

强化区域创新 促新质生产力发展

■傅晋华

今年1月,习近平总书记在主持中共中央政治局第十一次集体学习时强调:“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点,必须继续做好创新这篇大文章,推动新质生产力加快发展。”习近平总书记关于新质生产力的一系列重要论述,是对马克思主义生产力理论的创新和发展,为以科技创新促进产业创新提供了科学指引和根本遵循,也为各地区深入推动经济高质量发展指明了路径。

培育和发展新质生产力对推动区域经济高质量发展具有重大战略意义。一方面,有利于推动区域协调发展、优化经济格局,经济欠发达地区如能立足自身发展条件和产业发展基础,充分发挥资源禀赋优势,加快形成新质生产力,就有机会实现赶超,缩小与经济发达地区的发展差距。另一方面,可有效推动体制机制改革,加快形成与新质生产

力相适应的新型生产关系,打造新的发展优势。

创新在新质生产力形成和发展中起主导作用,科技创新是发展新质生产力的核心要素,通过技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级,一个地区将有机会改变传统经济增长方式、生产力发展路径,提升地区全要素生产率,催生新产业、新模式、新动能。

创新能力强的地区可从创新人才、创新平台载体、创新生态环境等方面为新质生产力的形成和发展提供良好基础。在生产力的三要素即劳动者、劳动资料和劳动对象中,人是最活跃的。创新人才是劳动者中最具创新活力的群体,这一群体的劳动素质和劳动技能普遍高于一般劳动者。当一个地区创新人才占劳动者总量的比例逐渐上升,这一内部结构变化将释放出更大的创新活力。同时,区域科技创新平台载体是形成新质生产力的重要物质基础。与以往相比,数智时代的劳动

资料和劳动对象呈现出显著变化,高新科技的迅猛发展催生了计算机等新劳动资料,以及大数据、新材料等新劳动对象,而这些改变都要依托于科技创新平台载体来实现。一个地区可以通过搭建各类科技创新平台载体,推动人才、技术、知识等各类创新要素集聚,促使劳动资料和劳动对象发生质的变化,为形成新质生产力创造必要的物质基础条件。此外,区域创新生态环境的改善能为形成和发展新质生产力消除障碍,有利于推动形成适应新质生产力发展要求的新型生产关系。

就区域经济层面而言,形成和发展新质生产力的关键,在于找准区域自身创新禀赋特征,补齐短板,发挥优势,因地制宜形成各具特色的区域科技创新模式。

一是提升区域原始创新能力。科技创新能够催生新产业、新模式、新动能,是发展新质生产力的核心要素。形成和发展新质生产力,对原始创新能力要求较高。目前,我

国基础研究发展存在明显的区域性差异,中西部欠发达地区和东部发达地区之间存在较大原始创新能力差距。可考虑针对中西部地区的区域性重大关键共性问题持续开展基础研究与应用基础研究,以加快原始创新带动技术与产品创新。在此基础上,结合区域创新基础和条件,有选择地聚焦生成式人工智能、工业机器人、生物制造、量子信息、高端芯片、合成生物学与生物育种、深海空天开发等前沿领域关键核心技术攻关,为形成和发展新质生产力提供助力。

二是加快区域产业创新步伐。战略性新兴产业和未来产业是形成新质生产力的重要载体。各地区应围绕战略性新兴产业和未来产业发展重点方向,结合自身产业基础,加快新技术转化应用,谋划布局一批产业集群。在战略性新兴产业方面,聚焦新一代信息技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保、生物医药等产业,加快关键核心技术转化应用。在未来产业方面,

聚焦类脑智能、量子信息、基因技术、未来网络、深海空天开发、氢能与储能等领域,加速产业孵化培育进程。

三是整合区域科创资源。强化企业创新主体地位,围绕企业需求配置公共创新资源,加速科技成果转化和场景创新应用。聚焦区域发展战略和产业需求,以国家实验室、国家技术创新中心、综合性国家科学中心等为重点,构建各具特色的区域创新平台体系,全面整合地区创新资源,提高科技资源的利用效率和效益。坚持把人才作为地区经济社会发展的第一资源,根据人才资源优势配置创新资源,构建尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的人才发展体制机制,促进地区教育、科技、人才一体化发展。完善开放创新机制,打造具有竞争力的区域开放创新生态,在构建新发展格局中统筹利用国内国际两种资源,为发展新质生产力提供必要的国际科技合作支撑。(作者系中国科学技术发展战略研究院研究员)

探索网红城市的“长红”之道

■郭万超 段 嵘

从“进淄赶烤”“贵州村超”“哈尔滨冰雪游”陆续火爆,再到“天水麻辣烫”出圈,我国旅游市场不断创造“消费传奇”。网红城市的出现是我国文化旅游领域的新现象,对于拉动经济增长、提升城市品牌形象具有非常积极的作用,值得深入研究。我们在关注下一个网红城市是哪里的同时,更应认真总结经验,探讨网红城市背后的流量密码,努力实现“流量变留量”“网红变长红”,这是推动城市文旅高质量发展的根本路径。

持续打造特色鲜明 旅游服务精品

网红城市离不开互联网有力地推动,但究其根本,还在于其独特的文化旅游产品。淄博市的走红主要靠积淀很多年的烧烤文化,榕江县的出圈源于乡村足球联赛,哈尔滨市的火爆主打具有绝对优势的冰雪旅游,天水市则是靠具

有独特韵味的麻辣烫……网红城市的出圈源于独具地方特色的美食或娱乐活动。这些城市充分运用抖音、快手等新媒体平台传播,以娱乐活动或美食为中心,融入地方特色文化,形成了对游客的强烈吸引力。

从网红城市向“长红”城市升级,核心在于精心打造精品文化旅游产品。淄博市通过技术升级、服务提升、产业支持等一系列有效措施,扩大了烧烤品牌的影响力,大大提高了城市美誉度。借鉴淄博市城市文旅发展经验,城市文旅产品的内容要精致,设计要新颖,要能触发游客“新奇性偏好”,要注重体验性,不断满足游客的个性化、情感化需要。此外,还要强化精准服务,助推流量不断“裂变”。网红城市通过“花式宠游客”实现了城市流量规模扩张。淄博市和天水市为了满足目标群体的出行开通了美食专线,哈尔滨市为“南方小土豆”提供定制新品。这些精准化服务让游客享受到“贵宾”

待遇和惊喜的体验,激发了他们的分享欲望,推动了正向网络传播。

调动全社会参与营造 主客共享空间

传统的旅游发展方式,主要靠文化旅游部门的力量推动。进入大众旅游时代,必须改变思维定势,构建全方位的“举城体制”,打造全民参与、全社会共建的新发展模式。

从现有的网红城市看,淄博、榕江、哈尔滨、天水的出圈都离不开各行各业的广泛参与。淄博市通过全面动员、全民参与,推行全民城管全域网格管理模式,共创有亮度、有高度、有温度的幸福美丽家园。哈尔滨的交通引导员、网络博主、铁路记者等在工作岗位上通过一言一行为城市代言,变成了民间旅游的推荐官;天水市市民和商家积极配合政府部门做好游客服务。旅游城市形象要改变主要依赖于政府官方宣

传的模式,要通过全民广泛参与,增强多维互动。

满足情绪价值,通过主客线下线上温情互动是网红城市流量持续的关键。要通过各部门联动和全民动员为游客提供全域化服务,以真诚化解陌生感,满足游客沉浸式体验需求。通过在线上与游客热情交流,政府等相关部门要快速响应,满足游客社交需求,加快“情绪”的网上传播。哈尔滨太平国际机场“快闪”花式迎接游客、地铁成为“摆渡车”;淄博的市民自发免费载游客等全域化服务,助推主客多维温情互动,引发网络热议,将游客情绪推至高潮。

构建跨界联动机制 促文旅消费升级

服务业承载力与旅游者流量集聚不匹配是目前网红城市面临的一大难题。完备的产业生态是承接流量变现的基础条件。一是要加快完善“文旅+”产业生态。充分

发挥本土产业优势,在文旅场景中植入非遗文创产品、农副产品、工业产品等地方特色商品,升级“文旅+”产业链,增加文旅产品附加值。要积极应对旅游市场变化,通过产业规划和政策支持,培育直播、短视频等新业态,把“流量”转化为“留量”。榕江县为了利用“村超”流量助推产业发展,培育了1.2万余个短视频账号和2200余个本地网络直播团队,就是最好的例证。

二是要推进文旅跨地域联动机制。借鉴南北“双向奔赴”的合作模式,深化区域间的文旅交流,加快游客互换、特产互换等区域合作。

三是要深化“文旅+”区域合作。以文旅合作为纽带,发挥区域间资源互补优势,扩大区域合作领域,带动相关产业发展和产业跨区域协作,激发区域文旅市场发展活力,释放区域文旅消费动能。(作者分别系北京市社会科学院传媒与舆情研究所所长、研究员;中宣部电影卫星频道节目部副主任、国家一级导演)