

# 以高质量招商为高质量发展蓄势赋能

本报评论员 刘大福

数创未来，向新而行。在全市上下深入学习贯彻习近平总书记视察山东重要讲话精神的重要指示精神的时刻，5月26日至30日，市委书记林红玉率我市经贸代表团赴香港、澳门参加2024港澳山东周活动，全方位开拓我市与港澳地区合作新空间，签订投资项目8个；5月30日，我市在深圳市举行2024济宁（大湾区）数字经济产业招商恳谈会，推介济宁数字经济产业及重点招商项目，29个数字经济项目集中签约，成果丰硕。

招商引资是经济高质量发展的“源头活水”。今年以来，全市上下大抓发展、大抓招商、大抓开放的热度明显升温。从全市高水平开放暨高质量招商引资大会到济宁锂电新材料一体化项目开工，从新加坡金鹰集团年产60万吨莱赛尔纤维项目落户到济宁（大湾区）数字经济产业招商

恳谈会……围绕推动济宁争先进位和高质量发展，全市深化大开放、拓展大招商的步伐不停、节奏加快。一大批支撑高质量发展的新项目纷纷落地，一大批具有牵引性、标杆性的大项目好项目开工建设，一大批质量优、能级高的外资项目逆势布局，招商引资实现了历史性突破，是济宁历史上招商引资效果最好的时期之一。一个以最强政策支持、最完备要素保障、最优营商环境打造的“近者悦、远者来”投资兴业新高地加速崛起。

没有什么比接连签约重大项目更能传递发展的信心，没有什么比产业项目加快落地更能澎湃发展的动力。眼下正是奋战二季度的关键时期，也是招商引资和项目建设的黄金季节。攻坚二季度动员会议，市委、市政府对强力推动招商引资和对外开放作出了重点安排和部署。全市上下要锚定“走

在前、开新局”，始终保持“争一流、争第一、争唯一”的昂扬斗志，坚持把高质量招商引资和高水平开放作为经济工作的重要抓手，坚持以“产业链思维”狠抓招商引资，聚焦“招大引强、补链强链、前沿高端”精准发力，再鼓干劲、乘势而上，全力以赴拼经济，千方百计抓招商，扩开放，推动我市招商引资取得更大成效，以高质量招商为高质量发展蓄势赋能。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，高质量发展需要高质量的招商引资。从此次数字经济产业招商恳谈会、港澳山东周活动中可以看到，我市这次招商方向明确，即聚焦数字经济招商。近年来，我市聚焦建设绿色低碳高质量发展先行区，实施数字核心产业倍增行动，数字经济蓬勃发展。特别是当前我市正加快推进先进制造业、文化旅游业、现代

港航物流业等重点领域的数字化、智慧化转型，大力发展跨境数字电商，推动大规模设备更新和消费品以旧换新，数字产业化、产业数字化、数字基础设施建设等领域的市场潜力非常大。此次招商取得的丰硕成果，必将为我市培育壮大数字产业集群、塑造特色数字产业新优势、推动高质量发展注入强劲动力。

招商引资事关全市争先进位和高质量发展大局，是厚植发展土壤、赢得竞争优势的关键抓手。让我们深入学习贯彻习近平总书记视察山东重要讲话精神，牢牢扭住招商引资这个经济工作的“牛鼻子”，快字当头、干字为先，以更加昂扬的斗志、更加务实的作风，持续掀起大抓发展、大抓招商、大抓开放的热潮，全力推动高水平对外开放和招商引资，不断为新时代现代化强市建设注入澎湃动能！

## 声音广场

### 让“科普之翼”更有力

喻思南

“无人机飞行表演”、缠绕画制作体验、“飞天小豹”数字人讲解、“小小航天人”艺术团表演……前不久，2024年全国科技活动周期间，一场科普市集在上海黄浦江畔举办。通过互动体验、科普展示等形式，一系列好看、好玩、好学的科普产品触达普通市民，人们在“边玩边学”中探索奇妙的科学世界。

科普普及是推动公民科学素质提升的重要手段。前不久中国科协发布的调查结果显示，2023年我国公民具备科学素质的比例达到14.14%，比2022年的12.93%提高了1.21个百分点。我国公民具备科学素质的比例稳步提升，反映出国家科普能力建设的成效。当前人民群众对科普的需求与日俱增，更加多元。让科普深入人心，还需要在服务的精准性上下功夫。

好的科普往往不是单方面的输出，而是与受众需求的双向互动。由于知识结构、所处环境的差异，不同人群对科普的需求也不尽相同。围绕个性化需求做科普，化“大水漫灌”为“精准滴灌”，效果可能事半功倍。比如，在云南昆明嵩明县，当地围绕农民在种植中药材方面的痛点，通过“农户接单+部门接单+专家接单”的方式，组织专家开展科技下乡讲学活动，调动了群众的学习积极性，科普成效显著。再比如，针对中小学生好奇心强，中国科学院深圳先进技术研究院实验学校开设了“博士课堂”，引入一线科研人才做科普，帮助孩子们接触学科前沿、培育科学思维，在孩子们心中播下科学种子。

提升科普效果，要有高质量内容，还得与时俱进创新形式。如今，互联网日益成为老百姓获取科技信息的主要渠道，运用好信息化手段，有助于让科普触达更广泛的人群。“蒸馒头哪层先熟”“被陨石划破的航天器如何自动愈合”“如何运用热力学知识学会穿衣，不在寒冬中瑟瑟发抖”……借助新媒体平台，一些科普团队以图文、漫画、短视频等解析物理知识，不少产品成为爆款。“我和妈妈学科学”公益科普活动则以新媒体的方式，让亲子一起介绍家乡地理风貌、农林特产等，并解说其中的科学知识。这样的形式，提高了孩子们的参与度，也进一步激发了他们探索科学的兴趣，让大众从科普的被动“接受者”转变为主动“学习者”甚至“传播者”。

全面提升公民科学素质，有必要抓好“薄弱一环”，让科普服务更加均衡普惠。我国科学素质建设取得了显著成绩，但城乡、区域发展不平衡，科普有效供给不足等问题依然不同程度存在。可以发挥科普大篷车等流动科普设施便利、灵活等特点，引导科普资源和服务向基层和欠发达地区倾斜。科技特派员、科技小院师生等是推动农村科普的重要力量，调动他们的积极性，能方便乡亲们获得更鲜活有用的知识。

公民科学素质的提升需要持续呵护和培养。科普是全社会的共同事业，满足人们丰富多元的科普需求，关键在于持续完善全社会参与科普的机制。随着科普工作逐渐融入经济社会发展各领域各环节，更高质量的科普内容，更多元的科普形式，必将让“科普之翼”更有力，厚植科技创新的沃土。

《人民日报》(2024年06月03日)



## 华峰漫画

直播打赏给主播带来实实在在的经济回报，但直播红利不该是谁都可以随便“捞一把”。近年来，针对网络秀场直播和电商直播管理的相关法律法规、制度体系建设日渐完善。无论何种直播打赏行为，都应做到适度、节制。监管部门、行业平台、网民用户等要共同努力，逐步推动直播打赏行为规范化、健康化，直播行业方能更健康可持续发展，网络空间便会更加天朗气清。（华峰 漫画/文）

## 圣城视角

### 做好研学游

华峰

近日，文化和旅游部公布2023年国内旅游宣传推广优秀案例名单，全国共评选出34个优秀案例，济宁市文化和旅游局报送的“走进孔子·研学圣地”济宁研学旅行推广季活动入选优秀案例。随着暑假即将到来，通过研学，让孩子们走进大自然、博物馆，了解“非遗”项目、人文历史，正在成为素质教育的新方向。

近年来，我市充分发挥济宁文化资源优势，将研学旅行作为重点打造的旅游新业态之一，研究制定了一系列含金量高、引领性强的政策措施，文旅融合向纵深推进，高质量发展硕果累累，文化“两创”新标杆打造成效显著，“走进孔子·研学圣地”品牌全面打响。济宁研学旅行推广季之际，我们要把研学游这项工作做好，做出特色，让更多学生在研学游中汲取营养，促进德智体美劳全面发展。

做好研学游，要平衡好游和学。这离不开优质内容的开发，社会资源的支持，更需要专业人士的把关。为了促进研学游的规范发展，我们要围绕“引客入济”和提振文旅消费目标，坚持“政府引导、企业主体、部门联动、媒体植入、公众参与”等多主体共同参与的推广营销联动机制，创新研学游宣传营销思维和方式，拓宽研学游宣传营销渠道，深度开发重点客源市场，推出精心设计的推荐路线，满足不同需求。随着各地研学游基地、公共场馆设施与服务的不间断升级完善，家门口的孔孟文化、运河风情、非遗工坊，不远处的田间地头、绿水青山都是

很有价值的“第二课堂”，能够让孩子获益匪浅。对这些资源规范使用，好好利用，研学游必能成为“研学优”。

做好研学游，就要遵循教育初心，不能偏离教育轨道，要防止不良机构借孩子的好奇心、家长的期盼打自己的“如意算盘”，把研学游变成生意。伴随着市场的不断扩容与成熟，研学游的内涵不断丰富，形式也不断推陈出新。与此同时，也出现了鱼龙混杂等乱象，给学校与家长造成不同程度的困扰。一些机构把旅游项目改头换面成为研学游项目，价格却翻了数倍；游中研学变成多游少学，只游不学、走马观花的“打卡”式参观……无论哪种，都背离了最初的用意，让研学游变得低效甚至无效。更让人担忧的是，一些研学游传递的知识不严谨、不准确、不科学。有的研学游设计随心所欲，讲解同样毫无章法，有时还会因为自身储备不足，或者追求好玩有趣，出现误解乃至曲解的情况。家长花费高价，孩子求知若渴，换来的却是错误的知识。如此研学游不仅误人子弟，还造成公共文化资源的浪费。相关各方有必要对研学旅行加强监管和规范，让孩子们研学“研之有道”“学有所获”。

研学游承载着个体与社会对“更好的教育”的探索期待与育人目标。因此，我们要规范研学游市场秩序，打造一流环境，努力让济宁研学游成为八方来客“常来常往、常来常想、常来常新”的文化圣地、度假天堂，让“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”知名度、美誉度、影响力持续提升。

### 从优秀传统文化中汲取担当力量

张旋

担当是一种思想境界，从本质上而言，需要以崇高理想信念和人生价值追求作为支撑。中华优秀传统文化博大精深，蕴含着丰富的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范，可以滋养初心、淬炼灵魂。广大干部要自信自强、守正创新，不断从中华优秀传统文化中汲取勇于担当的养分，时刻保持最佳状态，切实以良好的精神面貌奔赴崭新的赶考征程。

以“德”为先，迈好“坚定步伐”。思想上松一寸，行动上就会散一尺。对党员干部来说，讲担当、重担当是一项长期工程，需要长期坚持。如果思想“总开关”没拧紧，缺乏正确的义利观、事业观，就会产生“岗位倦怠”，担当作为更无从谈起。中华优秀传统文化非常重视怀大德、立大志，有“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的政治抱负，“位卑未敢忘忧国”的报国情怀，“鞠躬尽瘁，死而后已”的献身精神，为我们奋进新征程、建功新时代提供强大的精神动力。要运用好中华优秀传统文化中的丰富资源，用“润物细无声”的方法，通过引人入胜的方式启人入“道”，通过循循善诱的方式让人悟“道”，将担当作为融入党员干部日常工作，用以培根铸魂、启智润心，引导党员干部立大志、明大德、讲实大、促担当。

以“干”为要，迈好“实践步伐”。世界正处于百年不遇的大变局之中，预示着我们前进的路上不会一帆风顺，更不会一马平川。面对困难、矛盾、风险、挑战，我们躲不过、逃不掉，必须坚决迈过去。中华民族自古以来就是一个富有创新精神的民族，中国历史文献中记载着诸多先人敢于争先、勇于担当、善于突破的事迹，如白英点泉、司马光砸缸等，都是敢闯敢干、先破后立的生动写照，对于推动社会进步具有重要作用。引导党员干部苦干、实干、拼命干、大胆干，要善于运用中华优秀传统文化中的相关内容，培养党员干部积极探索、勇于创新、应变求变的精神品质和实践能力，将自己置身于矛盾风险的最前沿和服务群众的第一线，在经风雨、见世面中壮筋骨、长才干，做敢于斗争的“战士”，解决难题的“谋士”，奋力攻关的“勇士”，努力在埋头苦干中提升才干，为实现第二个百年奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

以“廉”为基，迈好“自律步伐”。人无私德则不能立身，官无私德则不能为政。严私德，是立身为政之要，只有严以修身、严于律己，守得住清贫、稳得住心神，才能始终保持服务为民的担当。严私德，最重要的是守住自己的内心。历数近年来被查处的巨贪典型，从“心怀忐忑”第一次伸手到“引以为乐”堕入深渊，贪污腐败的背后，无不是侥幸心理和特权思想的作祟。心有所畏，方能言有所戒、行有所止。要深入挖掘中华优秀传统文化中廉洁从政、修身养性的精神内涵，解读古典名著，讲好古代故事，引导广大党员干部自觉从思想上固本培元，正心明道、怀德自重，始终明大德、守公德、严私德，面对“小意思打点”，坚决破除私欲、秉持公理；面对“小圈子熏染”，严守道德底线，纪律红线，清清白白做人，干干净净做事，公正正服务，一身清白地“行稳”担当之路。

（作者单位：汶上县干部政德教育中心）

## 他山之石

### “1米高度”折射城市温度

6月3日《人民日报》周珊珊

背景：前不久，湖北省武汉市公示2024年首批儿童友好社区、儿童友好图书馆拟评定名单。自2023年4月成功入选第二批建设国家儿童友好城市名单以来，武汉确定了各项重点任务，加快建设儿童友好城市。今年，武汉市政府工作报告发布的社会民生实事中，直接与儿童友好城市建设相关的工作有14项，占全部民生实事的27%。

观点摘要：一段时间以来，不少景区加入背诵经典诗词可免门票的行列。儿童友好的程度，标注着城市发展的水平。“1米高度”是儿童看向城市的视角。坚持“1米高度”视角，推进儿童友好空间建设，让人更真切地感受到人民城市的建设温度。“硬件”和“软件”同向发力，儿童友好已然成为城市高质量发展的重要标识，儿童友好理念也正在成为全社会共识和全民自觉。

儿童友好不仅是人民至上的实践要求，也蕴藏着产业发展的潜力。近年来，人民群众在“幼有所育”“学有所教”“弱有所扶”等方面的美好生活需要日益增长，带来了产业发展的新契机。儿童友好城市和社区的建设，涉及儿童的吃、穿、住、用、行、学、医等各个领域，将带动相关产业链的优化转型，不断创造新的供需增长点，在推动经济高质量发展的同时为儿童提供更好服务和成长环境。关爱儿童，就是守护未来。相信在全社会共同关注、共同努力下，定能实现城市发展与儿童友好的双向奔赴，让发展更有温度，儿童更加幸福。

### 传承千年文脉 中国国潮“圈粉”年轻人

6月2日 央广网 王钟的

背景：锦马甲、刺绣马面裙、非遗文创、国风咖啡……近年来，国潮风不断激发消费潜能、激活创造动能，成为培育壮大新消费的重要依托。

观点摘要：文化是民族的精神命脉。国潮风“圈粉”年轻人，根基是深厚的中华优秀传统文化。挖掘文化积淀和工艺传承，是国潮产品立足市场的关键，传统文化久经打磨而韵味悠长，是中华民族珍贵的精神瑰宝，也为当代审美带来源源不断的智慧与力量。融合现代元素，让传统国风尽显时代魅力。市场日新月异，国潮风并非简单地“新瓶装旧酒”，而是融合现代元素，积极回应新生代消费者的生活方式。国潮风“破圈而出”，也得益于积极主动拥抱新的呈现技术、新传播媒介。一些历史文化景区通过引入虚拟现实、人工智能、无人驾驶等“硬科技”，创造丰富多样的沉浸式场景，让千年文化遗存成为广大游客“触手可及”的体验。在网络直播和社交媒体里，许多别具匠心的设计师产品、国货“潮品”，时常一经上架就被消费者“一抢而空”。传统文化与现代科技相互赋能，引领着年轻人在数字生活中拥抱传统，让千年文脉在融合媒介中尽显悠长余韵。

弄潮儿向涛头立，国潮风彰显年轻一代高涨的文化自信，更唤醒他们深沉的文化自觉。在培育和激励国货“潮品”消费的同时，我们还要秉持开放包容观念，坚持融通中外、贯通古今，以增强中华文明的传播力影响力为使命，创造一批更具有国际认可度的国潮品牌，让国潮风吹得更劲，抵达更远方。

### 擦亮微短剧“出海”名片

6月3日《经济日报》康薇薇

背景：作为当前全球影视行业的风口之一，微短剧已成为新的流量密码。近期有报道称，在日渐成熟的北美市场之外，日本成为我国部分短剧公司的“出海”新选择。日前，我国短剧平台首次进入日本苹果应用商店下载总榜，甚至在畅销榜的排名超过流媒体巨头奈飞。

观点摘要：微短剧何以在海外受宠？除了其自身暗合了阅读碎片化时代快餐文化的消费需求，讲述了基于普遍人性的“爽”感故事外，近年来我国短视频产业持续发力、日趋成熟，文娱产业相关上下游产业链日渐完善，内容生产和制作能力提升较快，加上我国社交媒体与平台在全球的影响力逐步扩大，也都为微短剧“出海”奠定了坚实基础。

从“平台出海”到如今的“内容出海”，微短剧逐渐在海外市场迎来爆发期。第三方数据平台感应塔(Sensor Tower)今年3月份发布的《2024年短剧出海市场洞察》报告显示，2023年中国头部短剧出海平台合计下载量、净流水分别达2823万次、5671万美元，较2022年实现爆发式增长。微短剧虽然在海外火爆，但其发展也存在一些问题。如何克服弊病，让“网红”成长红，值得深思。要在聚焦提升制作质量，积极拓展盈利模式，持续优化制作成本三个方面提升挖掘市场潜力。通过培育本土化制作团队、精准定位海外受众需求、凸显人类共同情感诉求等手段进军海外市场，让微短剧成为我国文化产业“扬帆出海”的新名片。

### “国货潮流”是如何炼成的

5月31日《北京日报》胡宇齐

背景：连续几年的《全球消费者洞察调研》中国报告皆指出，近些年，中国消费者强烈偏好本土品牌。大家也逐渐习惯了这样的消费场景：传统国货品牌“集体变潮”，被冲进直播间疯狂抢购的年轻人“买”活了；新生品牌异军突起强势围剿，冲破了国外品牌的垄断格局……从服饰到美妆，从手机到汽车，中国品牌的创造力与美誉度持续上升，正成为消费者尤其是年轻消费者的心头好。

观点摘要：消费行为本质上是一种理性决策。国货崛起，最根本的原因在于品质越来越好，科技含量越来越高。在市场经济的大潮中打拼沉浮，中国企业讲述品牌故事的技能愈发娴熟。国家的发展、人民生活水平的提高、本土品牌的奋发努力，在这个时代激荡相遇，催生出国货潮流的景观。往深里看，“国货即潮流”的消费主张，还蕴藏着Z世代的身份认同和情感认同。出生在改革开放后、成长在21世纪的青年一代，见证了祖国快速发展、繁荣富强，“他们走出去看世界之前，中国已经可以平视这个世界了”。在他们眼中，西方国家的一切包括大牌并没有自带光环，大可平常心看待。而强烈的民族认同和文化自信，又让他们在消费过程中更追求独特的东方审美，这某种程度上恰恰意味着国人视角的变化，理性的回归。

根据国际经验，当一个国家的人均GDP超过8000美元，就会出现总量层面的消费升级。消费者在商品的传统基础功能之外，更加追求个性化、体验化、充满文化自信的表达。抓住消费转型升级的契机，推动中国品牌继续崛起，不仅将更好满足人们对美好生活的向往，还将为中国经济描绘出更生动的风景。（华峰 辑录）

