

激发以商招商的磁场效应

■ 张成林

不同、想法有差异，有时难以做到精准对接，充分挖掘企业资源。而三亚值得点赞之处在于，在政府招商之外，以悬赏方式推进以商招商。所谓以商招商，就是借助企业的信息渠道、人脉资源等进行招商引资。不管是企业，还是招商中介，都是在市场中发展起来的，与投资者有着天然的共性，对所处的环境更有发言权，也更加了解投资者的所需所求，借助其力量可提升招商的针对性、实效性。

更重要的是，以商招商，客观上，还可推动产业链的集聚、壮大。海南打造高质量产业集群，需要及时补链、强链，吸引更多不同层次、不同规模的相关联企业集聚。相比

于政府部门，企业对所处行业感知

力更强，对所处领域产业发展更具洞察力、前瞻性，在招商、引商中也往往“呼朋引伴”，推动产业链上下游企业入驻，实现抱团发展。可以说，以商招商某种程度上也是产业链招商。就实际效果看，此次受奖励的3家企业为三亚引进了4家企业，这4家均为科技类“专精新特”企业，为海南高新技术产业发展所急需。这充分说明以商招商对产业发展大有裨益，各地不妨创新思路，在以商招商、壮大产业上谋求突破。

让以商招商更具成效，关键在调动企业参与的积极性。毕竟，招商引资不是企业的分内事。不过，一些有影响力的企业出于自身发展、产业壮大考虑，在荐企引资方面确实有着良好意愿。然而，就目前来看，不少地

方以商招商的机制不健全，缺乏统一的组织引导和有效的管理办法，随机性、主动性、预见性不够。为此，政府部门需要做好服务和引导。既要在大力宣传中，让企业认识到荐企引资对自身发展的重要性，引导企业积极参与招商工作；也要完善机制，搭建好平台。三亚以发放“招商赏金”的方式鼓励企业“揭榜引资”，也是一种创新，值得借鉴。

不过，打铁还需自身硬。说一千，道一万，还要落到营商环境上。以商招商打的是“熟人牌”，传的是“好口碑”，对营商环境的要求更高。在市场中生存、企业之间交往，注重的是信誉。如果营商环境跟不上，连本地企业都有怨言，更别指望其主动引荐其他企业。相反，倘若经营者切实感受

到营商环境的高效便捷、热情周到，自然会愿意帮忙“吆喝”。“投资环境就像空气，空气清新才能吸引更多外资。”不管是何种招商方式，都要深刻认识到，营商环境是招商引资的生命线，是最好的招商资本。甘当“店小二”，靠前服务、有求必应、以诚相待……商业交往中一旦形成“口碑效应”，便会吸引更多企业“投怀送抱”。

招商引资，不拘一格。以商招商把灯光打向了企业，方式灵活、集聚性强，是政府招商的有益补充。以此为借鉴，尊重市场规律，开阔视野、创新思路，大招商、巧招商，必能吸引更多人流、物流、资金流向海南集聚，推动产业不断发展壮大，为自由贸易港高质量发展提供源源不断的新动能。

H 今日热评

北京冬奥会赛场上，谷爱凌、苏翊鸣等小将们表现不俗，令人惊艳。与此同时，徐梦桃、贾宗洋和齐广璞等老将，也用拼搏的身影书写着追梦的故事，给观众留下深刻的印象。

体育竞技是对人体极限的挑战，在奥运赛场上，人们普遍认可运动员有黄金年龄的说法。随着年龄的增长，很多运动员的身体机能会逐渐下降，失去最佳竞技状态，这注定了年轻的身体更有优势。因此，在残酷的竞技体育中，“长江后浪推前浪”成为一种自然规律。这意味着，老将们要想赢得比赛，不仅要与强劲的对手较量，更要与岁月的洪流对抗。这是老将们遇到的最大挑战，要想登上巅峰，必须跑赢年龄，付出更多努力。

那么，是否因此就给了自己的运动生涯设限，任由年龄来束缚呢？徐梦桃的回答是，“不”。徐梦桃曾在2018年平昌冬奥会遭遇职业生涯中的最大打击，一度想要退役，是在家门口为祖国争光的信念支撑着她走到今天。在北京冬奥会夺冠后，徐梦桃一次次喊出“是我第一吗，是我第一吗”，不少观众表示“泪目了”。德国选手克劳迪娅·佩希施泰因的回答是，“不”。这位世界上第一位参加了八届冬奥会的女选手，也是更上年纪最大的女子冬奥选手。在本次比赛中，克劳迪娅·佩希施泰因最后一个滑过终点，但她深情地说：“我的双腿老了，但心还年轻！”奋力拼搏、永不言弃的奥运精神在这些老将们身上展现得淋漓尽致。只要人生不设限，年长几岁又如何？勇敢地逆流而上，人生就有无限可能。

岁月给老将们带来的，不全是衰老，更有洗礼和蜕变。只要内心充满热爱，就能跑赢年龄；只要敢于追逐梦想，一切都不会太晚。武大靖，不到30岁的年龄有着一双50岁的脚。结束冬奥会比赛之后，他表示“绝不认怂”，如此掷地有声，不正洋溢着青春的激情吗？贾宗洋，双脚整整打了22根钢钉，比任何人都更清楚一旦在比赛中出现意外，将意味着什么，但他义无反顾站在赛道上，如此毅然决然，不正充满了青春的无畏吗？累累伤痕是岁月铭刻在老将们身上的“勋章”。带着“勋章”勇毅前行的拼搏者，赢的不是对手，而是自己。

“老骥伏枥，志在千里。”老将们的久战沙场，有的迎来首秀；有的获得胜利，有的遗憾离场。读懂了老将们的坚守，也就读懂了梦想的力量。热爱可抵岁月长。无论是否具备冲金的实力，只要站到奥运赛场上，每一个人都是无畏的勇者。用一如既往的坚持抵御岁月的无情冲刷，用一切归零的心态看淡得失成败，老将们冲破偏见、逆流而上的身影里，澎湃着青春的力量，抒写了不老的传奇。

奥运赛场上，强者之间的巅峰对决令人惊叹。而在此背后，正是选手们勇于拼搏的精神、矢志不渝的坚守，才实现了又一次突破，成就了一场场奇迹。人生不设限、脚步不停息，敢于追梦的人，永远正年轻。

■ 韩慧

谨防“数字形式主义”滋生蔓延

■ 田建川

与传统形式主义相比，“数字形式主义”更具隐蔽性。梳理媒体报道发现，在数字化基建、电子政务、基层数字化办公等领域，“数字形式主义”已有所抬头，此风当刹。

“数字形式主义”表现形式多样，但本质还是忽视实际、脱离群众，其背后是政绩观错位、作风不严不实。数字化、智能化只是手段，踏踏实实为人民群众服务才是目的。数字化治理搞得好不好，群众满意不满意才是衡量标准。

谨防“数字形式主义”，必须脱虚向实，从重数据转向重实绩，求真务实、不玩虚活，对大搞数字化面子工程的领导干部，应当依规依纪依法严肃问责。

推行电子政府、数据化，目的是利用数字技术提高为民服务的效率，方便群众办事，更好满足群众需求。如果背离这个初衷，搞成“数字形式主义”，那就南辕北辙了。

本版言论仅代表作者个人观点 投稿信箱：hnrblp@163.com

H 图说辣论



警惕声音“变现”变“套现”

随着有声读物、短视频等音频类APP的兴起，录制有声书、配音等行业受到社会关注。在培训机构的宣传下，“声音变现”似乎成了赚钱捷径。但有的机构为牟利，存在虚假宣传、诱导消费等行为，涉嫌侵害消费者合法权益。

“动动嘴皮子就能赚大钱”，这样的说法确实诱人。但天上不会掉馅饼，培训机构空谈收益，却对行业准入门槛、设备投入成本、甲方专业性要求等实际

问题避而不谈，营造出低门槛、高收效的假象。一项专业技能的养成，需要长时间、高强度的练习。现实中的确有人利用爱好发展副业，把特长变成谋生技能，但成功绝非偶然，更不要说轻松“躺赚”。想要成为声音工作者无可非议，想要掌握更多的职业技能值得鼓励，但不可盲目跟风，否则莫说抓住“变现”机会，就是掉入“套现”陷阱也不是没有可能。（图/王铎 文/李萌）

H 微评

① @中国妇女报：期待江苏调查一锤定音。2月17日，江苏省委省政府决定成立调查组，对“丰县生育八孩女子”事件进行全面调查。江苏的这一决定有助于厘清舆论焦点，回应社会关切。我们希望，尽快查明事实真相，依法严惩违法犯罪行为，对有关责任人员严肃追责，向社会及时公布调查结果，还受害人一个公道，给公众一个锤定音的结论。

② @光明网：招工难与就业难，不完全是锅盖配锅的问题。每年此时正是农民工外出打工的当口，但今年因为冰墩墩的出圈，频频听到特许生产企业为农民工提供高额返费奖金，包机、包专列“抢人”赶订单的新闻，此外不少制造业企业面临招工难，与此并存的是部分重点人群就业难。中央将“稳就业”作为经济政策的重中之重，凸显现阶段就业形势的严峻。一定意义上讲，招工难和就业难并存的矛盾，是产业结构升级和经济结构转型的必然现象，是劳动密集型产业向技术密集型产业升级的阶段性现象。因应这一现象，除了要转变就业观念，也要转变制造业用人观念，提高待遇和社会地位，吸引身怀知识和技能但碍于老观念而抗拒去“工厂”上班的人就业。（韩辑）

“琼岛春萌·岛主探岛之旅”岛内旅游推广活动圆满落幕 多项活动+全媒体营销激活冬春旅游市场



打造旅游宣传推广活动IP

2021年12月18日，“琼岛春萌·岛主探岛之旅”岛内旅游推广活动在海口日月广场正式启动，在新版文旅宣传歌曲《海南Disco》和原创歌舞表演《岛主环游记》的欢快节奏中，为在岛的市民游客开启一场覆盖全岛的“旅文盛宴”。

去年以来，针对海南省内及全国各地的市场的季节、客源、受众等特点，省旅文厅全新打造了“海南健康游欢乐购”“亲子游·青春季”“阳光岛·欢乐季”“重走琼崖红军路，追逐百年红色足迹”“约·会·自贸港”等五大海南旅游文化宣传推广IP，形成了“月月有活动，周周有精彩”的大旅游氛围，不断挖掘海南特色旅游产品消费潜力，展示海南文旅形象。

在冬季全国疫情多点散发的背景下，“琼岛春萌·岛主探岛之旅”岛内旅游推广活动聚焦岛内客群，瞄准寒假亲子游旺季以及2022年元旦、春节等节假日旅行高峰，通过丰富且优惠的多项活动，吸引市民游客“惠游”海南，

感受“家门口”的诗和远方，享受冬春时节海岛度假的幸福感。

两个月来，启动仪式、省内旅游推广路演、市民游客优惠游海南、打卡海南100点、周末自驾游海南、10万明信片邮寄、海南热带雨林国家公园发现之旅、海南酒店盲盒发售、打卡海南最美书屋旅行计划等9大主体活动相继展开，为大家“种草”岛主探岛全新旅游玩法。

为进一步加大活动影响力，带领更多人发现美好新海南，在疫情防控常态化的要求之下，省旅文厅积极利用线上平台开展推广。如智游海南APP上线活动专题页，实时更新相关活动内容，方便广大市民游客了解活动信息。活动期间，微信朋友圈广告总曝光量约392.2万，抖音开屏广告总曝光量约46万。活动还邀请6名网红在启动仪式、自驾游、雨林研学游等活动现场直播宣传并发布短视频，其中仅短视频浏览量就有55万。

9大活动花式“种草”海南

两个月来，“琼岛春萌·岛主探岛之旅”旅游推广路演先后走进海口、文昌、万宁、儋州、陵水、五指山等6座“候鸟”人群及游客高度聚集的城市，深挖本岛游客人群，将岛内差异化旅游资源产品进行推广宣传。在海口、文昌、万宁、陵水等地，引进五指山红峡谷漂流、东方黎陶、海南龙沐湾温德姆至尊豪廷大酒店等海南中西部的旅游企业进行推介；在儋州和五指山中西部城市，引进南湾猴岛、分界洲岛、琼海白石岭等来自海南东部的旅游企业前来宣传，带领大家重新发现海南之美。

作为主体活动之一，“打卡海南100点”活动精选100处国家A级旅游景区、椰级乡村旅游点、“金银宿”级乡村民宿、美食店铺等作为打卡景点，在全岛范围内掀起了一波打卡大美海南的旅游热潮。来自上海的臧女士和浦先生夫妻成为申报“超级旅行家奖”中打卡景点数量最多的参与者。“本次活动的打卡点覆盖了海南各市县，和我们的环岛游不谋而合。我们通过打卡也

发现了一大批有趣、好玩的海南小众景点。”臧女士说。据主办方介绍，在打卡手册领取点现场，通过微信朋友圈集赞等方式发放5000份“全民旅行家奖”，辐射人群超过10万。

“装满后备厢”周末自驾游海南活动收客火爆。“火山海岸探索最美儋州五彩湾”体验儋州非遗古法制糖自驾之旅”“探寻华侨之乡铺前古镇”采摘果中皇后自驾之旅”“穿越到南洋呆呆岛露营自驾之旅”和“体验太阳湾最美公路感受后海最美渔村体验”畅玩三亚海昌不夜城自驾之旅”走遍琼岛东西、南北，吸引来自全省甚至全国的驴友踏寻风情海岛，品味琼岛美味，领略非遗文化。

“椰岛有信 请查收”10万明信片邮寄活动可谓创意十足，省旅文厅与中国邮政海南省分公司联名，定制海南旅游主题明信片以及邮票、纪念戳。市民游客纷纷在指定地点领取明信片并邮寄给各地亲朋好友，以此回味“从前慢”的生活氛围。据了解，配合线上抽奖活动开设的#椰岛有信 请查收#微博话题

有力拉动海南旅游消费

中，1950份酒店盲盒全部售罄。

“琼岛春萌·岛主探岛之旅”旅游推广活动在各大OTA的表现也十分亮眼，广大游客在线上感受到了惠民“大礼包”。携程平台共计销售跟团游产品近900份，一日游产品近千份，销售额近200万元。美团整合了门票、酒店、跟团线路等多类型供给的优惠产品参与活动，参与活动商家共计200余家，交易额同比增长45%，整体曝光量共计约2300万次，其中特价儿童门票、百元跟团线路销售超千单。在马蜂窝平台，酒店住宿、景区玩乐和特色玩法类产品得到游客青睐，销售产品近700单。自活动上线以来，途牛平台中的海南酒店产品、“景区+酒店”套餐、精品小团类产品销量可观，销售额超255万元。近

题，累计阅读量、转发点赞及评论超过500万，大范围、高频率地宣传了海南旅游。

“神秘雨林在哪里”——海南热带雨林国家公园发现之旅活动针对亲子家庭和摄影爱好群体，配套举办了海南热带雨林国家公园摄影大赛和“探索·发现·保护”亲子研学营。其中，在寒假推出的琼中热带雨林研学之旅和万宁兴隆热带植物研学之旅两条线路受到亲子家庭欢迎，18组家庭一起走进雨林，探索自然奥秘。海南热带雨林国家公园摄影大赛共收到近百位摄影师的479幅精彩作品，令人惊叹海南热带雨林的神奇与活力。

打卡海南最美书屋活动则携手樊登读书，先后走进海口云洞图书馆、三亚西岛、万宁石梅湾凤凰九里书屋等地，以打卡网红书店为契机，带领书友边读书边旅行，充分展示海南滨海风景、美丽乡村以及历史文化等特色旅游资源，为游客呈现海南的魅力风光与多元文化。

两个月时间，去哪儿网共计销售海南酒店产品近千份，一日游及康养产品4500余份，销售额共计339万元。

在传统旅游旺季春节黄金周，推广活动的全方位营销有力丰富游客出游选择，带动旅游消费潜力释放，海南也成为今年春节黄金周期间国内最热的旅游目的地之一。

“在各大主题宣传推广活动中，我们快速匹配市县宣传推广资源及渠道，叠加酒店、景区、银行信用卡等优惠旅游产品，整合传统媒体+新媒体矩阵等多方资源，共同发力，全省上下一盘棋打好联合营销‘组合拳’，基本形成了‘处处有旅游、行行加旅游’的联合营销良好格局。”省旅文厅相关负责人说。

老将不老，追梦人永远正年轻