

用改革这把“万能钥匙”，引领我省园区高质量发展

闫勇

高质量发展的根本在发展，发展的支撑靠产业。没有强大的实体经济，就没有现代化产业体系；没有现代化产业体系，就没有高质量发展。产业园区是经济建设尤其是产业发展的主战场，是高质量发展的主引擎，是实现“三高四新”美好蓝图的重要平台。2022年，全省139个规模以上产业园区，以占全省约0.5%的国土面积，贡献了全省36.3%的地区生产总值、72.5%的规模以上工业增加值、83%的进出口总额、71%的高新技术产业增加值、48%的税收，为构建以实体经济为支撑的现代化产业体系，建设中国式现代化新湖南提供了有力支撑。进入新时代，面对新格局和发展新要求，对标新定位，用好改革创新这把“万能钥匙”，着力开展产业园区体制机制改革探索，引领产业园区高质量发展，从而助力现代化产业体系建设。

优化规划布局，着力构建现代化产业体系

习近平总书记强调，中国式现代化不能走脱实向虚的路子，必须加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系。2023年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化开发区管理制度改革推动开发区高质量发展的意见》，明确指出产业园区必须坚持制造业为主体，聚焦实体经济发展。当前，我省园区产业规划布局还不完善，比如新兴产业布局有盲目性，园区主导产业、特色产业的比重还偏低等。因此，必须进一步优化全省园区产业规划布局。

对园区产业定位再精准。省委、省政府明确构建了“4×4”现代化产业体系，这是我省产业的总图谱，这并不意味着各市州、各园区眉毛胡子一把抓，16个方向样样都搞。相反，各地要结合自身实际，从这张“总图谱”中找准产业定位、确定主攻方向。比如，仅“先进制造业”就涉及31个行业大类，其关涉范围已经很大、很广泛。因此，产业园区定位更明确、更具体，就更容易形成握指成拳的合力。2023年上半年，江苏昆山市着眼园

区“二次开发”转型提升，推出特色专业创新园区发展行动计划，打造产业规划清晰、集聚度凸显的特色型、品牌化园区。湖南在推进园区产业定位时应学习借鉴昆山等地成功经验，立足国家产业政策方向和园区产业基础、特色优势，科学确定园区主导产业、特色产业和未来产业，推动园区特色化、差异化发展，形成品牌和特色，进一步提高产业发展集中度和显示度。

对园区产业数字地图编制再提速。为明晰产业布局，上海、广东等地积极开展产业地图编制工作。上海每年发布《上海市产业地图》，2022年上海产业地图包括138张产业现状图和产业未来图，形成了3批53个特色产业园区地图，依托产业地图着力发展主导产业。湖南可围绕园区资源禀赋，开展“园区产业集群描绘计划”，搜集与产业集群发展、园区社会经济特征、商业环境质量相关的数据，积极绘制发布园区产业集群数字地图，并结合区域优势、配套环境等调整相关布局，推动园区产业集群发展，形成一批品牌显示度高、创新浓度高、经济密度高的“产业园区”。

创新运行机制，着力构建专业化管理体系

习近平总书记强调：“深刻把握我国发展要求和时代潮流，把制度建设和治理能力建设摆到更加突出的位置，继续深化各领域各方面体制机制改革，推动各方面制度更加成熟更加定型，推进国家治理体系和治理能力现代化。”当前，我省园区管理和运行机制问题仍然较为突出，一定程度上存在“机关化、行政化”倾向，部分园区编制臃肿，社会事务负担重，难以聚焦主责主业。从历史

经验来看，没有一个放到各地都管用的、最好的模式，也没有一个不同时期都管用的、最好的模式。湖南园区体制机制改革，需要根据当前园区的规模、发展阶段，重点在管理和运营两方面进行创新探索。

管理体制突出“去行政化”。江苏多地先行先试开展园区“去行政化”改革，进行整体性、系统性性能重构。如扬州开展推广“开发区+功能区”“一区多园”“区镇合一”的开发区发展模式，泰州推进“两集中三剥离”，苏州工业园区探索开发区体制、行政职能、自贸区使命“三区融合”的发展新路径，推动大部门制优化升级。湖南可在借鉴这些经验基础上，探索园区大部门、扁平化、聘任制管理模式，理顺开发区与行政区关系；精简整合开发区职能机构，探索“开发区+功能区”发展模式，积极推广省级以上园区对乡镇工业集中区或功能园区进行统一管理、整合发展；探索“区镇分设”等发展模式，明确开发区与所在乡镇（街道）的管辖边界、职责定位，推动具备条件的开发区逐步剥离社会事务管理职能，交由属地政府承担，推动园区市场化、专业化发展，瘦身健体、强筋健骨，切实提高园区运行效益。

建设运营突出“市场化”。北京中关村、上海浦东张江等园区通过成立园区运营集团公司，实现了园区的专业化市场化运营；深圳、上海、海南等地一些园区通过设立既不是行政单位也不是事业单位的管理局的法定机构，以此行使管委会的职责，实现园区运营的市场化。湖南园区可结合自身特点，有序推进政企分离、管运分开，探索“管委会+公司”等运营模式，积极引导有意愿、有实力、有资源的市场主体，参与园区开发建设运营。

开展要素改革，着力打造市场化支撑体系

提升园区要素资源的效率，需要积极开展园区要素市场化改革。

探索全员聘用制改革。为提高园区干部工作积极性，江苏、山东、浙江、湖北等地积极试点园区干部全员聘用制，我省长沙、湘潭、郴州、娄底等市州的部分园区，也先后以“岗位全面聘任、身份档案封存、以岗定薪、优绩优酬”等为内容进行了改革探索。下一阶段，应当在全面总结园区全员聘用制改革成功经验的基础上，鼓励条件成熟的园区按照国家级、省级、市级园区等不同级别、不同类型园区，分类施策，有序推进全省园区用人改革进程。探索绩效薪酬激励机制改革，建立与招商引资、项目建设、产业发展、税收增长等绩效挂钩的工资水平动态调整机制。畅通园区干部流动通道，进一步激发园区干事创业活力。

探索土地节约集约利用改革。浙江的“标准地”改革、“亩均论英雄”改革，上海的“产业上楼”、零星低效用地成片改造，都是优化土地资源配置、提高土地节约集约利用效率的成功之路。湖南应抢抓国家重新核定园区用地面积的机遇，优化亩均效益评价标准和评价方式，把亩均效益作为园区扩区、调区、升级、退出的重要依据，以改革的办法倒逼园区盘活闲置土地、厂房等资源。进一步完善园区规划用地标准，建立“标准地”指标体系和出让制度，试点新批工业用地按照“标准地”出让。鼓励土地混合利用，创设产业综合用地(M0)类型；深入推进“工业上楼”，引导支持生产规模小、占地面积大的企业退出用地，向工业地产集聚；支持零星工业用地转型升级，

徐琴

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央从中华民族伟大复兴的战略高度重视国际传播工作，提出了一系列新思想新观点新论断。习近平总书记对宣传思想工作明确提出“七个着力”的重要指示中，“着力加强国际传播能力建设、促进文明交流互鉴”就是其中之一。新时代新征程，加强国际传播能力建设，应着力从新的传播角度、大的传播格局、多的传播形式、强的传播队伍等多个维度提升，整体塑造可信、可爱、可敬的中国形象，切实提升中国的国际影响力和国际话语权。

着力展示好中华优秀传统文化，挖掘更新的传播角度。在全球化、现代化的浪潮冲击下，应以海纳百川、开放包容的文化自信对外传播好中华优秀传统文化，向世界讲述好中华民族五千年文明史。为此，应始终坚守中华文化立场，认真提炼展示中华文明的精神标识和思想精髓，深入挖掘中华优秀传统文化的内涵。例如，中华优秀传统文化中的“仁、义、礼、智、信”等道德观念，体现了中华民族崇尚和谐、正义、礼仪和诚信的精神风貌，通过对这些传统文化进行挖掘和解读，引导世界更好地理解中华民族的价值理念，感受中华文化博大精深的魅力。大力展示中国传统艺术，如通过加强对琴棋书画、诗词歌曲赋、戏剧、舞蹈、工艺美术等的展示、展演，在世界文学艺术领域鲜明确立中国气派、中国风范，丰富全球的艺术景观。

着力建好新老传统的传播链路，构建更大的宣传格局。传统的宣传手段往往局限于电视、报纸和广播等单一媒体渠道。随着移动互联网的崛起，信息传播载体和方式已发生深刻变化，国际传播领域呈现移动化、社交化、可视化的趋势。一方面，应充分利用新兴媒体的优势，在海外官方主流媒体、社交媒体、短视频平台、网络购物平台及民间自媒体等建立多元传播渠道，打造多层次、全方位的对外传播矩阵，实现与各国民众的直观、直接互动，使众多海外民众了解中国的自然风光、民俗风情、思想意识，形成立体发声的对外文化传播网络。另一方面，在探索新兴媒体建设新的传播链路的过程中，还应开拓创新，优化线下传播方式和手段，在尊重国际社会的多样性和差异性的前

提下，以平等、开放的态度与各国进行交流与合作，加大国际文化交流合作的内涵和领域。在深入挖掘中华文化特色的基础上打造人文交流国际品牌，举办以中华文化为主题的展览、演出、大型体育赛事、孔子学堂、美食节、大型国际书展、电影节等，以更直接的形式助力中华文化对外传播。

着力用好生动活泼的叙事方式，探索更多的传播形式。中央广播电视总台《好客》18期节目在美、加、英、德、法、澳等50多个国家完成首轮播映，收视率在其平台美食类节目中排名第一，受到欧美主流市场的欢迎和喜欢；游戏《永劫无间》全球发行第90天，销量即突破600万份，不仅让世界玩家看到了中华武侠文化的唯美浪漫，还让国产游戏在世界游戏圈中拥有了全新地位，成功通过游戏本身内容带动中华文化“出海”；此外，武术、椰柳、陶瓷、皮影戏……许多以非遗为题材的短视频，通过现代化的手法和叙事方式，在海外社交媒体网站，经常达到千万级的播放量、百万级的点赞数。随着影视、歌曲、综艺、游戏等元素的不断加入，中国形象、中华文化的传播更具故事性和互动性，能够更好地传递信息、塑造形象、推广理念。我们应在建设好传播链路的基础上，在构建对外传播话语体系上下功夫，在乐于接受和易于理解上下功夫，借助现代科技手段，精心制作、选育一批以中华文化、中国风光、中国发展为主题的动漫、游戏、纪录片、3D影视、高清网络直播等产品，

通过“科技+文化”的融合应用，为传播注入新鲜血液，让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白，不断提升对外传播效果。

着力发掘好博学多才的国际传播人才，培育更强的传播队伍。随着中国改革开放步伐稳步推进和经济实力不断增强，世界各国对中国发展与历史文化的好奇心也更加强烈。面对不同区域、不同国家、不同群体受众，我们迫切需要建设一支技能全、知识广的传播队伍。应加强对国际传播需要的专业人才培养，加强在高校传播专业科技应用技能教育、定向语种教育及中华历史文化知识普及教育。加强媒体人才队伍技能提升，着重提升文创人才国际媒体运营与国际合作策划能力，打造一支有国际视野、有文化底蕴、有职业技能素养的复合型人才队伍，更好地讲好中国故事、传播好中国声音、阐释好中国特色，更好地向世界展示中国的魅力，让世界更好地了解中国。可汇聚更多社会力量参与国际传播，进一步激发民间艺术团、非遗传承人、留学生、海外投资企业、海外自媒体博主等在对外传播中华文化方面的潜力。

(作者单位：湖南大众传媒职业技术学院)

建设新型主流媒体的三个着力点

刘琛

2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，将媒体融合上升为国家战略，提出打造一批新型主流媒体。2022年，国家“十四五”规划将“十三五”规划建议中的“打造新型主流媒体”升级为“做强”，新型主流媒体的建设目标也从“具有竞争力”拓展到“具有强大影响力和竞争力”。从媒体融合元年至今，新型主流媒体建设已走过了十年头，虽然取得了明显成效，但仍存在地市级媒体融合不够、受众市场“重青年、轻老年”、国际传播效果待提升等问题。在视觉传播和社交媒体盛行的今天，新型主流媒体建设必须着力全域、全龄、全球三个关键点，解决媒体深度融合中的深层次问题，才能发展成为具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体。

大力建设全域平台。推进地市级媒体融合，才能真正筑牢媒体融合中的四级格局。作为媒体融合建设中承上启下的第三级，全国300多个地市级城市的媒体融合是全媒体传播体系中的重要一环。一方面，须有政策支持。2022年4月，中宣部、财政部、国家广电总局发布《关于推进地市级媒体加快深度融合发展实施方案的通知》，在全国范围内遴选60家融媒体中心作为试点单位，深度聚焦媒体融合目标，以具

体举措推进地市级媒体融合发展，并实现以点带面式的整体提升，内蒙古、江西、贵州、甘肃、新疆、湖北、湖南、云南等省（自治区）的地市级融媒体中心先后挂牌成立。湖南应以此为契机，发挥媒体较为发达的优势，为市级媒体提升造血能力。一方面，需连上接下、与平台合作。省级媒体可为市级媒体提供业务指导、技术支撑保障，县级媒体可为省级、市级媒体提供更接地气的鲜活素材，应加强联动协同；地市级媒体与平台合作、共建、共享，能拓宽媒体边界，形成媒体深度融合一体化发展的城市传播，如南京广电“牛哇视频”与抖音、快手、新浪、百度等多个商业平台联手，联合发布“IP南京”计划，集聚各类宣传资源，推出“何以南京——文化传承发展融媒主题宣传季”，共建城市文化传播，建设城市融媒品牌，探索出了一条城市广电媒体融合创新的可行路径。

广泛覆盖全龄受众。截至2023年6月，移动互联网51岁以上用户人群占比已经达到了26.4%。在媒体传播中关注中老年受众的信息需求，才能覆盖全龄段主流受众。数据显示，中老年用户具备更多的可支配时间，银发人群也是数字内容消费的主力军。未来，中老年受众群体数量和使用时长都将持续增长。一方面应增加内容供给平台。2022年10月，湖南广播电视台(集团)公共频道转型爱晚频道，升级为中国首个省级老年

亮化深化活化湖湘红色文化资源

王思义

党的二十大报告提出，实施国家文化数字化战略，健全现代公共文化服务体系，创新实施文化惠民工程。湖南是一方红色沃土，拥有丰富的红色文化资源。数智时代，应充分利用现代信息技术，探索湖湘红色文化数字化的有效路径，提升湖湘红色文化数字化助力文化强省建设。

亮化湖湘红色文化资源，打造文化强省特色品牌。文化现代化不仅是文化内核的现代化，也应当是文化表现形式的现代化。当前，以公共文化数字化和文化产业数字化为“两翼”的国家文化数字化战略纵深推进，我省应加快推进湖湘红色文化数字化建设，着力构建以湖湘红色文化为内核、数字技术为外壳的集成融合，用数字技术解读湖湘红色文化内核，释放湖湘红色文化魅力，提升湖湘红色文化品位，让湖湘红色文化“潮”起来、“亮”起来。具体来说，亮化湖湘红色文化资源应运用数字化技术，如数字化还原、修复、重现等技术，深入解读、恢复和再现雷锋精神、“半条被子”“断肠明志”等红色故事、红色精神，深入挖掘红色文化资源的深刻内涵，擦亮湖湘红色文化品牌，打造“红色潇湘数字IP”文化特色品牌，提升湖湘红色文化软实力。

深化湖湘红色文化资源开发，推进文化数字化共享平台建设。湖湘红色文化资源拥有独特的

探索零星低效用地通过整合、置换等方式实现成片改造。

探索多层次资本市场改革。安徽构建的“基金丛林”、上海、山东等地推行的“园区贷”、贵阳推广的“资金池”，都为园区企业注入金融活水。湖南应鼓励园区积极发展多层次资本市场，建立健全由母基金和若干子基金组成的“基金丛林”，探索设立风险资金池，支持园区联合银行加速推进“园区贷”产品落地，为不同类型和不同成长阶段的企业提供多样化的金融服务，解决园区企业融资难题。同时，要健全要素市场化配置机制，完善资源要素差别化配置政策。统筹用好各类财政资金，集中力量办大事，形成叠加放大效应。

推动生态融合，着力打造一体化配套体系

以科技创新引领现代化产业体系建设，位于2023年中央经济工作确定的今年经济工作九大任务之首。推进科技在产业、经济方面的引领作用，必须推动产学研深度融合，实现科技同产业无缝对接。当前，园区融合发展仍然面临一些难题，如一些远离城区的园区在知名学校、三甲医院、星级酒店等高端城市配套方面较为落后，园区产学研结合还不够紧密。湖南要不断优化城市空间结构，城镇布局，提升公共服务设施水平，推进园区内产城、产金、产数、产研四个融合发展。

加快产城融合步伐。上海张江园区从工业园区发展为高科技园区，再从一个高科技园区发展为科技城，就是一个产城融合的过程。湖南应重点推动长沙高新区等体量较大、发展较为成熟的园区加快产城融合进程，解决园区学校、医院、商场、住宅小区等公共服务设施配套少的问题。同时，为其他尚未达到产城融合阶段的园区，在规划上预留空间。

加快实现科技—产业—金融良性循环。积极借鉴深圳采取“自下而上”的企业需求驱动和“自上而下”的政府主动布局相结合方式的产学研深度融合发展路径。建立健全融合发展平台，完善融合发展制度和政策，加快产教、产研、产金融合，推动资金、人才、技术等要素向园区集聚，逐步形成以园区企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的创新体系，促进科技、资本和产业高水平循环。

【作者系湖南省社会科学院(省人民政府发展研究中心)创新与开放发展研究所副所长，经济学博士】

主题电视频道，上线多档服务老年群体的节目，构建起银发内容矩阵；2023年8月，徐州广电与喜马拉雅App合作推出FM105幸福广播，为50岁以上人群打造专属内容生态。这些有益经验值得各媒体学习借鉴。另一方面可提供更多参与展示平台。2022年，“银发金融”群体获“感动中国年度人物”集体奖，他们平均年龄77岁，全是高知群体，借助短视频、直播等新兴传播方式进行知识传播。从内容接收者到创作者，老年用户需要更多元更便捷的媒介平台，媒体融合也就有了更广阔的舞台。

全面推进全球传播。国际传播是媒体深度融合进程中破局的关键。注重建设平台。2023年，人民日报、新华社、CGTN、中国日报等主流媒体，以及各省市宣传部门陆续建设国际传播中心。由湖南日报承建的湖南国际传播中心是湖南新成立的海外传播媒体机构，应充分发挥其团队优势，实现传播推广的海外落地。重视内容和传播方式创新。导向是命门，内容是灵魂，传播是翅膀。在坚持正确导向的基础上，内容和传播上的创新能打造精品、爆款。2022年，中央广播电视总台出品的中英文融合创新微广播剧《千里江山》受到海内外受众的追捧。不断凝练中华优秀传统文化，辅以各平台的创新传播，能够推动中华文明传到更远的地方。

【作者系湖南大学新闻与传播学院副教授、硕士生导师】

现代信息技术运用，加快推进媒体深度融合，努力传承湖湘优秀传统文化和红色文化。新时代背景下湖湘红色文化的传承传播要充分利用多种数字技术，提取湖湘红色文化精髓，活化湖湘红色文化资源，丰富湖湘红色文化基因的当代表达，并通过创办全媒体传播矩阵，打造多维度、立体化传播格局，让湖湘红色文化资源“活”起来、“火”起来。具体来说，既要创新湖湘红色文化资源的现代表达和呈现方式，充分运用虚拟现实、增强现实、动作捕捉、3D扫描等新技术，突破传统的红色文化资源仅采取文字介绍、视频播放、图片欣赏的方式，融影像、图片、文字、三维再现于一体，推进湖湘红色文化多维度表达与数字化呈现，提升湖湘红色文化的吸引力；同时，创新湖湘红色文化的传播样态，打造以新媒体平台为载体的传播方式，融通全媒体渠道，依靠媒介矩阵推进全景式、立体式、延伸式展示宣传，不断提升湖湘红色文化传播力和影响力。

【作者单位：长沙学院。本文系2023年湖南省高校思想政治工作室质量提升工程资助项目“‘大思政’视域下湖湘红色文化数字化传承的价值与路径研究”(23A50)阶段性研究成果】

新城