

# “智改数转”，一个也不能少

经平

# 好故事，才是最稳的票房底气

王研



数字化浪潮之下，辽宁“智改数转”迫在眉睫。必须按照“龙头企业先行引领，专精特新应改尽改，中小企业轻量起步”分级分类推进。依托丰富产业场景，让“要我转”变为“我要转”。

近日，辽宁对全省制造业“智改数转”工作作出系统布局，按照分级分类、“一个不能少”的原则，聚焦22个重点产业集群、100条以上重点产业链、1000家以上重点企业、“2211”产业体系，实施六大专项行动，推动规模以上工业企业“智改数转”全覆盖、专精特新中小

企业“应改尽改”，广大中小企业要普及基础数字化产品和应用。

“一个不能少”的措辞里透着一股“等不起”的紧迫感。

这种紧迫感可以从历史中找到答案。从蒸汽机到电气化，从信息化到智能化，每一次技术革命都在淘汰一批没有跟上时代步伐的企业，并催生出一批市场新贵。

柯达作为数码相机最早发明者，却长期沉溺于胶卷业务的超高利润，陷入路径依赖不敢自我颠覆，管理层刻意雪藏数码技术。面对数码相机技术浪潮，战略上轻视行业变革、转型犹豫不决且行动严重滞后，最终错失布局数字影像服务、新赛道多元化的窗口期，无奈走向破产重组。

如今，数智化的浪潮奔涌而来，遵循的是更为残酷的“赢家通吃”的逻辑：先完成转型的区域，将

吸附更多高端要素、占据更高价值链环节；而后者，面临的将是市场空间的挤压和发展窗口的收窄。

试想，当你的竞争对手已经用算法预测订单、用云端协同缩短交货期，你还靠“有经验的车间主任”排产，那感觉再准，能准过数据吗？

因而，在这个人工智能、工业互联网、大数据深度融合的时代，转型成功的企业可以“吃肉喝汤”；转得慢的或原地踏步的企业甚至可能连“味儿都闻不着”。

这不是一道“选择题”，而是一道“必答题”。

对辽宁来说尤其如此，辽宁工业体系庞大而厚重，传统产业占比较高，历史包袱重、转型难度大。但也正因如此，拖延的代价更为惊人：如果龙头企业转型滞后，带动的将是一整条产业链的

竞争力衰退；如果在关键工序数控率、研发设计工具普及率等指标上迟迟不能提升，辽宁工业竞争力或将被进一步削弱。

紧迫不等于蛮干。越是时间紧，越要讲方法。“分级分类”是紧迫感下的理性选择：让龙头企业先跑、快跑，输出经验和能力；让专精特新企业“应改尽改”，成为中坚力量；让广大中小企业从“轻量化”产品起步，先“上车”再提速。

辽宁的底气在于产业场景丰富：冶金、石化、装备制造等传统产业，本身就是数字化应用的最大试验场。只要找准切口，做实做好服务，让企业看到实实在在的降本增效效果，“要我转”就能变成“我要转”。

风已起，时不我待。竞争不等人，数智化的浪潮更不等人。



“五一档”尘埃落定，两部小成本影片交出意料之外的成绩单，也印证了一个最朴素的道理：撇开明星、IP和视觉奇观，一部电影能走多远，最终取决于故事本身。

一部是《消失的人》。3000万元制作成本，却有望斩获超6亿元的票房；豆瓣7.7分、猫眼9.5分、淘票票好评率97.45%，口碑全线领跑。没有豪华“卡司”，没有大IP加持，影片排片一路逆势攀升。

另一部是《给阿嬷的情书》。影片没有知名演员，主演多为素人，制作投入更是微薄，却在国内外大片的包围中杀出重围，票房预测达8000万元。有网友称赞：“一个明星都没有，照样能拍出打动人的好电影。”

两部影片的成功路径高度一致：把力气用在了打磨故事上。

《消失的人》摒弃刻意的惊悚噱头，扎根于日常之下的人性暗涌，剧情紧凑利落、反转扎实不刻意，极强的代入感让观众直呼“全程无废话”，这份认可，正是对优质剧本最直接的肯定。《给阿嬷的情书》则以真挚动人的情感为内核，素人演员褪去表演痕迹，反而让真实的力量直抵人心。它们的逆袭不是偶然，而是电

影市场一次清醒的正向校准。

上映初期，两部影片均不占优势。《消失的人》预售平淡、首日排片仅两成，在传统市场逻辑中几乎注定“陪跑”。但凭借过硬口碑，影片上座率直线拉升，场均人次跃居榜首，倒逼院线增加排片，最终实现单日票房反超，走出“口碑带动上座率，上座率倒逼排片”的良性循环。《给阿嬷的情书》亦是如此，没有铺天盖地的宣传，没有明星站台引流，全靠观众自发安利，一步步挣得属于自己的市场空间。

观众用脚投票，让优质内容突破了流量与资源的壁垒。

一段时间以来，影视行业陷入重流量、轻内容，重IP、轻剧本的误区。不少作品斤斤计较打造明星阵容、堆砌视觉特效、疯狂投放宣传，最终却落得口碑崩盘、票房遇冷的结局。

这两部黑马影片恰恰证明，小成本不是创作的短板，素人主演更不是票房的障碍，真正决定一部作品上限的，永远是故事本身的质量。

观众心中的好故事，标准其实很简单：创作者沉下心来打磨剧本，推敲每一处情节转折，斟酌每一句人物台词，把故事讲通透、把人设立饱满、把情感做真挚，这便是作品最核心的竞争力。



## 中街，为什么赢了？

庞铁明

“五一”旅游数据出炉，沈阳成绩亮眼！全市累计接待游客1028.7万，入选携程“火车票新势力目的地”榜全国第四、“国内机票热门目的地”榜全国第五，成了游客来东北的“超级入口”。

有一个特别值得关注的细节，百度地图的客流指数显示，中街连续五天排名全国商业街第一位，其中跨省游客占比超过50%，比肩北京王府井、上海南京路、重庆解放碑，进入全国顶级步行街的第一梯队，从本地商圈升级为全国旅游目的地。

那么，中街到底做对了什么，赢得了全国各地游客的青睐？

中街赢了，赢在稳稳端起历史文化底蕴这碗“饭”。每个到过中街的人都能鲜明地感受到，中街近些年越来越“旧”了。石板街、老建筑，行走其间仿佛“穿越”了一般。这样的修旧如旧，在当代年轻人的眼中，是一种充满魅力的“新”。事实上我们今天谈起“中街”的客流量，范围不仅仅指的是那一条街，还有一个更大的地域概念，那就是“方城”。“方城”，把中街和沈阳故宫、张学良旧居等历史建筑连成一片，最终形成彼此导流、互为支撑的文化旅游街区。

中街赢了，赢在新IP、新玩法上。中街的一大重要价值在于，让沈阳这座以重工业为底色的城市，依托“红墙黄瓦”形成了一系列拼流量、拼情绪价值、拼品牌IP的全新玩法。在品牌传播学中，这样的“沉浸式”文旅体验，学名叫体验管理。中街，集齐了体验管理中的娱乐体验、教育体验和审美体验，从而吸引大量游客前来打卡。作为可遇不可求的超级IP，中街有着“沉浸式”文旅与时俱进的风采。而方城，尽管建设才刚刚起笔，已经显示出了巨大的流量效应和品牌影响力。

中街赢了，赢在带动全域消费上。因为一条街，奔赴一座城，逛完中街的游客们，可以找一处茶馆落座，看表演、品香茗，感受老沈阳的烟火人情；也可以撒开腿去浑河边骑行、露营，去文创园逛市集、听音乐会、看展览……

“好吃、好玩、好逛，3天吃了15顿不重样。”“不带两个胃都不敢来，根本吃不完。”这是中街沉浸式文旅体验的真实写照。一条老街，用场景化、情感化、互动化的消费体验，为沈阳文旅市场注入了强劲动能。

一条街，集齐了人情味、烟火气、时尚风、国际范儿……让沈阳成为更多海内外游客向往的地方。

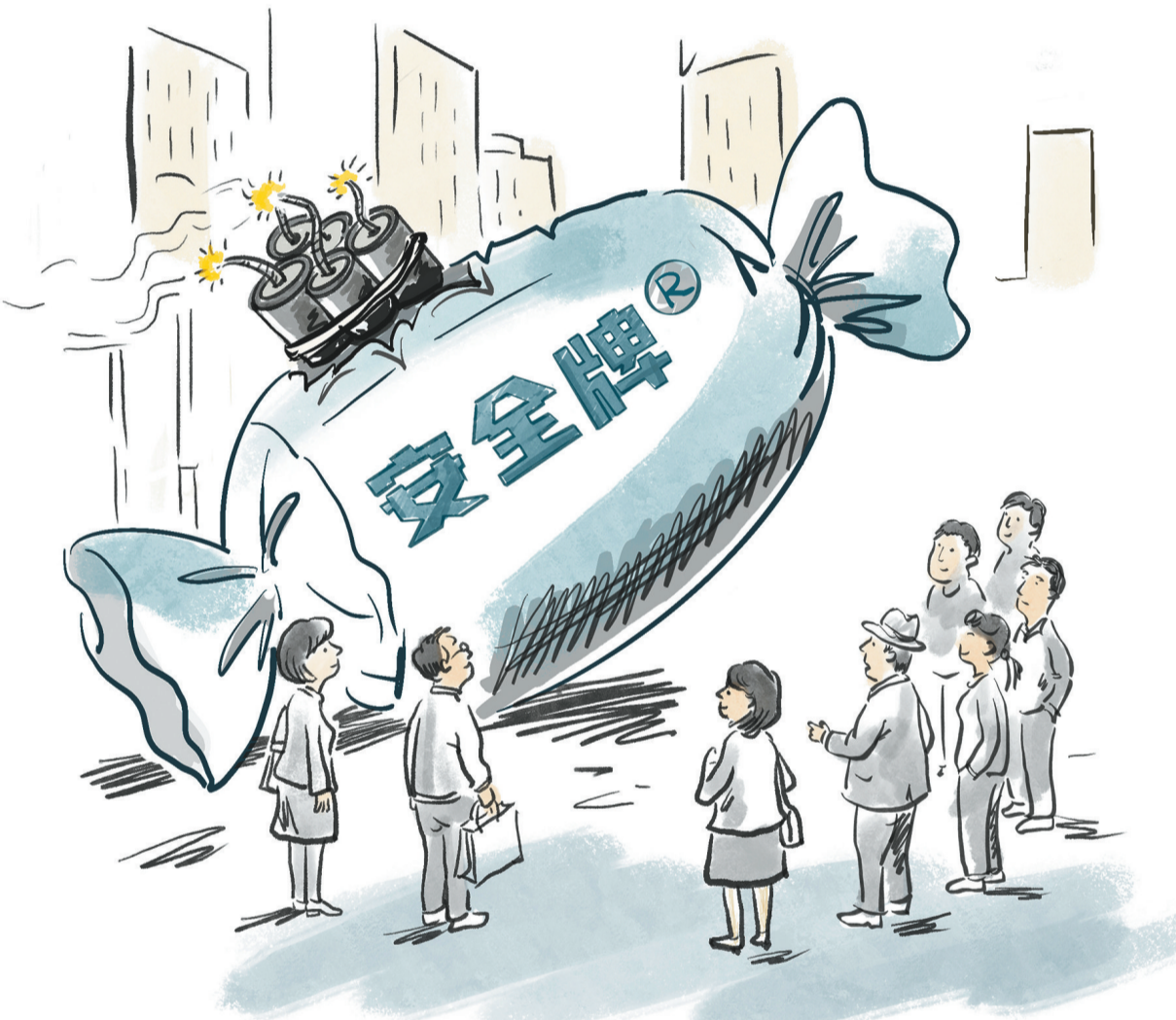
中街的灯火，照亮了一座工业重镇转身的样子，也让南来北往的人，看到了一个热气腾腾的辽宁。

(作者单位：沈阳城市学院)



## 安全商标不安全

漫画作者 邓婷婷



## 没出事不等于没有事

刘璐

安全生产切莫把“没出事”当成没有事。企业要摒弃侥幸与漠视，彻底清零隐患；监管须常态化“回头看”，杜绝一罚了之；每位从业者应自觉守规，让安全融入每道工序，莫等出了事才追悔莫及。

近期，我国一些地区发生安全生产事故，惨痛的教训再次为全社会敲响警钟，安全生产须臾不可松懈！

当前，全国一些行业和领域正严抓隐患排查、开展专项整治，在高压管控态势下，仍有个别企业顶风违规、以身犯险，充分暴露出其对安全红线的公然漠视。

复盘这些事故不难发现，涉事企业大多病灶相通：有的屡查屡犯、屡教不改，对安全规程置若罔闻；有的表面整改、虚假整改，把监管要求当成耳旁风；有的心存侥幸、麻痹松懈，

对潜在风险视而不见。而这些问题背后，归根结底都是同一种心态在作祟——把“没出事”当成没有事。

在一些人眼中，安全仿佛是做给别人看的。监管部门来了就把安全生产临时搞一搞，墙上贴几张警示标语，台账记录一口气补上几本。监管部门走了就一切恢复如常，把罚款交了、整改过了，暂时没炸、没伤、没查到新的问题，就觉得风险已经过去，便不管不顾、放任之。

这种想法太危险了，分明是把企业员工的生命直接暴露在不可预知的威胁下。说到底，是责任感的缺失、安全意识的淡薄。一些人觉得，安全投入是额外成本，隐患排查是自找麻烦，于是能省则省，能拖则拖，能隐则隐。可事实恰恰相反，安全生产是一项需要长久投入人力、物力、财力的工作，只要生产，必讲安全，你不把安全放在心上，安全也

不会把你放在眼里，最终只能用血的代价来侥幸买单，近期的几起安全事故便是值得引以为戒的案例。

教训深刻，更警示我们：安全生产不能一罚了之、一改了之，要久久为功，从长计议。对企业而言，要把安全嵌入每一道工序、每一次操作，隐患发现一处就彻底清零一处，并设置常态化管控机制，不搞“一阵风”式整改。监管层面，不能止于检查处罚，更要常态化“回头看”，紧盯整改实效，杜绝“罚了就是管了”的敷衍心态。每一名从业者，都要把安全生产当成自己的事儿来办，这本来就是头等大事，关系自己生命安全的事，做到不违规、不侥幸、不蛮干。

一个人的安全连着万家的幸福和全社会的安稳。切记切记，别把“没出事”当没事，更别等出了事才猛拍大腿，追悔莫及。

## 规则可以上锁，但“锁”不住中国实力

杨靖楠



5月2日，匈牙利亨格罗宁赛道，2026世界超级摩托车锦标赛SSP组别收官战中，中国摩托车制造商“张雪机车”迎来了属于他们的“高光时刻”。

车手瓦伦丁·德比斯在最后一圈连超两台雅马哈，以绝杀之姿强势夺冠。这是“张雪机车”本赛季的第三个冠军，也是中国品牌正式告别新车优待周期，与所有参赛厂商同规则竞技的首次登顶。

这一冠，含金量几何？回看两周前荷兰站的比赛便知。当时，“张雪机车”因葡萄牙站单场领先亚军近4秒的统治级表现，触发了性能平衡规则的“削峰”惩罚：被强制增重7公斤，节气门开度降至85%，最高转速下调500至800转，综合性能被削弱约两成，单圈理论圈速损失0.5至0.8秒。这无异于给短跑运动员绑上沙袋去参加百米冲刺。

然而，赛道上最残酷，也最迷人的地方就在于：规则可以限制参数，却限制不了选手求胜的信念；技术限制可以调整马力曲线，却调整不了工业底蕴的厚度。

面对性能平衡规则的“围剿”，

“张雪机车”没有崩盘，反而交出了荷兰站超级杆位亚军、匈牙利站绝杀夺冠的硬核答卷。这足以说明，当中国制造真正切入高端竞技的链条，任何人为的“削峰”手段最终都只是徒劳。

“张雪机车”的逆袭，绝非孤立的商业奇迹，而是中国制造在高端制造领域“破壁”突围的生动侧影。

数据不会说谎：2025年，中国制造业增加值高达34.7万亿元，连续16年领跑全球；中国汽车出口达709.8万辆，连续三年蝉联全球第一。这不仅是量的积累，更是质的飞跃，嫦娥六号完成世界首次月背采样返回；“九章四号”量子计算机再度刷新算力极限……在更尖端的科技赛道上，中国制造同样多点开花、全链发力。

“性能平衡”的规则可以暂时压住一台机车的马力，却封不住一个制造大国的底气。事实已经证明：靠规则“削峰”无法掩盖差距，反而让胜利的含金量更足。

这个世界从来不看谁被加了多少“配重”，只看冲线时谁是第一。中国力量正在证明，真正的强者从不畏惧规则的调整，因为实力就是最大的规则。



## “小事赢民心”咋这么灵

事件源起：“五一”假期，锦州市委大院主动敞开大门，为逛夜市的游客免费提供车位、开放卫生间，甚至专门打广告指路。这一暖心举动火遍全网，也引发了读者对“小事赢民心”的讨论。

不一定要砸钱搞大项目，锦州一个停车告示、335个免费车位，就火了全网、暖了一城。这说明，把小事办实了，比空喊“大格局”更有格局。  
大连市 张晨

机关大院放假关门，车位空着，景区夜市人多，车没处停，这道“减法题”其实可以变成“加法题”。谁把闲置资源盘活了，谁就把民心“盘”来了。  
武汉市 倪冲

有些干部爱搞“大场面”，建广场、修门面，账面上好看，群众不买账。真正的政绩是那种“看不见摸不着，但离了就不行”的东西，比如信任和口碑。  
营口市 李东成

不要总想着干“大事”，停车难、如厕难这些天天烦心的小事，解决好了就是最大的实事。锦州盯住游客的痛点，比喊一百句口号都管用。  
辽阳市 马涛

做有锐度的思考者



扫码关注“辽望观天下”



请扫码投稿