



滨州:创新驱动激活传统产业

海外网 王书央

优势资源的新身份

“滨州经济总体水平在山东并不突出，但是说起推动创新，我们绝对是走在前列！”谈起滨州市近年来推动创新驱动的成果，滨州市民的言辞中透着骄傲。

着眼于全面提升科技创新引领作用，滨州市近年来大力推进创新驱动发展战略，传统产业发展模式得到了激活。高端铝、粮食加工、纺织等当地传统产业实现华丽“变身”，形成了独具滨州特色、传统与科技结合、绿色环保等新特色。

近日，由人民日报海外网主办、中国一汽和如新中国赞助的“2016中国新发现”全媒体大型采访报道之“山东故事”篇开启。

郭春森介绍称，如今的海瓷已经走出国门。2011年初，海瓷艺术品作为国宾礼品赠予美国总统奥巴马，从此中国的“国礼”。

“我们不和景德镇比历史，我们和景德镇比创新。”谈到海瓷未来的发展，郭春森表示仍会把“宝”压在“创新”上。

传统文化的新表达

作为黄河文化和齐文化的发祥地之一，滨州历史文化悠久。植根于骨子里的传统文化使得滨州的创新发展自带“文化基因”。

“中国新发现”全媒体采访团队此次探访多家企业，发现他们不约而同的将弘扬传统文化作为企业的使命，将中国的优秀文化通过产品展现出来。

滨州市致力于实施“创新驱动战略”，突出科技创新在全面创新中的核心作用，激活传统产业沉淀的要素资源，致力于打造高端铝产业集群、新型化工产业集群、粮食加工产业集群、纺织产业集群，全球化汽车轮毂制造中心和汽车轻量化材料基地。其中，纺织产业集群创新成果突出，在国际市场上占有一席之地。

愉悦家纺是其中的佼佼者。位于滨州高新技术产业开发区的愉悦家纺有限公司，看起来面积不大，却是中国家纺行业的龙头企业。据愉悦家纺有限公司办公室副主任房志浩介绍，愉悦家纺一直瞄准产业前沿，发展创新科技，尤其是高新技术的发展。经过多年发展，愉悦



图为书画名家在海瓷上写意作画。

形成了集新产品设计、研发、中试、生产、检测、推广为一体的强大的自主研发创新体系。并先后于2011、2015年两次获得国家科学技术进步奖。

一块绢布上还能作出多大的创新文章？愉悦家纺率先采用数码印刷、电脑分色等技术，将《孙子兵法》等文学作品和山水画印在家纺用品上，传统文化与全新的技术，碰撞出创新的火花，受到了市场的欢迎。

工作人员介绍称，愉悦家纺是宜家、迪卡侬等国内外一线品牌的高端供应商。产品不仅在国内市场份额巨大，还走向了世界，销往59个国家和地区。其中专门针对非洲市场生产的蜡染布，一年产出达2亿多米，在东非市场占有率排名第一。

“从滨州市提出创新驱动战略到落实是很快的时间。”愉悦家纺有限公司产品研发中心主任乔传亮称，滨州市推动创新驱动战略以来，企业感受到切切实实的政策支持。“在滨州市政府的支持下，家纺行业近年来建立了技术平台、行业协会，产品从设计到推向市场更快，大大提高了生产效率和创新速度。”

“山东海瓷的创建就是从技术创新开始的，发明了贝壳瓷才有我们这个企业。”海瓷集团董事长郭春森认为，贝壳瓷的发明是山东海瓷的第一次跨越。

山东海瓷集团以陶瓷艺术工艺创新为基础，将瓷器生产和中国山水画等传统艺术相结合，逐步走向高端市场，实现了“化贝壳为海瓷，化海瓷为艺术”的二次跨越。



图为滨州高新区愉悦家纺采访现场。

绿色发展中新追求

“让蔬菜吹空调，给小猪听音乐。”在创新驱动战略指导下，滨州市推进绿色农业生产模式，打破了传统农业的生产方式，经济效益也正在逐步提高，这也是采访团此行的一个新发现。

在滨州市惠民县的山东鑫诚现代农业科技示范园区，记者看到，智能大棚中不仅有声控助长仪，每天为蔬菜放音乐，而且有专业的电脑控制系统，不间断为蔬菜提供适宜温度、湿度等，俨然把蔬菜搬进了空调房。

据工作人员介绍，这里的一颗黄瓜植株一年能结150根黄瓜，一年的产量约7万斤，平均每斤价格在20元至30元，比普通黄瓜价格翻了好几倍。但是因为生产过程不使用化肥，绿色无公害，产品供不应求。

滨州市滨城区滨州中裕食品有限公司的养猪场里，记者在现场感受到了“猪的幸福生活”。这里的猪从小生活在干净的玻璃房里，每天有饲养员洗澡，吃着中裕独家发明的液体饲料，还能享受动听的音乐。“我们长期的实验发现，听音乐的猪长得更快，肉质也更鲜美。”谈到中裕独创的科学养猪方法，其总经理张志军不无骄傲。

不只是绿色养猪，中裕集团已经形成了一条绿色循环经济链条。将生产产生的废物循环利用，制成有机肥在农田推广，节省成本，更改善了土壤。“农民为了提高收成大量施用化肥，多年之后土壤已经被严重破坏，产量减少，于是施加更多的化肥。”张志军说，改变这种粗放的生产恶性循环，实现农业生产的可持续发展，就是他们创新的动力。

本报电 河南省扶沟县近年来围绕“打造河南新寿光、建设中原菜篮子”的战略目标，狠抓蔬菜标准化工作，从而促进农业增效、农民增收。政府引导强化互联网思维，创新“互联网+合作社+公司+农户(贫困户)+商超”的“五+”运营模式主动与一亩田、阿里巴巴、云书网等知名电商进行对接，打造线上线下、实虚结合的销售模式。

从2015年至今，扶沟县有1350个种植户在手机上安装了电商平台APP交易平台，通过互联网销售蔬菜37万吨，占总产量的10%。

(金会超)

互联网引领菜农奔向小康

日前，由国家语言资源监测与研究中心、商务印书馆、人民网主办的“汉语盘点2016”评选结果揭晓，2016年度十大流行语、十大新词语和十大网络用语等悉数出炉。揭晓仪式上，著名作家、文化部原部长王蒙表示，特别反感“小鲜肉”、“颜值”等网络词语。他的发言引起坊间热议：网络用语的流行，会给汉语带来怎样的影响？网络能让汉语更丰富多彩、更有生命力吗？

网络能让汉语更有生命力吗？

邹雅婷 李泽岩

王旭明指出，数以亿计的网民每年都创造一批生动鲜活的网络用语，这些网络用语丰富了语言生活，也丰富了人们的精神世界。

低俗用语玷污汉语纯洁

在肯定网络语言活泼有趣的同时，不少专家指出，网络用语存在诸多不规范的现象，比如过度压缩、中英混杂、错别字频出，而一些低俗、粗鄙的网络词汇流行开来，会对汉语的纯净和美感造成伤害。

“语言是具有严谨性和文化逻辑性的。脱离规范的戏谑，势必会玷污其纯洁性，不利于中华优秀文化的传承和传播。”全国汉语国际教育硕士教指委委员、北京语言大学人文学部教授张华表示，网络流行语在校园的影响很大，来华留学生们也常常以使用这类语言为时尚。一些低俗网络语言大肆泛滥，必然会对汉语教学传播造成不良影响，也会干扰外国学生对于汉语文化的正确认知。

“前互联网时代的传统文化人对一些网络新词有抵触和排斥，实属正常。作为与王蒙先生一样的‘互联网移民’，我主张网络流行语不能拉低中国语言文字乃至中国文化的品位。”祝华新说，“在我们这个楚辞汉赋、唐诗宋词的国度，实在不忍看到‘撕逼’、‘逼格’这样粗鄙的文字招摇过市。”

本报电 目前，由地宝(集团)有限公司倾力打造的重点项目——尚品智能物联网平台项目新闻发布会在北京举行。

据介绍，尚品智能物联网是一个O2O模式电子商务平台。目前已拥有注册消费者50多万，建设便民店、超市、专卖店及商场近百家，销售网络体系日益完善，通过建立消费需求、诚信联盟吸引了多家企业加盟。(宋鹏)

尚品智能物联网平台发布会举办

网络热词传递社情民意

“2016我一个吃瓜群众，年初就给自己定了一个小目标，要用尽洪荒之力，也不能让友谊的小船说翻就翻。尽管有时葛优躺，有时辣眼睛，有时还蓝瘦香菇，但我相信，有老司机，有这么多厉害了我的哥，什么葛优躺、辣眼睛，什么蓝瘦香菇一切全是套路。”在“汉语盘点2016”仪式现场，语文出版社社长王旭明用这样一段话概括了年度十大网络用语。

“每逢岁末，借汉语字词，专家学者和民众一道对一年的社会生活做个小结，总让人会心一笑。”人民网舆情监测室秘书长、“汉语盘点2016”活动专家祝华新在接受本报采访时说。据悉，“汉语盘点”活动始于2006年，包括网友推荐、专家评议、网络投票等环节，旨在“用一个字、一个词描述当年的中国和世界”，鼓励网民用语言来记录社会变化。

“网民对社会变化最敏感，也是最擅长表达的人群，网络用语传递网民的喜怒哀乐，是社情民意的风向标。”祝华新认为，透过网络热词盘点，可触摸当下中国人的心理状态乃至生活状况。今年入选的“洪荒之力”和“定个目标”，都透露出一种乐观向上的文化心态，“说大一点，是一种文化自信”。

前不久，刚刚获得第四届郁达夫小说奖短篇小说提名奖的作家蔡骏，参加了一个名为“女神夜读”的读书直播节目。在这场直播秀中，蔡骏谈了创作理念，也为网友推荐了书单。

蔡骏不是第一个参与直播的文学作家。这一年，“直播风”早已刮进了文学圈：贾平凹的最新小说《极花》、方方的长篇小说《软埋》等，都在利用直播作为宣传手段。而各类手机阅读应用，更在加紧布局直播业务：阿里文学旗下的“书旗小说”上线了直播功能，“掌阅”除开设直播节目，还与直播企业合作，深度开发网络文学的周边价值……

事实上，“直播+阅读”只是各领域与直播结合的缩影。随着移动互联网的发展，影视、旅游、会展、财经等各类内容均被纳入直播范畴，“直播+”蔚然成风。

“直播+”的兴起有其内在逻辑。

一方面，传统直播模式已经难以维继。第三方调查数据显示，中国网民对在线直播平台的内容评价较低，77.1%的网民认为在线直播平台存在低俗

内容，90.2%的网民认为在线直播平台的整体价值观导向为一般或偏低。随意打开一个直播平台，其节目内容大多只是展示吃饭、化妆等个人生活，或单纯依靠网红“颜值”吸引网友围观。新鲜度过后，这种“无聊模式”不可避免要走到尽头。同时，在文化部、广电总局、国家网信办等部门强力监管网络直播的背景下，直播回归内容本位已是大势所趋。作为新兴的网络表现形式和传播渠道，直播本身并不产生内容，这就决定了直播必须选择与其他领域结合，以此来维持生命力。

另一方面，各个领域需要通过直播创新营销方式。以电子商务为例，如今，以文字、图片、视频等单向输出的扁平化素材，来表现产品特性的做法已经难以满足用户需求，通过直播互动，用户可以更加全面、深入地了解产品，且更易产生购买产品的感性冲动。因此，直播不仅是互联网行业的“风口”，也是各领域营销方式变革的“风口”。

由此可见，“直播+”是直播行业在转型时期的必然选择，而各个领域也有“+直播”的现实需要。直播与其他领域的跨界融合到底靠不靠谱？答案似乎是肯定的。

然而，虽然有着巨大的市场机遇和需求，但真正实现“直播+”的广泛落地，还要突破过去依靠“颜值”、“噱头”博取眼球的模式，实实在在地打通“内容”这道关口。从目前来看，各领域与直播的结合并未完全脱离以前的窠臼。比如前文提到的“女神夜读”节目，就被部分读者质疑超出了推广阅读的范畴，而只是吸引眼球的噱头。

物极必反，器满则倾。简单的“直播+”虽一时能为各行业起到引流的作用，但如果过度依赖直播吸引眼球，却忽略了本身的内容创造，“直播+”只能是舍本逐末，重回直播行业过去走过的老路。如今，行业发展已经注定，直播必然要从过去简单粗糙的网红主导模式，变轨为多元化优质内容主导模式。这预示着，谁能牵住跨界融合中内容创作的“牛鼻子”，则无疑掌握了真正实现“直播+”的先机。

“宝宝心里苦，但宝宝不说”

孺子含辛，
隐忍不嗔。



传统媒体应当谨慎把关

虽然王蒙对一些网络词汇表达了负面评价，但他同时也指出，语言是在不断变化的，有些词流行一阵就不会再流行，出现各种新词是好事，比如“洪荒之力”等网络流行语他就觉得很有意思。

“一方面，网络用语丰富了汉语言的表达；另一方面，网上流行不代表就可以在主流文化场合登堂入室。”祝华新指出，最重要的是注意网络语言的使用场合。教科书、政府公文、主流媒体使用网络流行语就得格外谨慎，必须维护汉语的规范、公序良俗和文化的品格。

近年来，有的传统媒体为了吸引眼球，频频使用一些不规范又低俗的网络语言。对此，清华大学马克思主义新闻学与新闻教育改革研究中心执行主任王君超教授认为，追求用语亲民无可厚非，适时更新、灵活运用一些新鲜生动、符合大众口味的网络词汇也未尝不可，但低俗网语不可碰、粗俗之风不可长。网络语言泥沙俱下，媒体从业者要慎之又慎，负起应有的把关责任。

祝华新强调，在网络语言乃至“表情包”大行其道的年代，也不能忘记诵读古诗词的乐趣，“先民的语言文字中，有醇厚的人生体验和深长的历史积淀。”时至今日，唐诗宋词依然能带给我们永恒的感动。

云中漫笔

直播+靠谱吗？

卢泽华