证创新不跑偏；“向内走”则是为了赋予产品更深刻的内涵。喜饼是一种中国传统面食，祥禾饼铺与故宫联名，推出“紫禁和合喜饼”系列，不同馅料的喜饼被印上龙纹、凤纹等图案，或做成莲花、牡丹、柿子等形状，将传承百年的老手艺，与故宫文物中寓意美好的传统纹样相结合，深厚的文化气质凝聚于一块块精致糕点，深受市场欢迎。

在满足同等需求的情况下，为何大家愿意为创意买单？说到底，是那些创意十足的产品更好用、更好玩、更有深度、更能彰显情怀。在产品中凝聚匠心、在生产环节上处处用心，始终从“心”出发，“名气”和“财气”自然水到渠成。

热点观察

大数据之大，不止于体量

■ 张玥

数字经济时代，大数据被形容为取之不尽、用之不竭的“新石油”。但大数据之大，不仅大在体量，而且大在价值。

近日，国家超级计算天津中心和天津市生态环境监测中心联手打造了一款AI智能环保管家。这个生成式人工智能大模型，能对环保政策咨询、企业运行中遇到的环保问题进行精准应答，提升企业环境管理水平，把“大数据”变成了解决方案，把“原油”变成了“成品油”。

有研究显示，数据流动量每增加10%，将带动GDP增长0.2%，可见“动起来”的数据才能产生价值。让数据动起来，得益于思路动起来。每天产生的海量气象数据，在普通人眼中恐怕只能用于天气预报，但在电力企业看来，那些电塔和高压线区域的气温、水汽、降雨等气象监测和预报数据，能

用来应对电线积冰风险，指导融冰工作。审视大数据，或需要“全景扫描”，或需要“掘地三尺”，从各个角度去发现数据资源的不同价值。只从数据本身看数据，难免会把开发之路走窄。

打通数据流动的价值增长通道，有赖于消除堵点。大数据的产权确认十分复杂，如何保证你提供的数据是你的？“数据孤岛”仍不少，又该如何破解？种种不敢用、不会用大数据的现实问题，都需要有新的“破壁”手段。不久前，天津数据资产登记评估中心发放全国首张非物质文化遗产数据资产登记证书，为这种不常见的数据如何确权提供了借鉴。多一些这样从无到有的探索，大数据的价值会展现出更丰富的另一面。

大数据之大，不止于体量。动起来、用起来、活起来，它会带来大市场、大收益，对经济社会的发展产生更大推动力。

对话人：

刘刚 南开大学经济研究所所长

李娜 本报评论员

未来产业代表着新一轮科技革命和产业变革方向，是发展新质生产力的主阵地之一。下好先手棋，让“未来”照进现实，有助于引领科技进步、带动产业升级。

李娜：发展新质生产力，不仅要关注产业的未来，更要布局未来的产业。不久前，我市出台《天津市未来产业培育发展行动方案（2024—2027）》，明确未来产业的重点发力领域和重点攻关方向。这样的前瞻布局，对加快发展新质生产力具有重要意义。

刘刚：发展新质生产力强调以科技创新推动产业创新，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能。这个过程，依赖于战略性新兴产业的加快发展、未来产业的孕育和壮大。未来产业尽管处在培育孵化阶段，但代表新兴产业和产业发展方向，具有战略性、引领性、颠覆性等显著特征，在成长中将深刻改变产业体系的基础技术逻辑，并有望成为明天的新兴产业乃至支柱产业，影响未来的发展。再加上新一轮科技革命和产业变革突飞猛进，技术迭代在加快，后来者可能慢一步、慢半拍。下好未来产业的先手棋，已成为培育竞争新优势、牢牢把握发展主动权的一个关键。

李娜：未来产业不只是在未来，而是建立在“已有”基础上。聪明的车、智慧的路、全能的云，天津智能网联汽车在“车路云一体化”系统支撑下，正加速建成“多业协同”的产业融合生态，为竞速以汽车为载体的未来产业新赛道创造条件。基于自身基础和资源优势去谈未来产业培育，有助于跑出“加速度”。

刘刚：确切地讲，这个基础应该是科研，也就是科技创新技术体系。未来产业不是空中楼阁，结合技术积累、深厚产业基础等因地制宜、因时制宜，更易形成引领性竞争力。继电动化之后，以智能驾驶为代表的汽车智能化趋势渐成主流，天津构建涵盖环境感知、决策控制、系统集成以及测试评价等产业支撑体系，聚集了一批优势企业。未来产业方向众多，立足优势落子布局，集聚创新资源、夯实创新根基，不断寻求前沿技术突破，有利于开辟独具优势的发展新赛道和新领域。

李娜：刚才您一直在强调创新的重要性。如果说未来产业是“金种子”，优质创新创业环境就是“育苗”的最好土壤。天津从技术驱动和应用牵引双向发力，就是在构建未来产业发展的创新生态。在您看来，应如何答好未来产业的这道“创新题”？

刘刚：未来产业主要是以新技术为主导的颠覆性创新，像是在“无人区”摸索，考验原创技术策源能力。另外，前沿技术往往呈现学科交叉、跨界融合的特性，对协同创新的环境要求也更高。天津将着力建设未来产业重点实验室、未来产业研究院等创新平台，组建一批创新联合体，梯次培育未来企业，这些举措都指向了创新能力建设。换个角度看，也是在强化高校、科研院所、企业等多元创新主体的互动，构建从技术策源、成果转化到产业培育、组织创新的新产业生态。

李娜：未来产业的孵化培育周期长、风险高，需要抢先布局的眼光，也需要耐心周到的扶持。从“施肥”“浇水”的角度分析，培育未来产业还应着重关注哪些方面？

刘刚：未来产业成长的不确定性意味着产业需要更多宽容和支持。譬如创新重大科技项目组织管理模式，赋予科学家更大技术路线决定权；鼓励“耐心资本”投早、投小，做科学家的“长跑伙伴”；统筹布局未来产业标准化发展路线，加快重点标准研制，以及进一步构建高速泛在、集成互联、安全高效的新型基础设施等，都是培育未来产业的关联项。未来产业有与成熟产业类似的共性需求，也有自己的个性需求，助力其破土、萌芽、成长，需根据产业特性，用创新的管理思维为其打造更匹配的营养供给体系。换句话说，培育未来产业，需要看向“未来”。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

这条“小龙”靠什么长大

■ 毛建芳

产业振兴是乡村振兴的基础。不久前，武清区黄花店镇甄营村的芹菜品牌——“小龙翠翠”喜获丰收。收割、清洗、包装……新鲜脆嫩的芹菜被马不停蹄地运往各大生鲜超市。

“小龙”不小，其背后有一条长长的产业链。近年来，甄营村靠农业种植优势，开公司、建品牌，新增3000平方米蔬菜批发市场、900立方米保鲜冷库和4500平方米停车场，打造了以种菜为基础、加工为纽带、物流为支撑、市场为导向的全产业链模式，助推全镇蔬菜产业提档升级。

农业全产业链建设为农业增值增效提供了巨大空间。过去的“土特产”经营多限于种和收，怎么卖、卖到哪里去，全靠经验和运气。随着全产业链的完善，原有的优势产业开始向后端延伸、向下游拓展，在种植、收购、加工、运输、销售等环节多点发力、全面开花。“土特产”开始成为“有名有姓”的高端农产品，不仅“出村进城”，而且身价倍增，这让越来越多的农民尝到了农业提档升级的甜头。

农业全产业链建设既需要立足“土特产”强链、补链，还需要跳出“土特产”，以一二三产业的融合发展不断延链。乡村依托区域自然条件和生产特色，全面开发农业非生产性功能，不仅将优质农产品送上千家万户的餐桌，更吸引千家万户到乡村参加农事体验、研学活动等。做优农文旅产业，探索“农业+”模式，农村特色产业更具吸引力、竞争力，农民的腰包也更鼓了。

下好先手棋
让「未来」
照进现实