

从一只包装盒看向“新”而行

——传统产业的“现代范儿”系列评论之二

李娜

一张纸变成一只包装盒,需要多长时间?从机器的一头进入,在传输带上“走”一趟,几秒钟就完成了。在武清区黄花店镇盛图纸制品有限公司生产车间内,一条条自动化生产线有序运行。生产过程充满“现代范儿”,刷新了人们对这一传统配套行业的认知。

传统产业向“新”而行,焕发新活力的案例并不少见。实践证明,没有落后的产业,只有落后的产品、管理和模式。

有没有“现代范儿”,不看产业“出身”,而是看能不能持续创新,能不能踏准时代的节拍。在西青区王稳庄镇的中化农业MAP天津示范农场,土壤精密传感器、智慧农业管理平台、病虫害测报预警系统……各种高科技加入田间

作业,“慧”种地,让农业种植不再是“面朝黄土背朝天”的辛苦活儿。

不仅是农业,在中医药领域,一些中药企业通过建立药材溯源、智能检测、售后服务等全链条数字化管理体系,让中医药讲“现代话”;车间内中药配方颗粒的生产也用上数智技术,工作人员只需轻点鼠标,便可完成从投料到炮制、提取、浓缩、干燥、制粒的全流程操作,让生产更高效、产品更符合标准。市场需求的改变倒逼传统产业升级,化被动为主动,敢于并善于找到与科技的结合点,创新产品服务和展方式。

传统产业不服老、能上新,才能“潮”起来。但“现代范

儿”不是盲目地追“新”,最前沿的不一定是最适合的,于传统产业而言,“新潮”离不开实用。用上一条自动化生产线,对数实融合起步早的企业来说是平常事,而对一度依赖人工、简单机械操作来实现小规模生产的企业来说,则是突破性的一步。不同企业规模不同,其资金、技术等先天条件也不同,这也决定了转型升级不一定能够一步到位,需要结合企业自身发展实际循序渐进。勇于求新求变,哪怕是走出适合自己的一小步,也是“弄潮儿”。

说到底,“现代范儿”是一种变化,也是一种理念。传统产业有了“追新”的愿望,拿出扎扎实实“追新”的行动,就不畏难,也不冒进,在转型升级的道路上就会闯出一片新天地。

“文旅+”,贵在加出新意。思路出新、场景上新,才能不断满足人们对诗和远方的想象。城市的美丽风景和独特文化是吸引游客“第一眼”的美,而想要留住游客、形成牢固“粉丝群”,还需要“第二眼”“第三眼”的美。这样的美,来自文化的创新表达,也来自业态的全新呈现。在静海台头镇,西瓜擂台赛赛出了瓜王,也赛出了热辣滚烫的人气;火箭发射带航天主题游,有的地方抓住机遇打造火星主题旅游营地,游客可以体验当天“航天员”……文旅场景不会也不可能永远是老面孔,不断把新理念、新故事、新元素植入其中,营造出个性鲜明、体验独特的新场景,用创意之笔描出“有趣的灵魂”,才符合文旅产业发展规律。

“文旅+”,还要加出“情绪价值”。诗与远方,有着美好的期待,也应该有抚慰人心的情绪价值。文旅产品升级也好,消费场景拓展也罢,归根结底是让游客有更好的体验。将文旅创新和群众需求结合起来,将产品供给与优质服务结合起来,做好文旅和产业、和时代的“融合题”,一座充满好风光、烟火气、人情味的城市,就会是一座人们还想再来的城市。

对话人:
丛屹 天津市委党校副校长、教授
杨建楠 本报评论员

城市发展,重“颜值”更要重气质。在发展中塑造城市特色风貌,打造文旅新场景、新业态,丰富文化内涵,能有效提升城市美誉度和吸引力,增强城市活力。

杨建楠:如今,每到节假日,天津不少景区就会开启“人从众”模式,乘游船赏海河风光,去东疆港看日出、在古文化街感受津派文化……城市的吸引力源自风景,也成就于风情,城市发展重“颜值”,更要重气质。

丛屹:是的。从深层意义上说,津派文化代表了天津的气质。过去常说,“近代中国看天津”。津派文化多元包容,它既贯穿古今又辐射中外,体现于生产生活中,渗透在我们的衣食住行里。别有韵味的方言、中西合璧的建筑、底蕴深厚的非遗,乃至各种小吃、民俗等,共同塑造了天津这座城市的精神气质,沉淀成刻在骨子里的文化基因。也正是这无处不在的津派气质塑造了天津的外在“颜值”,两者相互成就,不可分割。

杨建楠:天津是一座很有特色和韵味的城市,越是深入游览,越能体味其独特魅力。让游客不只是“走马观花”,而是驻足停留,深入体味城市的文化内涵与精神气质,离不开丰富的文旅场景、业态。您认为,如何通过塑造新的文旅场景去吸引人、留住人?

丛屹:天津既有黄崖关长城、天后宫等名胜古迹,又不乏国家海洋博物馆、天津之眼等现代文旅项目,关键是我们如何将资源规划好、利用好,把城市的内在气质展现出来。做好这件事需要讲全、讲好、讲活天津故事。“讲全”强调对文旅资源的全面梳理,不漏一处,让文旅产品更丰富。比如提到天津早点,除了西北角,是否还有其他地方可以作为打卡地?

“讲好”则意味着要把过去的故事与当下需求相结合,为其注入现代元素。就像河西区哪咤小镇,不仅有传统文艺汇演这类“老”节目,也有网络音乐节、动漫场景体验等新玩法。而“讲活”则回答了“如何讲”的问题,可以使用更多智能化、沉浸式的讲解方式,加强数字技术应用,使故事更加吸引人,更能适应数字时代文化消费特点,提升文化传播力。

杨建楠:讲好天津故事、创新文旅场景和业态,都需要文旅资源作支撑。如今,河东区棉3创意街区、和平区大理道的樨院不断创新丰富文旅场景,深受游客青睐,它们皆由老建筑盘活改造而来。让“老树发新枝”,因地制宜、主题化盘活利用城市存量资源是重要方向。

丛屹:文旅场景的搭建依托于文旅资源,用好资源、盘活存量是重要手段。在“盘”清家底的基础上,按照“保护好、传承好、利用好”的原则,让资源“活”起来。天津文旅资源家底雄厚,可以聚焦历史、人文、红色、生态等特色主题,深入挖掘文化内涵,有针对性地谋划产业业态,创新运营模式,把文旅资源转化为文旅产业、产品和服务。在盘活过程中,既可以利用市场化手段,在农文旅、商文旅深度融合上下功夫,探索更多参与式、体验式消费方式,又要有串珠成链的意识,运用好规划和顶层设计的手段,按照不同主题,推动生态景观、历史文化遗产、公共文化设施和商贸综合体等串珠成链、连线成片,双管齐下做到盘而能活、盘而有效。

杨建楠:提升城市美誉度、吸引力,做好服务至关重要。有位志愿讲解员说,想用自己的服务让游客在享受美景之余,感受到当地人的热情。其实,好的服务不仅可以优化文旅体验,也是展现城市魅力的“金名片”,能为城市的“颜值”和气质增光添彩。

丛屹:没错。大家愿意去一个地方旅游,不只是为了逛景点,也因为氛围和体验感能够提供情绪价值,这些要靠优质服务来实现。做优服务不只是政府的职责,也依赖于社会多元主体的共建共治共享。五大道海棠花节期间,五大道街道组织的洋楼志愿讲解服务队同步上岗,随时为过往游客提供讲解服务。这些志愿者大多是从小就住在五大道的居民,既会讲洋楼历史又能讲本地典故。他们就像流动的“城市名片”,展示着天津的城市底蕴和天津人的精神气质。因此,好的文旅体验感来自于每个部门、每个组织、每家企业、每个人的共同努力。当大家都意识到自己就是环境,代表了城市形象,才能各方协力而为,我们的城市自然也就更有“颜值”、更有气质。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

从实验室直通生产线

何青华

不久前,一场签约让政府“有形之手”和市场“无形之手”握得更紧。东丽区发起设立国资平台公司,投资清华大学天津高端装备研究院的科研成果转化项目。平台公司对成果转化后的产业进行投资并实现增值回报,进而更好支持在研项目。

在科技成果转化中,有时会出现“两头难”现象。一边是科研机构的研究成果落地难,无法产业化,不能创造出经济价值;一边是企业对接新技术难,虽求“贤”若渴,却不得其门。如何破解“两头难”,畅通科技成果这一特殊产品的供需市场?架起科研与产业之间的桥梁是关键。架起这座“桥”就要整合资源,找准契合点,搭建平台,引导科研院所和企业实现对接、交流,用市场化手段打通关键环节,让优质科技成果转化落地。

建好平台只是第一步,增强服务高校、科研机构、科技企业、金融机构的能力,激发企业内生动力,实现产业与创新相辅相成、相互赋能……这些都是发展新质生产力的重要发力点。强化服务、完善机制,让机构、人才、资金、项目同向聚集,才能让科研成果从实验室直通生产线,切实提高科技成果的“供应”到达率。

就这样“潮”起来

——塑造出“有趣的灵魂”③

金之平

近来,潮白河两岸“潮”了起来:龙舟竞渡、百舸争流,一场速度与激情的比拼赛出文化与体育之美;堤岸上,音乐嘉年华、街舞表演、动漫角色大巡游轮番上演;湿地公园,激情开赛的马拉松跑出新风景……

绘画中,有一种技巧叫撞色,多种颜色交融叠加,可以让画面呈现丰富绚丽的美感。潮白河“潮”起来,正如撞色,在文旅底色之上,将体育、商业、音乐表演等不同“色彩”充分融合,融出游客从看到“入景”、从品味文化到品

味生活的多元体验,也碰撞出一业旺百业的源源动能。

有人说,现在已进入“一切皆文旅,文旅赋能一切”的时代,文旅产业涉及吃、住、行、游、购、娱等众多环节和领域,本身就是一个产业组合。不仅是文旅与百业的加法,也是地方特色资源、不同产业与文旅创意的乘法,得出的结果是文旅产业辐射半径的拉长,是更具个性化、更有内涵、更高品质的旅游体验,最终勾勒出的是一个地方更有趣、更可爱的“模样”。

漫话



小心“旅游补贴”陷阱

近期,在多个网站平台上出现一则“去云南旅游每人补贴3169元”的虚假信息。每到旅游旺季,类似“旅游补贴”的谣言就会在网上传播,消费者一旦上钩,便会落入强制购物等陷阱。

单君画

新视野

智能的魅力在于“能”

李娜

机械臂能写书法,而且会学习、能交流;一块智慧黑板堪称“博学”,哪怕你提的问题再难,它也能对答如流;医院的B超报告无需手动录入,只要医生口述,就会自动生成……近日,在2024世界智能产业博览会上,很多人工智能产品让参观者大开眼界。

赋能千行百业、服务千家万户,智能科技正成为提升生活品质、推动产业优化升级的重要驱动力。透过以往那些经典案例可以发现,智能出彩,魅力在于“能”。把行业发展中的痛点、难点、市场空白点作为创新的发力点,需求在哪里,智能产业发展的方向和活力就在哪里。

智能,接地气才有生命力。汽车质检,传统方法是靠人工目检,一个零件一个零件地去看,效率低、成本高,且存在漏检、误差等问题,如今在智能科技帮助下,车辆在流水线上停留不到1秒,就能得到精准“诊断”。具备理解、分析、生成等核心基础能力的人工智能大模型,在生活中已然更“懂”我们:智能冰箱不仅有储藏功能,还能根据已有食材,依照指令生成食谱。智能的价值体现在应用中,

让人们能看到、能用上,成为普通人可感知的具体生活体验,这样的智能更有“质感”,也更有市场吸引力。

“能”是一个动态的概念,蕴含着持续成长的要求。智能产业发展的赛道上,创新的步伐在加快,今天的技术不一定能满足明天的需求。如何将“能”的优势保持下去?只有拥抱新事物,和新事物一起成长,才能跟上时代前进的步伐。一家以无人机为核心载体的企业,将人工智能、5G、数字孪生等新一代信息技术融入产品和服务,让自己的无人机组就了“七十二变”的本领,能检测庄稼、林场病虫害,经受住了低温、高温、风沙等恶劣环境的考验。对应新需求,不断升级产品和服务,让自身技术的应用场景更广、适应能力更强,是让智能做到持续“能”的重要路径。

推动智能产业发展,是技术命题,更是生活命题,蕴含着创造高品质生活的深层价值取向。抓住服务美好生活这个核心着力,“智能”越来越“能”,将为经济社会高质量发展注入源源不断的新动能。

给“毛细血管”动手术

张玥

炎炎夏日有大树好乘凉,本是件惬意的事。但在和平区老华里里,这却成了居民的心头病。几十棵六七层楼高的大树长在狭窄胡同里,挡风、招虫,还有枯枝掉落砸人砸物的隐患。若要修剪这么多大树,工程不小,作业车辆、大型工具无法进入,这让社区犯了难。

背街小巷、老旧小区如城市的毛细血管,看似不起眼,然而一旦“梗阻”,哪怕只是关联几十户百姓利益,也会产生大影响。提升城市治理现代化水平,能不能落在细微处、成在细微处,是一道更见功力的考题。社区把老华里的问题反映到滨西社区人大代表联络站,四位区人大代表与城管等部门的负责人很快来到现场,经过群策群力,拿出了“动手术”的方案。

给“毛细血管”动手术,成于细,贵在精。这不仅意味着走进城市的角落发现问题,也意味着要精心处理每一个环节。去年年底,河西区港云里社区因地铁搬迁房屋售卖迎来许多新住户,需要增加70个停车位。在社区普遍存在停车难的情况下,谁都知道这个“增量”有多难实

现。社区工作人员先是发放问卷,挨户摸清车辆、居民居住等情况,随后与有车族、上班族、租户等分别召开专场议事会,拿出方案请居民共同商议,根据大家的意见调整后,再议、再调整,几轮下来确定最终方案。

“毛细血管”里的“梗阻”怕再小,“结构”也难免复杂,每一个环节掰开来看,都有大学问,只有不断地去“解剖”,把精致尽可能变成极致,才能提高解决问题的成效。说到底,“绣花”般的治理,落针点要准,“针脚”更要细密。

修剪大树这件事说明,“毛细血管”里常有大学问,基层无法独立解决时,就需通过“需求往上提”实现“力量向下沉”。有的区将“吹哨报到”机制升级,按事情的紧急程度、类别,梳理出几十种情形,明确由谁来响应;12345政务服务便民热线设立督办环节,如承办单位未积极推动问题处置,将进行全市通报,仍整改不力将进行绩效考核扣分。让提出问题的人顺利找到解决问题的人,让“吹哨者”拥有监督权、评价权,有这样的“清晰度”与力度,才谈得上顺畅与精准。

穿越时空的色彩何以动人

孙一琳

“嘉陵江色何所似,石黛碧玉相因依。”拿出色卡本,找到这句诗词和对应颜色“嘉陵水绿”,这就是白地绿彩云龙纹盘“缺失”的颜色。把半透明贴纸贴在色卡上,瓷器的鲜艳色彩被成功还原……走在天津博物馆“瓷都芳华”展厅的文物展品之间,当精美的贴纸落在手中的册子上,瓷器文物的瑰丽色彩邂逅浪漫古诗词,一场关于中国传统色彩的沉浸之旅就开启了。

这场沉浸式游玩里,文物是最专业的“演员”,也是最调动游客情绪的“主演”。游客逛博物馆,不只是为了观赏文物,也为了解文物背后的历史文化。明清时期景德镇窑瓷器的色彩丰富是一大特色,把“色彩”这一特点提炼出来,用有趣、活泼的方式加以呈现,文物更加可触可感、能解能悟,其蕴含的历史文化也得以穿越时空,与游客“亲密互动”,使观众沉醉其中。

近几年,以沉浸式为代表的新技术成为文旅融合发展的重要手段。互动解谜、全息技术、舞美造景、特效演绎……有些项目用形式多样、特色鲜明的沉浸式体验,让中华优秀传统文化在新时代有了新表达。然而,有些项目看似用复杂的科技手段将旅游资源用了起来,但实际上喧宾夺主,用所谓潮流和时尚的方式消解了原有的文化特色。商业味浓、文化味淡,能带来一时的流量,可一旦效仿者众多,没有特色必然很难长久。换句话说,无论是巨大的视觉景观,还是环绕性的听觉体验,都是外在形式,带来的是表层的感官刺激,真正能调动起游客的“好奇心”,进而产生丰富、独特的感受的,是旅游资源背后所蕴含的丰富文化。

当然,有深厚的历史文化底蕴并不代表能在商旅发展的赛道上“稳赢”,做好创造性转化和创新性发展,才能给文化的“出圈”提供无限可能。走进大唐不夜城,精彩的演出和互动让人一秒“穿越”,游客在这里观赏西域胡旋舞,与“神探狄仁杰”一同探索解谜,和“李白”对饮作诗……多样、有特色的沉浸式体验仿佛将人带回了盛唐。风貌建筑、文博场馆、自然山水,旅游资源呈现的文化色彩越浓厚,越能展现出经久不衰的魅力,推动商贸文旅的融合发展,将深厚的文化与丰富的业态、有趣的产品相结合,让游客沉浸在一座城市的韵味与魅力之中。

近日,“China travel”(中国游)成国际热词。大唐不夜城的不倒翁表演、重庆的“魔幻立交”、漳州古城的古色古香吸引众多海外游客跨国“打卡”。讲好中国文化的故事,让文化穿越时空,让更多人爱上中国,我们能做的还有很多。