

抖音里的济南,抖出了新思路

评论员观察

本报评论员 王学钧

如果没有芙蓉街、宽厚里这样具有网红潜质的“传播对象”,“抖音里的济南”怎么“抖”得起来?如果没有“传播对象”源源不断的“供给”,“抖音里的济南”怎能“抖”得长久?

这些日子,济南“抖”成了网红。在网络短视频平台抖音上,关于济南的视频已超过20万条。仅短短一个“五一”,网友上传的这类视频就多达310条,浏览量突破6000万。众多年轻人慕名前来旅游打卡,亲临现场感受“抖音里的济南”。济南,这个不少人眼中“土里土气”的“旅游中转站”,似乎正抖落身上的尘埃,以新晋网红的时尚姿态,快步走向“旅游目的地”。

这种局面的达成,无疑是“合力”的结果。城市建设的明显改观,旅游景点的升级改造,特色旅游产品的开发设计,旅游推介手段的丰富与强化,公共服务与监管体系的建立与健全,无一不发挥着重要的作用。与此同时,抖音这样的新媒体

的作用也不容忽视。虽然难以确定抖音究竟在多大程度上“抖”火了济南,这一“抖”对旅游统计数字中的贡献究竟有多少,大量外地游客前来寻找“抖音里的济南”却是一个不争的事实。而这一事实也足以给人带来有益的启示。

有统计数据显示,80后和90后的年轻人已成为旅游消费的主力。作为移动互联网的“原住民”,相比而言,这些年轻人更习惯于借助新媒体来了解某座城市、某个景点,也更习惯于“慢节奏”“个性化”的自助游。为此,旅游推介、城市营销就应该及时顺应这一“时尚”,在提升传统营销方式水准的同时,更多、更“彻底”地利用好包括抖音在内的各种新媒体——通

过新媒体,城市的各项“内容”会更生动更及时更全面地得以呈现,并在“社交”过程中进行高效的“病毒式传播”,进而达到传统推介手段难以企及的推广效果。

对城市管理者而言,用新媒体做城市营销并非易事。这至少需要在如下两大方面做出切实有效的努力。其一,主动拥抱新媒体,并及时完成必要的媒介素养“升级”。主动走出城市管理上的“舒适区”,系统而深入研究新媒体学习新技能,并实际运用于相关的城市管理领域与环节,没有足够大的动力、压力与韧劲是不行的。其二,即便媒体素养有了足够大的提升,如果没有足够强大的内容支撑,所借助的新媒体也

会成为无源之水无本之木,至多只能收到些许昙花一现的传播效果。这里所说的内容,主要不是传播文本意义上的,更多的是指品质过硬、特色鲜明的“传播对象”。试想一下,如果没有芙蓉街、宽厚里这样具有网红潜质的“传播对象”,“抖音里的济南”怎么“抖”得起来?如果没有“传播对象”源源不断的“供给”,“抖音里的济南”怎能“抖”得长久?

据了解,济南“抖”红之后,不仅济南市旅发委已加快了利用新媒体平台进行城市营销的步伐,山东省旅发委也开通了“好客山东”的抖音账号。这是一个可喜可贵的变化。应该发生这种变化的,显然不止旅游业,不止旅发委。

用好激励机制去管人

“新动能·新思想”访谈

实施新旧动能转换重大工程,需要企业发挥火车头的作用,尤其知名企业,带动作用更大。作为山东省的明星企业,海信的成绩有目共睹。身为企业的掌舵人,周厚健对于如何做好企业、如何当好企业家,有着独到的见解。

要专业也要专注

海信的经营成绩有目共睹,作为企业的掌舵人,您认为做好企业最重要的是什么?

周厚健:我认为做好企业有两条,一条是要专业,一条是要专注。这两条是做企业必须拥有的定力和素质。海信选择的产业,看起来好像很零散,但实际上遵循两个共享原则:一个是在技术上能够共享,一个是在销售渠道和用户上能够共享。

实际上,海信渗透了两个产业:一个是电子信息产业,一个是家电产业。电子信息产业是为了技术人才的共享,为了技术积累的共享,为了实验室

和各种试验仪表设备的共享。第二个共享就是渠道共享。比如电视、冰箱、空调,虽然技术上几乎没有关联,但销售渠道有关联。海信的产业实际是集中在两个共享上。

海信不会什么都做,海信不会发散。有很多看着很好的东西,但不是我们的长项,我们还是紧紧围绕着自己的专业,包括我们的图像处理、数字技术,当然也包括大数据、云计算,我们都会做。

海信放弃了很多,应该讲我们留下的东西是少数,放弃的东西是多数。很多带有生意性质的业务,投了可能就挣钱,但我们也坚决不会投。为什么?不能够共享,不在我们专业范围内。做企业应该专注,我们认为做企业需要持续经营。

责任加感情最有力

您在海信工作了36年,带领海信团队走到今天,请问您如何看待企业家的责任?

周厚健:我从1982年大学毕业,分到海信,一路从车间工人干到总经理,可以说海信的每一个台阶都经历过。年轻时,想的

是别人能干好,我凭什么干不好?是一种逞能的感觉。而接任厂长是一份很沉重的责任,在告诉我必须干好。

我曾经在仪表局工作过一段时间,见过很多困难企业。困难到孩子饿肉了,夫妇两个商量来商量去,给孩子买了两毛钱的肉吃。那时候企业没有饭吃了,工人就真是没有饭吃了。我就从内心感到,如果员工的孩子长了病没有钱治,这就是我们的责任。

我接手海信的时候,正是中国彩电的一个严冬,突然一下子彩电就卖不出去了。我经历过发不出工资的时候,我就和我们总会计师讲,不准说发不出来工资,把生产资金留下来发工资。

再往后,就是一份责任加感情。实际我认为这个感情加责任驱使的行为是最真切的,是最朴实的,也是最有力量的。现在在海信,很多人都在经历着我的这些阶段。一些重要岗位上的干部和专家,我认为他们都是带着一份很浓郁的责任感来干这项事业的。一个产业能不能发展好,可能就是这几个带头人能不能把产业的方向选择好,牵着这个产业往最尖端方向走。

管理比经营更重要

作为一个企业家,您是怎么理解新旧动能转换的?

周厚健:我认为新旧动能转换,既包括人才,也包括技术,当然更包括体制和机制,不能忽视后面的东西。

我有农村生活的经历,在叫社员不叫农民那个时候,社员的口号喊得很响,横幅扯得很高,但就是不产粮食。后来有了好的机制,就是包产到户,最后中国的粮食产量马上就上来了。

所以说,怎样能把人的潜力挖掘出来,这是我们要研究的改革最根本问题。一个企业能不能长期发展,和治理结构有很大关系。而治理结构就是怎样让决策又好又快,怎样让员工让干部有持之以恒的追求。

我们更关注企业的两件事:经营和管理。经营决策可能更多的是对当期的影响,管理决策可能更多的是长期影响。而我个人,相比经营更重视管理。管理的实质是什么?管理的实质是人,管理的主体是人,管理的客体主要是人。而管人的方式是运用好激励机制。

(本报记者 张玉岩)

媒体视点

项目奠基“作法” 九人被处理不冤

近日,一篇名为“甘肃核项目奠基,道士作法保平安”的帖子在网上热传,受到舆论关注。中国科学院通报称,中科院上海应用物理研究所的两名工作人员被停职检查,“同时启动所纪委核查程序”。而武威市及民勤县纪委监委,也已对7名在场公职人员进行立案审查。

这样的处理,不可谓不严厉。有声音说这样的处理“小题大做”了,其实不然。一则,从处理程序和结果可以看出,目前做出处理的机构是“所纪委”和当地“纪委监委”,处理的对象是“所工作人员”和公职人员,更多的是针对他们违反党内纪律的行为,无可厚非。二来,这种态度宣誓和是非决断是有必要的,对公共舆论的影响是正向的。

据报道,请道士作法是施工企业所为。我们当然尊重一些民间的、个人的、无害的传统习俗,但是,当这种习俗施加到一个科学项目上,且有公职人员参与,进而进入公共舆论场,必须考虑其产生的对比讽刺效应和不良示范影响。

当地政府部门处理了参与其中的7名公职人员,中科院也没有姑息参与了仪式活动的两位工作人员,不仅是对纪律要求的严格执行,也是对科学精神的强调和重申。

有人说,这只是一些“民俗活动”,没必要上纲上线。但是,这不仅事关一个企业的行为,还事关一个重要科学项目的形象;而从它被引入舆论场开始,就已经成为一个公共事件,对其价值和影响的讨论,就不能停留在民间的、企业私自的行为上,因为这种行为有了公共效应和价值导向。

事实上,类似的事并不只是发生在企业工程领域。比如,有的孩子生病了,家长不去医院反而去寺庙里;有的家长在孩子高考前烧香拜佛,让“大师”决定孩子考试时吃什么、穿什么……当这样的行为跌入舆论场,当这样的“自由”被审视,是该支持呢,还是反对呢?正是因为,这一事件如何处理,也决定了向社会传递一种什么样的价值观。(摘自《新京报》,作者辛平)

投稿信箱:qilupinglun@sina.com

治理机票“退改签”乱象别指望约谈

一家之言

何勇

近日,一则“机票退改费价格离谱,15家企业被约谈竟无人到场”的新闻在网上迅速传播,被约谈企业无人到场的消息让人惊讶。江苏省消保委有关人士表示,他们还没有启动约谈程序,预计正式约谈要到5月中旬。(5月2日《现代快报网》) 飞机票“退改签”乱象由来已久,特价机票不能“退改签”,甚至机票临时“退改签”的手续费比机票票面价格还要高,实在太荒唐。这些乱象不仅有失公平原则,而且严重侵犯了消费者的合法权益,早就饱受诟病,也已经成为近年来消费者的投诉热点问题。可以说,飞

机票“退改签”乱象已经到了非治理不可的地步。

“约谈企业无人到场”的消息虽然不实,但其引发的一浪高过一浪的批评声,则集中反映了公众对飞机票“退改签”乱象及其背后店大欺客的航空公司、飞机票销售代理平台的极度不满,以及给航空公司、飞机票销售代理平台施加更大的舆论压力。

不管即将到来的约谈形式上如何,被消保委约谈的企业有没有派人到场,一个不可否认的事实是,治理飞机票“退改签”乱象,切实保障消费者合法权益,不能全靠消保委约谈航空公司、机票销售代理平台,也不要指望消保委能发挥出强大的作用。归根结底,必须依靠强有力的法律法规和执法,没有

其他捷径可走。

因为从法律角度说,消保委或消协属于社团组织,不是政府职能部门,不具有行政执法权。换言之,消费者投诉到了消保委、消协,他们所能做的只是不具有强制力的调解,并不能对侵犯消费者合法权益的企业进行行政处罚。而且,所谓的约谈企业,说白了其实只是与被约谈企业进行沟通,与发改委、市场监管等政府部门约谈企业的性质完全不同。从这个角度看,就算真的发生了被约谈企业无人到场的情况,或者不采纳约谈时提出的意见、建议,消保委并不能拿这些被约谈企业怎么样。

可见,要有效保障消费者合法权益,治理乃至彻底终结飞机票“退改签”乱象,最根本

的还是执法要给力。首先,市场监管部门要发挥职能部门应有的监管作用,对于侵犯消费者合法权益行为的航空公司、飞机票销售代理平台,要依法严惩,不能手软。只有这样,才能提高违法违规成本,才能让航空公司、飞机票销售代理平台感受到疼痛。

其次,对于飞机票“退改签”乱象的集中问题,应当完善法律法规,明确飞机票“退改签”的收费标准等。

再者,消保委、消协对消费者投诉集中的消费侵权问题,不要只想着眼约谈、座谈,而应是对侵权企业提起公益诉讼,或者将线索移交给市场监管部门,交由市场监管部门依法处罚,这是消保委、消协依法享有的权利。