

评论员观察

以产业向新助力经济向好

——进一步巩固经济持续回升向好基础③

周珊珊

从新业态到新生态,从新赛道到新机遇,发展向“新”,能够引领潮流、赢得先机。“新”从哪里来?靠的是加快推动科技创新和产业创新深度融合

“给我订票,我想回中国重游,我已经开始想念中国了。”是什么让美国网红“甲亢哥”对中国念念不忘?极具现代感的生活场景和各式装备,无疑是重要原因。高铁飞驰,进出隧道高清直播信号不中断;送来外卖美食的,是从天而降的无人机;原地掉头、智能离车泊入,新能源车充满“黑科技”……“甲亢哥”直播镜头中的“实况中国”,新意无限,活力满满,引人入胜。

中国道路中国梦·每一个人都是主角

焕发“广而告之”的时代价值

林 望

广告是什么?或许有人觉得是吆喝叫卖,是“王婆卖瓜”式的自夸,有人觉得是辞藻堆砌。作为一名广告行业的从业者,我始终相信:广告是时代发展的剪影,照亮商品“沉默的价值”,也能温暖人心。

入行时,师父告诉我:“蹲得下去,才能写得出来。”记得为一家社区菜市场策划升级方案,我连续半个月每天早上5点蹲守在集市旁,看摊主用泡白的双手整理蔬菜,听买菜阿嬷念叨“便宜两毛钱行不”。最终,我们将文案定为“每一颗菜,都沾着露水和汗水”,并推出“今日特价菜”公益牌,由摊主手写价格、标注产地。菜市场改造后,一位老摊主拉着我说:“以前觉得广告都是虚的,现在才知道,你们能让我的土豆卖得更好、更体面。”好的广告,不是凌空蹈虚的想象,而是扎根生活的共情。唯有用脚去丈量,才能传递出“有感”的烟火气。

写广告文案,不能只盯着产品表面看,重要的是挖掘背后的价值,以精炼的语言打动受众。如何让老字号药企品牌走近年轻人?看到中药车间的老师傅用铜锅熬制膏方,听着青年医师通过短视频科普养生知识,我们将文案,将中医药材与现代职场结合,推出系列海报:电脑屏幕的代码边配着“久视伤血,当归补血”,会议室的咖啡杯侧写着“熬夜提神,不如酸枣仁安神”……方案上线后,引发许多90后、00后共鸣。用新颖的语言感染人、吸引人,也能增加商品的新卖点。

如今,人工智能快速发展,在算法主导的精准营销时代,我们反而更笃信“人”的温度。在为山区茶叶策划助农广告时,人工智能大模型提供了“有机”“无污染”等热词,但我们最终选择了茶农女儿日记里的话——“爸爸说,茶叶和人一样,晒太阳光才有香气。”就是这句话,帮助茶叶电商销量增

长300%。茶农寄来的手工茶包里夹着字条:“谢谢你们记得山里的太阳。”写广告文案,不仅要突出商品,更要关注商品背后的手艺人、关心买商品的消费者。始终为“人”保留特写镜头,才能将广告写进人心里。

广告是时代的一扇窗,从业以来,我见证着消费升级的大趋势。最开始,多数广告扮演着“叫卖者”角色,力求通过简单直接的方式,将产品价格优势传递给消费者。2015年,我们为某家电策划活动宣传语:“力降300元,省电省钱省心”。之后,许多消费者不再满足于产品基本功能,开始关注品牌故事。文案必须富有感染力。2020年,我们给智能家居写文案,关注“家的温度”,最终选择了“扫地机器人画出的爱心轨迹,比玫瑰更懂地板温度”。

现在,随着优质供给增加、消费扩容升级,大家更愿意为那些质量好、有内涵的商品买单。广告也不再局限于商品、品牌本身,而是力求挖掘背后的文化与理念,与消费者建立情感联系。去年,团队策划国潮服饰宣传,品牌方的需求是“不要性价比,要文化共鸣”。我们溯源台绣工坊,从绣娘指尖的丝线出发讲述非遗故事,勾连经纬丝线里的文明记忆,获得不少年轻用户喜爱。广告语的变迁,照见从“必需品购买”到“意义型消费”的转变,人们不单为品质付费,也乐于认购生活美学。

前不久印发的《提振消费专项行动方案》提出,“以优化消费环境增强消费意愿”。在我看来,写好广告,帮助搭建消费者与商品间的桥梁,就是在为优化消费环境作贡献。未来,我会继续努力,让商家的匠心与用户的期待更好双向奔赴,为火热的消费添砖加瓦。

(作者为浙江省台州市某广告公司文案策划)



江西省赣州市章贡区一处公园,家长带着孩子在儿童游乐区游玩。

朱海鹏摄(影像中国)

设置“安心通学路”“爱心斑马线”,利用社区空间建设儿童之家、图书室、体育场所,完善托育服务……近年来,多地从“一米视角”出发,加快建设儿童友好城市,带动吃、穿、住、用、行、学、医等领域优化转型,在为儿童提供更好服务和成长环境的同时,为经济社会高质量发展注入动力。

这正是:

东风浩荡起纸鸢,
稚子笑语争秋千。
一米望去春正好,
城以盛人此心安。

常 晋文

金台随笔

化同情为同行,心无碍更有爱

郭 珏

孤独症男孩小岱吹陶笛走红,清澈的眼神、纯真的微笑让人动容;视障女孩“丸子”独自踏上1200公里返乡路,各路段工作人员密切配合、接力“护送”,同行乘客主动伸出援手,助她平安抵达;视障博士生黄鸾手握盲杖去食堂买饭、顺便给室友带饭,二人的友情被网友称作翻版的“铁生和余华”……从一则则暖闻中,我们看到特殊群体在爱与被爱的滋养中绽放蓬勃生命力。这般美好,让人由衷感到温暖。

其实,对特殊群体的关怀守护,不仅显现在网络空间的温情互动中,更浸润于社会生活的细微之处,融入社会治理的神经末梢。从无障碍环境建设法实施,到手语翻译服务出现在更多办事窗口;从残疾人就业创业支持政策不断推进,到文化盲道越铺越宽……社会支持网络越织越密,正

在构筑一个更加包容、友好的社会,努力打造“无障碍”的文明通途。

让特殊群体真正融入社会生活,不仅需要设施无障碍、环境无障碍,更需要认知无障碍、人心无障碍。一直以来,作家史铁生和余华之间深厚真挚的友谊,让不少人动容,而余华始终以平等之心对待史铁生,更是为人们所称道:“每个铁生都有自己的余华”,一句网言道出了期待:特殊群体不应被忽视,也不应被过度呵护,他们需要被理解,需要最质朴的平等与包容。

可喜的是,当下,从影视作品到日常生活,正在渐渐打破标签化、单一化的叙事。电影《小小的我》热映,让“刘春和们”被看见、被理解,许多脑性瘫痪者也通过社交媒体分享日常生活,减少人们因不了解而产生的偏见。脱口秀舞台上,残疾人演员

用幽默和洒脱面对身体的残缺,逗笑观众的同时,也打破了隔阂,构筑了平等对话的空间。当“同情者”的目光化作“同行者”的默契,当“他们”的故事融入“我们”共有的生活叙事,平等、尊重与接纳便不再是抽象的概念,而将化作温暖人心的力量,延伸到社会的各个角落,让“有爱无碍”成为现实。

如何对待特殊群体,标注着社会文明的刻度。客观来看,当前,对特殊群体的偏见和歧视仍然存在,无障碍环境建设和相关服务仍有待进一步完善。无论是无障碍通道被遮挡占用、导盲犬数量相对不足,还是孤独症儿童融合教育面临资源短缺、残障人士就业遭遇隐形门槛等,痛点就是着力点。看到不足、摸清需求、读懂期待,把政策善意转化为务实行动,让平等、包容的

理念在公众中扎根,社会文明将会在每一次善意的问候、每一双伸出的援手中不断跃升。

在一个充满温暖的社会里,每个人都是生命画卷的执笔者,以不同姿态为世界增添色彩。视障者蔡勇斌,敲击代码研发助盲辅助程序,为更多视障人士带去便捷与光明;孤独症少年舒海峰,用琴声与世界对话,在黑白键上叩击出治愈人心的乐章;失去双腿的夏伯渝,借假肢征服珠峰,以攀登的姿态定义生命的高度;“无声”面包店的听障面包师,揉面、迎顾客,用笑容融化陌生与隔阂……于特殊群体而言,善意与关爱,是照亮内心的灯盏,而他们反馈给世界的真诚与勇敢,又让生命的光辉在相互映照中愈发璀璨。

生命与生命彼此照亮,正是人间大爱。在生命的长河中,肉身或许脆弱,但无畏、坚韧的精神可穿越困苦与迷雾,人与人之间的友善、互助可架起彼此支撑的桥梁。面对特殊群体,从保障生存到赋能发展,从消除歧视到拥抱多元,当牵挂变为行动,当支持成为常态,社会必将更加温暖灿烂。

人民时评

坚持内容和形式同步提升、虚拟和现实并联发展,方能推动科幻产业不断迭代升级,创造更大经济价值和人文价值

与屏幕里的仿生机器人互动,沉浸式感受“梦之海星球”幻想世界,打卡科幻生活节和科幻市集……在北京石景山区首钢园举行的2025中国科幻大会上,一系列互动场景令参观者“燃”起对科幻的热情。科幻照入现实,科幻产业的创新潜力和发展效益因此愈发显现。

科幻是培育想象力的重要载体,其本身也是创新创造的重要组成部分。《2025年中国科幻产业报告》显示,2024年,中国科幻产业总营收达1089.6亿元,连续两年突破千亿规模,展现出广阔的发展前景。从《三体》到《流浪地球》,科幻作品收获全球读者,还转化为影视作品和文创产品,创造出实实在在的经济效益。

作为眺望未来的窗口,科幻产业也具有不可替代的人文价值。从人们的好奇心、惊奇感出发,科幻作品能传播科学知识,提升科学素质。革新性的技术进步,深刻影响着生产生活。我们在享受科技便利的同时,还需前瞻研判技术可能给人的生活、社会治理、伦理道德等带来的风险和挑战。科幻产业既是科技发展的“导航员”,也是技术伦理的“敲钟人”。以科幻产业为纽带加强国际人文交流,还可以让全世界看到中国的创新活力。

繁荣科幻创作、发展科幻产业,兼具经济效益与人文效益。坚持内容和形式同步提升、虚拟和现实并联发展,方能推动科幻产业不断迭代升级,创造更大经济价值和人文价值。

放大科幻的产业价值、科技价值,需要更好推动技术革新与科幻发展交互作用、互促共进。刘慈欣在大会开幕式上直言:“当载人航天器划破天际,当量子计算机解开混沌,这些‘现实土壤’正滋养着比科幻更科幻的未来。”从量子科学、脑机接口到6G网络,前沿技术在我国持续涌现,充满未来感的发展实践为科幻创作插上想象的翅膀。进一步完善创作机制、发展机制,推动科幻创作与科幻产业相辅相成、科幻进步与科技创新协同发展,将为经济发展打开想象空间、贡献创新动能。

博大精深的中国文化,为科幻产业发展厚植了沃土。从盘古开天、嫦娥奔月的浪漫想象,到“天宫”遨游、“嫦娥”落月的伟大实践,中国人从不缺乏想象力、创新力。鼓励创作者挥洒想象力,鼓励产业界提升创新力,将中国本土的美学、文化与全人类的共同关切结合起来,不断拓宽科幻创作的边界与广度,有助于擦亮中国科幻的人文底色。充满文化味的高质量科幻作品多起来,科幻产业将更好发挥提升创新意识、培育科学素养、增强文化自信等人文价值。

同时也要看到,当前我国科幻产业总体规模仍比较小,其发展壮大离不开有关方面的积极作为和社会各界的全力支持。《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)》明确提出,“实施科幻产业发展扶持计划”。近年来,北京、四川成都等地纷纷出台支持科幻产业的务实举措。繁荣科幻产业,需要进一步因势利导、因地制宜,完善产业政策和创新生态,加强复合型科幻人才培养,推动科幻产业持续生长。

走在中国式现代化的康庄大道上,科幻产业机遇无限、潜力无限。通过科幻作品,科幻产业促进技术、文化与市场的多元融合、同频共振,我们将拥抱更加美好的未来。

纵横

守护“赶场”的幸福

王瑞琳

“胡豆开花菜籽黄,城巴佬下乡来赶场,鸡蛋鸭蛋嘿实买,还要扯把鹅儿肠……”童谣唤起记忆,你还记得儿时“下乡来赶场”的快乐吗?

西南有赶场,北方“赶大集”。曾经热闹的村镇集市,将会以更规范更便利的形式焕发生机。不久前印发的《提振消费专项行动方案》提出,深入实施县域商业建设行动和“千集万店”改造提升;多部门联合发布的《关于完善现代商贸流通体系推动批发零售业高质量发展的行动计划》明确,以“千集万店”改造提升为抓手,到2027年改造5000个乡镇集贸市场和5万个左右的农村便民商店。一系列政策,正在托举人们赶场、赶集的幸福。

赶场图啥?一图东西新鲜,二图品种齐全,三图价格实惠。人们在固定的时间、地点进行贸易,小到采购锅碗瓢盆,大到添置家具电器,都能一“赶”搞定。其间,还能与乡邻“摆龙门阵”联络沟通,或者理个发、磨个刀。“土集”和“小店”,与村镇居民民生需求对接,也扮演着促进商品流通、提振农村消费的重要角色。

繁华的都市商流涌动,广袤的田野同样孕育内需。有媒体调查发现,今天的重庆仍保留了1300多个“场”。用好“千集万店”改造提升这个抓手,进一步优化农村消费供给、激发农村消费潜力,同时改善村镇居民消费体验,能让宜居宜业和美乡村建设行动更见民生成色。

改造提升是第一位的。乡镇集贸市场在“硬件”上的升级备受期待。如果排水不畅,就可能要“踩水”赶场;如果照明不足,就可能要“摸黑”摆摊。不久前,重庆公布了今年的15件重点民生实事,其中就包括打造“标准化菜市场”。不妨以此为契机,对乡镇集市同步进行优化升级,在整洁有序、设施完备上下功夫,更好吸引商户与客流。

创新消费场景必不可少。今天,赶场已不仅是农村贸易的代名词,也是文旅融合、城乡融合的一环。咖啡店、奶茶店、24小时便利店、即时配送……越来越多的零售新业态和消费方式,进一步满足居民个性化、多样化、品质化消费需求。在“千集万店”中培育新的消费增长点,尤应积极布局新业态、拓展新模式,在保留烟火气的同时增加新鲜感。

赶场的乐趣依然存在,有意思的“千集万店”处处铺开。它们惠民生、促消费,也承载着一代代人的乡土情怀。打造更多特色满满、魅力十足的集与店,让赶场为居民生活带来新的美好体验,城乡循环将更加畅通,乡村发展将更有支撑,消费活力将更加旺盛。

(摘编自《重庆日报》,原题为《用“千集万店”激发乡村消费新活力》)

本版邮箱:rmrbpl@peopledaily.cn(来稿请注明栏目名)

本版责编:李浩燃 彭 飞 邹 翔

为科幻厚植发展沃土