



网 址:www.sxjib.cn
投稿邮箱:sxjrb@sxjrb.com
新闻热线:4660816



山西经济日报
周刊
SHANXI ECONOMIC DAILY

2019年12月25日 星期三
责编·组版:孟国宇 校对:小曹

5

工业“牵手”文化,“工业+旅游”创新生态浮出水面

本周聚焦

“工业是强国之本,文化是民族之魂。在工业化进程中,工业文化时刻影响着人们的思维模式、社会行为及价值取向,是工业进步最直接、最根本的思想源泉,是提升工业综合竞争力的重要手段。”12月17日,在山西省工业博物馆联盟和山西省工业旅游联盟成立大会上,工业和信息化部工业文化发展中心副主任孙星说,“当前,工业文化发展还处于起步阶段,迫切需要社会各界群策群力、共同努力。”

发展工业文化,山西优势明显

2017年1月,工业和信息化部、财政部印发了《关于推进工业文化发展的指导意见》提出,建立工业遗产名录和分级保护机制,保护一批工业遗产,抢救濒危工业文化资源。引导社会资本进入工业遗产保护领域,鼓励有条件的地区利用老旧厂房、设备等依法建设工业博物馆,打造一批工业创意园区和工业文化特色小镇,建设一批具有社会公益功能的工业旅游示范点。

我省是全国的老工业基地,工业门类发展齐全,工业文化底蕴深厚。尤其是煤炭工业文化具有自身的特色,煤炭工业遗址、矿山公园、博物馆、展览馆已经形成规模,在山西的工业文化中占有重要地位。

记者了解到,太原兵工厂和阳泉三矿名列第二批国家工业遗产名单,长治“刘伯承工厂”旧址、石圪节煤矿、高平丝织印染厂入选第三批国家工业遗产名单。

我省有着丰富的工业旅游资源,机械工业、煤炭、钢铁、醋、酒等不一而足。对于旅游资源的开发,从初期以博物馆为主,向创业园、产业园、工坊、公园的形式转变。如1989年建成的中国煤炭博物馆是,2007年建成的杏花村汾酒博物馆以及近年来的陆续建成的晋华宫国家矿山公园、太钢博物馆、丹朱岭工业旅游区等。



工业旅游是伴随着人们对旅游资源的拓展而产生的一种旅游概念和产品形式,是全域旅游发展不可或缺的重要组成部分,近年来已经发展成为人们喜欢且积极参与的一种旅游方式,更成为当今弘扬工业文化、传播工业精神、展示工业文明成果的重要途径,在促进产业和城市转型升级方面发挥了重要作用。

不同于传统旅游,工业旅游带给游客独特的观赏性和感受,许多在日常生活中很难有机会领略到的生产过程、加工工艺、制作环境等,充分满足了人们的好奇心。近年来,越来越多的人希望了解与自己生活相关的工业产品是如何生产出来的。而工业旅游能让更多人走进工厂,见证生产工艺,了解企业文化,体验工业之美。

我省各地积极探索工业旅游发展的新思路、新模式。广大工业企业也越来越注重发展工业旅游,设计景点景观和参观线路,委托专业机构运营管理,在参观基础上,拓展科普、体验、研学等项目,取得了良好的社会效益和经济效益。

“山西要推动工业高质量发展和文化旅游融合发展,工业旅游是最佳契合点,希望两大联盟举全联盟之力发展“工业+旅游”创新生态。”省工业和信息化厅厅长李晋平说。

两大联盟启动,传承山西工业精神

同时成立工业博物馆联盟和工业旅游联盟,我省是全国第一个省;成立工业博物馆联盟,我省是全国第一个省;成立工业旅游联盟,我省是全国第二个省。

两大联盟的成立,对于传承山西工业精神,夯实工业文化发展基础,推动山西省工业旅游事业发展都有着非常重要的意义。

全国工业博物馆联盟秘书长唐明山表示,工业博物馆是工业文化的重要载体,记录着城市的工业发展进程,承载着城市变迁的时代记忆,葆有丰富的文化内涵,在弘扬、传承民族文化与工业价值观方面发挥着举足轻重的作用。随着城市发展和产业升级,有越来越多的“老”厂房改造蜕变为工业博物馆,成为工业文化的“新”地标,这给工业博物馆发展

提供了新方向,赋予了新使命、带来了新机遇。山西成立省一级工业博物馆联盟,是全省工业、文化乃至经济社会发展中具有里程碑意义的一件大事,必将对山西工业文化建设、工业博物馆事业发展,促进地方城市转型升级产生积极作用和深远影响。

全国工业旅游联盟理事长辛仁周指出,山西省工业旅游资源丰富,煤文化、酒文化、醋文化和军工文化独具特色,催生了一批具有区域乃至全国影响力的工业旅游景区。建议山西省工业旅游联盟在工业旅游基础上,把自然风光、人文、红色等内容串联在一起,打造具有山西文化特色的工业旅游精品路线。

省文化和旅游厅副厅长王琳说,联盟要积极开展工业文化的研究。根据工业和信息化领域特点及各馆特色,开展工业博物馆相关理论与实践研究,更好地满足人民群众多层次文化需求,成为塑造和传播国家工业新形象的重要阵地。工业旅游有着特殊的魅力,联盟要找准定位,打造宣传品牌,让更多的人爱上工业旅游。

整合比较优势,搭建共同发展平台

“目前全省正开展经济转型和能源革命综合改革试点,山西省工业博物馆联盟和山西省工业旅游联盟要充分发挥工业博物馆展示窗口、科普基地、经验交流平台的优势,不仅对传统工业文化,更要对正在进行中的变革进行研究、宣传、推广。”省能源局一级巡视员胡万升表示。

山西省工业博物馆联盟和山西省工业旅游联盟由中国煤炭博物馆、晋华宫国家矿山公园、运城盐湖(中国死海)旅游公司等11家单位发起,目前成员有41家工业博物馆和49家工业旅游单位。

作为工业文化的重要载体,两大联盟成立之后,将着手打造五个平台:一是打造工业文化旅游研究的平台;二是打造政府引导工业文化旅游产业发展的平台,建立联盟常态化运行机制,组织联盟成员与各级政府对接交流;三是打造工业文化旅游协同发展的平台。促进联盟成员实现销售协同、创新协同、布局协同、合作协同、管理协同、人才协同,实现融通发展,形成合力;四是打造工业文化旅游人才培养的平台;五是打造工业文化旅游国际交流合作的平台。树立全球视野,积极组织联盟成员参加各类工业文化旅游领域国际交流合作活动,推动工业文化旅游产业国际化。

新当选的联盟理事长、中国煤炭博物馆馆长张继宏表示,联盟将为山西工业文化单位搭建学习交流、互学互鉴、共同发展的平台。新时代要构建创新生态,聚焦工业文化高质量发展,群策群力,集思广益,不断扩大联盟的覆盖面和社会影响力,扩大交流合作,使联盟成为具有强大凝聚力、共建、共享、共赢的“大朋友圈”。要发挥联盟作用,整合比较优势,共同携手为工业博物馆、工业旅游、工匠精神、工业文化事业做出更大的贡献。

随着两大联盟的成立,我省工业文化旅游事业发展的新篇章将开启,工业文化旅游成为山西全域旅游发展的新引擎将不再遥远。

真情志愿让城市更温暖

链接

一座城,该有怎样的底色和品格,才能映衬出她的魅力,答案是“文明”。在创建文明城市的“大考”中,志愿服务一直为晋城的城市文明“添砖加瓦”。

援助困难人群、维护交通秩序、与社区“联点共建”……这些温暖的画面让这个城市更美,也让晋城的志愿服务焕发出勃勃生机与活力。一个个志愿组织成为引导群众践行社会主义核心价值观的鲜活载体,也成为建设文明幸福晋城的强烈助推器。

善行义举托起文明之城

小广告、小招贴是影响市容市貌的顽固“牛皮癣”,与文明城市创建格格不入。创文测评期间,晋城供电公司组织志愿者90余人次,积极走进“联点共建”万苑社区开展文明城市环境专项整治活动,累计志愿服务40余小时。11月23日至今,气温骤降、寒风凛冽,志愿者不畏寒冷用锋利的工具铲除玻璃上的“牛皮癣”,然后用抹布将宣传板、垃圾箱、店面玻璃擦拭干净。锋利的道具割伤了手指、双手双脚冻得发麻,嘴唇也裂开了……忙碌的志愿活动常常让他们一上午顾不上喝口热水。虽然寒风凛冽气温骤降工作劳累,但他们却用实际行动让这座城市更有温度。

志愿服务不是某个节日的活动,只有常常开展才能融入百姓生活。近年来,晋城供电公司广泛开展志愿服务活动,在环保绿化、扶老济困、交通文明等各领域发光发热,用一场场公益活动、一次次爱心善举不断刷新城市的文明指数。

义务编织社区“文明网”

“请不要随意扔垃圾,一起参与文明城市的创建!”在万苑社区,志愿者们拿着《晋城市文明手册》进行宣传,向沿街商铺发放宣传折页和文明倡议书,耐心和蔼地提醒居民。同时,志愿者还在街上整治乱停乱放现象,引导社区居民有序停放。

为进一步推进文明社区的创建,晋城供电公司各志愿小组积极行动起来,对乱停乱放、乱扔垃圾等不文明行为进行劝阻,督促其改正。对万苑社区沿街商铺进行墙面清理,拆除违章护栏。同时在人口流量大的地方发放城市宣传折页、《文明手册》,宣传安全用电和节能降耗,呼吁大家共同参与文明创建,齐心呵护美丽家园。

爱心获得肯定和赞扬

“乱停乱放现象明显减少了”“社区环境明亮起来了”……社区居民的话语,印证了晋城供电公司“联点共建”活动取得的成效。志愿者们用实际行动来倡导群众共同维护良好环境卫生的行为,得到群众的充分肯定和一直赞许。晋城供电公司主动承担社会责任,充分利用联点共建契机,积极参与到共建文明城市热潮中,扩大了群众对“创文”的参与面和知晓度,将文明创建活动融入全面社会责任管理实践,进一步提高了公司的美誉度。

晋城,因为有了志愿者们的热忱和无私奉献而更加和谐;志愿者们的善行义举在寒冷的冬天汇成了火炬照亮城市之魂,传导着城市温度、文明深度、精神刻度,让这座城市更加温暖;志愿服务精神俨然成为了城市文明底蕴中的一抹“亮色”。



志愿者在擦拭宣传板。
孟祥海 郭科科 王丹丹 摄

热点关注

如何振兴老字号,听听专家怎么说

中华老字号是蕴含中华民族商业文化与匠人精神的璀璨明珠,是数百年来竞争中留下的精品,历久弥新。振兴中华老字号,是推动民族品牌建设,复兴中华优秀传统文化的重要组成部分。如今,站在新时代的历史起点,中华老字号在传承与创新中面临着诸多挑战,也蕴藏着许多机会。

12月21日,中华老字号振兴·汾酒发展战略研讨会在太原召开。来自不同领域的专家学者共商老字号振兴之策,为中华老字号振兴贡献思想与力量。

怎么看待品牌?

品牌是什么?有人说品牌是一个企业的软实力。但在欧洲科学院院士、清华大学教授熊澄宇看来,这个说法不完整,品牌实际上是一个企业综合实力的体现。品牌有三个核心要点,一是原创性,即要有知识产权;二是差异性,即要找到自己特定的用户群体;三是唯一性,即只有自有、别人没有。品牌从注册商标开始到建构完成,不仅仅体现为软实力,而是包含内外合作构建、打造、传播、反馈的整体过程,是综合实力的体现。

上海市社会科学院学者、上海品牌发展研究中心执行主任姜卫红提出,在建设品牌强国的过程中,中华老字号具有特殊的历史文化价值。但目前,我国大多数老字号企业在发展过程中存在思维僵

化、固守传统的问题,导致企业在激烈的市场竞争中日趋被动,发展艰难。改革开放以来,已有不少老字号企业被市场淘汰,令人惋惜。

参考消息报社原总编辑张铁柱表示,一个国家或地区经济崛起的背后是品牌强势崛起,我国是“产品大国”、“品牌小国”,推动中国品牌走向世界任重道远。在中国品牌集体崛起,走向世界进程中,兼具经济和文化双重价值的中华老字号,无疑是中国品牌战略中不可或缺的组成部分。

新华社民族品牌工程专家咨询委员会主任、瞭望周刊社原总编辑姬斌说,品牌不是评出来的,是真正实实在在做出来、实实在在干出来的。品牌是一种口碑,是人民消费者心目中的一种口碑、一种认同。汾酒集团正在做很多有意义的事情,这是真正做品牌、干品牌。

怎么看待汾酒品牌?

汾酒是独具中国文化魅力的白酒老字号,拥有6000年的酿酒史,800年的白酒史,300年的品牌史,是清香型白酒的典型代表。

熊澄宇表示,汾酒是一个老字号,而老字号是经过历史过滤,通过用户的检验、筛选留下来的,是品牌中的品牌。所以,对汾酒品牌,不仅需要考虑如何打造,还要考虑如何维护,要对其文化进行解读。

“品牌是物质符号体系,精神

价值体系和行为制度体系的综合体现。把这三点放在汾酒品牌文化方面思考,我们可以看到汾酒在物质层面留下来的酒和酒具,在精神价值层面留下的酒文化认知,以及它给我们带来的行为方式、制度方式的演变。一方水土养一方人,汾酒为什么在杏花村延续6000年,这里面有很多东西可以去发掘。要把看得见的有形和看不见的无形遗产结合起来,汾酒在这方面有很大的提升空间。”熊澄宇说。

姜卫红认为,汾酒能成为老字号中少数做到基业常青的企业,关键在于汾酒注重体制、机制改革,在企业内部考核中以结果为导向,努力做到能者上、庸者下,激发员工潜力,实现较快增长。

姬斌指出,汾酒集团近年来力推“骨子里的中国”这一品牌IP,从中国品质、中国气派、中国精神三个维度对汾酒品牌进行了很好展现,是老字号企业品牌推广的典范。作为老字号代表企业,汾酒不仅要成为中国白酒行业的标杆企业,也要在全世界成为彰显山西文化乃至中国酒文化的一张名片。

中国品牌建设促进会理事长刘平均表示,当前全球市场中,20%的知名品牌占据了80%的市场份额,全球已进入品牌经济时代。我国需要培育一批国际知名的产品品牌、企业品牌、区域品牌、产业集群品牌,树立中国品牌的优良形

象,并参与全球品牌经济的激烈竞争。汾酒是享誉全球的中国名酒,文化历史源远流长,是中华名酒的杰出代表,汾酒集团应积极打造产品品牌,代表中国酒类品牌拓展国际市场。

汾酒品牌如何复兴?

研讨会上,汾酒集团董事长李秋喜展望了汾酒的复兴之路,阐述了汾酒复兴的三个层面:从品牌层面看,复兴就是要实现汾酒作为“第一历史文化名酒”的奋斗目标;从企业层面看,复兴就是要实现汾酒经济效益显著、管理水平先进、人才队伍优秀、文化氛围浓厚、创新能力突出、社会形象良好、拥有核心竞争力的现代企业目标,并成为引领中国白酒高质量发展的主导力量;从汾酒人层面看,复兴就是要让每一位汾酒员工能够以高度的获得感、幸福感、安全感,满足对新时代美好生活的追求和向往。

汾酒人明确了实施复兴战略的方向,即“三个依靠,三个新”:依靠技术进步,品质提升要有新发展;依靠文化营销,市场拓展要有新突破;依靠管理创新,能力建设要有新提高。

熊澄宇表示,结合“不忘初心、牢记使命”主题教育,酒文化与百姓生活紧密相连,可以从增强百姓的获得感、幸福感角度去落实,不仅拓展为产业链,还可以构建生态圈。只有融入老百姓的

生活,才能真正实现老字号振兴、汾酒品牌复兴。

针对汾酒未来发展,姬斌希望汾酒率先破解中华老字号如何专注主业,做强主业的问题。“中华老字号都有一个特点,都有一个主产品,都有一个主行业,不能说中华老字号主行业衰败了,中华老字号意义就失掉了,这个怎么通过专心、专业、赢得市场、赢得尊重、赢得口碑、赢得价值、赢得卓越的问题,我相信汾酒集团能在这方面作出它的努力。”姬斌说。

他特别指出,汾酒应持续加强品牌建设,“率先破解如何讲好中国酒文化故事的课题,耕耘好‘骨子里的中国’这一品牌IP,厚积起企业发展的软实力”,努力将汾酒品牌带向世界,真正成为中国白酒在全世界的一张名片。

中华老字号历经时代风雨,接续百余年中国民族工商业的脉络,承载民族记忆,传承中华民族生生不息的商业文明。汾酒集团作为中华老字号企业的杰出代表,多年来,在企业文化建设、科技创新、品牌推广等领域不仅走在老字号企业的前列,更走在了中国白酒业的前列,成为山西经济与文化发展过程中一张历久弥新的名片。

“以汾酒为代表的中华老字号,承载着中华民族的精气神,老字号不仅属于过去,更属于未来。”与会专家达成共识。

本版稿件由本报记者王龙飞采写