今日关注

深入挖掘数字经济潜能

■ 王云杉

更好捕捉产业变革风向、抓住时代机遇,力促传统产业"老树发新芽",新兴产业"独木成森林",未来产业"小树快成长"

浙江三门县一家水产育苗公司,每隔5分钟,一只只电子眼将每只青蟹的最新情况传回"AI智慧大脑",记录分析生长状态,及时反馈异常发现,为海水养殖业创新发展探路。

位于杭州市余杭区的之江实验室,此前发布"三体计算星座"计划,致力于打造天基智能计算基础设施,实现卫星之间互联互通,2025年计划发射超过50颗计算卫星。

星辰大海,创新涌动。2024年的中国经济年报显示,我国规模以上高技术制造业增加值较上年增长8.9%;高技术服务业投资比上年增长10.2%;规模以上数字产品制造业增加值增速明显快于规模以上工业。加快积蓄的新动能新优势,为深入认识中国经济发展的潜能提供了生动素材。

产业智能化里有潜能。看京津冀,三地合力共造"一辆车",来自天津、河北的数百家关键零部件企业为小米汽车提供配套支持,十几万台新能源汽车从小米汽车北京工厂销向全国。在长三角,一台弧焊机器人,轴承来自温州,伺服电机产地衢州,减速机为苏州出品,下线一台"全长三角造"机器人只需12分钟。产业集聚为培育新兴产业提供更高效率、更低成本的供应链支撑,产业向新又为推动区域协同发展提供抓手,这样的互动释放巨大潜力。

应用多元化里有潜能。数字经济的蓬勃发展还得益于需求牵引。超大规模市场和完整产业体系,让我们发展新兴产业具备了场景丰富的独特优势。国产大模型在落地应用方面百花齐放,加速服务千行百业;人形机器人持续演进,竞相走出实验室,进厂"实训";自动驾驶技术不断成熟,一辆辆"聪明的车"驶上"智慧的路"。丰富的应用场景给新兴产业提出了许多新课题,也带来强劲驱动和宝贵的推广机遇。

以更大视角看,新型工业化、新型城镇化、农业现代化扎实推进,为数字经济提供了广阔舞台;数字娱乐、在线教育、直播及短视频购物等新型消费蓬勃发展,持续带动着高技术服务业的进步;数字产业化和产业数字化稳步推进,不断激发数字经济的潜力。

第五次全国经济普查新增数字经济等调查内容,结果显示,我国数字经济蓬勃发展,新兴产业拔节生长。立足独特优势,因地制宜培育发展新质生产力,我国经济还将打开新空间、创造新可能。

新领域新赛道往往是"无人区",需要制度供给的持续跟进。比如,数据作为数字经济时代的新型生产要素,潜在价值大、发展变化快。2024年以来,数据要素市场化配置改革不断推进,《中共中央办公厅国务院办公厅关于加快公共数据资源开发利用的意见》等多项制度文件接连落地,为释放数据要素价值提供政策支撑。围绕新动能发展的堵点卡点,加强政策保障,方能助力企业跑出创新加速度。

我国发展正处在动能转换的关键时期,一些传统动能在减弱,但又有一些新动能在茁壮成长。乘势而上,更好捕捉产业变革风向、抓住时代机遇,力促传统产业"老树发新芽",新兴产业"独木成森林",未来产业"小树快成长",定能把各方面有利因素转化为发展新动能,为经济高质量发展添动力。 (《人民日报》)

积极打造特色文旅品牌

■ 孙明增

春节黄金周期间,全国各地文旅市场精彩纷呈。西安大唐不夜城人潮涌动,海南离岛"免税+年俗""免税+国风"主题活动引起广泛关注……这场全民共享的春节文旅盛宴,是文旅消费势能强劲的生动注脚。

流量引得来只是开端,留得住才是王道。当前文旅市场中,不少项目与产品依托社交媒体、网红经济以及热点事件的传播营销,短期内可形成现象级流量效应,然而,如果未能建立可持续的吸引机制,往往导致流量快速消退、市场认可度流失。当节庆狂欢的烟花逐渐消散,如何将流量转化为发展常量,沉淀为滋养产业发展的活水,是各地文旅发展需要直面的命题。

品牌赋能是文旅"热流量"转为"常流量"的密钥。文化和旅游部印发的《国内旅游提升计划(2023-2025年)》提出,推动旅游业标准化、专业化、品牌化发展,培育一批专业度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的服务精品,充分发挥服务品牌对旅游服务质量提升的引领带动作用。在文旅品牌赋能实践中,瞄准情绪价值和情感体验优化提升文旅服务,将助力实现文旅网红项目的长红。

文化和科技融合,催生了新的文化业态、延伸了文化产业链,又集聚了大量创新人才,是朝阳产业,大有前途。培育新型文化业态,发展文化新质生产力,是科技赋能文旅产业的精彩演绎,也是文旅产业乘"数"而上的崭新蓝图。国家统计局数据显示,2024年文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入59082亿元,比上年增长9.8%,文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为65.7%。打造特色文旅品牌,就要探索文化和科技融合的有效机制,营造新场景、新空间,形成新产品、新体验,催生新业态、新消费,展现文化新质生产力的特质与效能。

在消费代际更迭与商业生态变革的双重驱动下,人们的需求正从基础服务向情感共鸣升级,倒逼文旅供给体系进行革新。打造特色文旅品牌,一方面要丰富高品质供给,推出更多适销对路的文旅产品,打造更多优质景区和精品活动;另一方面要创新消费场景,打造更多让游客可视听、可品尝、可感知、可参与的沉浸式场域。文旅的供给侧结构性改革,本质上就是通过文化解码与科技编码的融合创新,将流量入口转化为情感锚点,最终实现文旅消费从浅层观光到深度认同的价值跃迁。

青年群体既是重要的文化群体、旅游群体,也是重要的创新群体、传播群体。近年来,说走就走的"背包游"悄然兴起,特种兵式"打卡游"方兴未艾,一股股文旅新风潮的兴起,都离不开青年群体的热情参与和积极分享。打造特色文旅品牌,就要积极适应年轻人的旅游需求和偏好,大力发展首发经济,广泛开展年轻人喜闻乐见的展览、科普、体育、动漫、电竞等活动,丰富自驾游、房车游等场景,以年轻态旅游辐射多类人群,促进文旅产业多元化、多层次发展。

中华文明革故鼎新、辉光日新,越来越多的中国人穿梭于青砖黛瓦间守望文化乡愁,驻足于非遗工坊里感知匠人匠心,在山水形胜中完成对文明密码的当代解码。打造特色文旅品牌,要用好历史文化资源,以山水楼阁为卷轴,铺陈历史街巷的烟火画卷;借非遗技艺为笔墨,书写传统美学的当代表达。要提升旅游文化品位,在文旅产业的各个环节中注入更多思想性、艺术性内涵,让文旅体验超越浅层观赏,让人文精神滋润游客心田。

流量就是人心,留住流量就是凝聚人心。推动文旅产业高质量发展,必须牢牢抓住品牌建设这个关键,不断提升文旅品牌的科技分量、情感盈量、青春含量、文化雅量,推动文旅产业从规模扩张转向价值深耕,由感官刺激升级至心灵共鸣,让文旅产业成为滋养现代生活的文化,筑牢中国式现代化的文化根基。 (《光明日报》)

画中有话

环检造假乱象

违规修改车辆额定功率、替车检验、使用OBD(车载诊断系统)作弊器……一段时间以来,生态环境部公布多批机动车排放检验领域造假案例。

"新华视点"记者调查发现,有些检测机构篡改数据故意"放水",替车检验已成灰色产业链,环检造假让一些尾气超标车辆"带病上路"。

(新华社发 朱慧卿 作)

-3℃还上路洒水
工作作风"上冻"非一日之寒

■ 林 静

俗话说,冰冻三尺非一日之寒。这几年,每逢路面上冻,总有让群众"心寒"的新闻出现。洒水车"热情"不减,依然上路洒水作业,导致车辆打滑撞伤行人。如此迷之操作,明显有违常识,却年年有、各地有。其暴露的恐怕不是工作太"积极",而是思想有问题。

这一次,"洒"出事故的,是湖南娄底市新化县。网传视频显示,一辆灰色小轿车在路口掉头时,仿佛置身溜冰场,车轮打滑接连撞到两名骑电瓶车的路人。另有多名网友跟帖吐槽,讲述自己摔倒摔伤的遭遇。视频所配文案一语中的,"洒水车,看你干的好事!"

对此,当地城管局回应称,事故原因是新聘用了一批司机,"培训做得不到位""工作太积极",对停止洒水通知没完全知晓。对于受伤市民,"经交警定责,有责任肯定会管"。有责必担的回复很显诚意,但认错态度再好,赔偿市民的钱,还不是财政支出?用纳税人的钱,慷财政之慨,还把老问题的责任,甩锅给新司机,这算哪门子诚恳致歉?再者说,冬天洒水带来的风险,难道不是明摆着吗?低级错误屡犯不改,老问题"老出问题",根源还在工作中教条主义坚冰难融,作风"上冻"非一日之寒。

蛇年春晚,小品《花架子》讽刺感拉满。镇政府下达要求,在执行中被层层加码,变得荒腔走板,洒水车下雨天照洒不误,溅得路边群众一身泥点。对照来看,冬天洒水和雨天洒水,都是形式主义"坏水"。由此可见,舞台之外,如果只想对上负责,对下塞责敷衍,缺乏人民至上的服务意识,"花架子"只会花样翻新,拆不尽清不完。

实际上,针对市民质疑"大冷天洒水,这就是添乱",新化县并非没有预案。早在2023年12月,当地就曾明文答复市民反映的"关于洒水车冬季洒水导致路面结冰"的问题,并出台作业规范,即路面温度0℃以下、桥面温度3℃以下停止作业。

由此可见,冬季道路洒水降尘,必须启动看"天"作业模式,最大限度减少对市民的影响,保障出行安全。各地并非缺乏共识和认识,地面之所以总是结冰上冻,原因还是公共管理缺乏应有的温暖。城市市容整洁、整齐划一,固然是外在之美。可真正的美,应是充满人文关怀,将每一位市民放在心上。

近年来,中央要求各地严格执行《整治形式主义为基层减负若干规定》,紧盯突出问题一抓到底,把基层的"痛点"作为整治的"靶点"。只有把老百姓身边的大事小情解决好,坚定人民至上的服务意识,才能为僵化的工作作风"解冻",让人民感受到应有的温暖。

精细化的城市管理,要拿出绣花功夫,感知民生冷暖。不搞花架子、教条式洒水,把民众获得感、幸福感作为真正的考核指挥棒,才能为基层松绑,重实干、重实绩,杜绝为了政绩面子,给基层添堵添乱。 (光明网)

听见·九江 视频号

美食季元宵特辑 我为家乡代言

——美食季2025年春节特辑香飘来袭

听·见-九江

打开微信,扫码看视频

九江日报 抖音号

@九江日报

灯火辉煌,山河春醒!非遗花灯点亮九江,邀您共庆喜乐…

打开抖音APP,扫码看视频

2025年春节,九江用一组硬核数据刷新城市纪录!

从3222万票房到景区274万客流,从商圈消费翻倍到治安警情"双下降",这个春节九江文旅经济火力全开,景区入园闸机单项位居全省第一,综合销售额同比增长113%,九江的年味更浓了。一组数字带你解锁九江"超燃春节"的硬核成绩单。

(记者许钦 蔡雪英)

扫码看详情

昨晚,九江教师再次登上央视舞台!

1月28日晚,江西省九江市彭泽县第一中学教师刘志强登上央视春晚舞台。

2月12日元宵节,刘志强老师再次亮相央视2025元宵晚会,C位出场《与共》。

同时,曾在央视春晚演唱《伟业》的原班人马——农民歌手刘广局等各行各业劳动者代表,也将再次登上元宵的舞台,一曲《与共》唱出携手奋斗、再创辉煌的壮志豪情。

刘志强,毕业于长春大学,2013年获湖南卫视快乐男声吉林赛区亚军;2020年担任中国好声音深圳赛区评委;2023年就业于彭泽县第一中学至今。

扫码看详情

央视《新闻直播间》报道九江都昌县举办赛灯粑传统民俗活动

2月11日,央视《新闻直播间》栏目播出《明日是正月十五元宵节 江西:赛灯粑 舞龙灯 闹元宵》,报道九江市都昌县举办赛灯粑传统民俗活动,在欢乐祥和氛围中喜迎元宵节的到来。

扫码看详情

"谜说非遗"获奖名单和谜底公布,你猜对了多少?

2月9日至12日,掌中九江开展了"谜说非遗"线上猜灯谜活动,得到了广大市民网友的积极支持参与,现将获奖名单公布,快看看有你吗?

扫码看详情

快看!AI版"飞流直下三千尺"登上央视

2月6日大年初九,由中央广播电视总台央视综合频道策划制作的中国首部文生视频AI动画片《千秋诗颂》第三辑上新,于总台央视综合频道(CCTV-1)16:50档播出。

当AI复刻出李白在庐山飞瀑下的侠客行:白衣胜雪、剑气如虹的少年诗仙竟有这般鲜衣怒马的传奇!重现了谪仙"飞流直下三千尺"的创作意境,呈现了浩瀚的诗词世界,走进了诗人李白的故事。

扫码看视频

融媒 掌中九江 九江日报社新闻客户端

掌中九江 出品

(扫码下载客户端,看更多新闻)

九妹"嗑"学室丨原来元宵节是古人的"脱单"之夜!

扫码看视频

制花灯、吃汤圆、猜灯谜……九江元宵"闹"翻天!

元宵佳节,九江各地热闹非凡!花灯璀璨、汤圆飘香,共猜灯谜轮番上阵,市民们欢聚一堂,共度团圆夜,九妹带你来看看!

扫码看详情