聊 政/事/儿

“头回客”变“回头客”靠什么？

刘家良

评价一地营商环境，不在于出台多少惠企文件，也不在于签约多少项目，企业完成一次合作之后，愿不愿意继续留下来、敢不敢追加“真金白银”的投入，才是最实在的检验标尺。

江苏康力电梯在营口市站前区所经历的便是一个有关营商环境让“头回客”变“回头客”的生动“切片”。

2025年，营口市站前区老旧小区电梯更新项目公开招标，江苏康力电梯中标。作为一家远道而来的江苏企业，第一次踏足站前区时，心里其实打着鼓。老旧小区改造这样的民生工程，外地企业没根基、没人脉，难免先想一层：要不要托关系，能不能公平竞争？

可当中标结果公布，康力电梯凭技术方案、报价和企业信誉胜出，预想中的人情关、关系关一样没碰到。

公平，是营商环境最先被看见的那道门。站前区守住的正是依法招标这条底线：结果出来了就坚决尊重，议论再多也讲事实、摆依据。面对外界对中标企业缺少东北地区施工经验的声音，站前区没有动摇，而是公开表态尊重招标结果、坚定支持企业履约。对企业而言，比政策优惠更踏实的，是知道输赢只凭实力、不凭来头。规则一旦可预期，外地企业才敢在陌生土地上放下戒备、大展拳脚。

可公平只是入场券，真正让人留下来的，是遇上难处时有人一起扛。南方企业初到北方，不懂冬季施工节奏，不熟悉居民生活习惯，电梯一进场，投诉便接踵而来。这时候，政府若只当裁判员，项目可能卡在半路。而站前区选择往前站一步，住建部门、街道社区组队进小区，逐户听诉求，把65件投诉全部化解，还把居民意见转成施工优化清单。企业碰壁不可怕，关键在于碰壁时有人把“墙”变成“桥”。

过去讲招商，常把注意力放在给优惠、给地块、给补贴；现在企业看重的，是不缺位、不越位、不掉链子的稳定预期。签约时那句“坚定支持企业履约”，最终落在按期交付、一次验收合格上。在营口市同类工程中，站前区拿下施工速度、验收合格率、居民满意度三项第一，群众得了实惠，企业赚了口碑。当民生工程被做成民心工程，企业看到的就不只是一个订单，而是一个值得长期耕耘的市场。

2026年，康力电梯决定深耕营口市，设立面向东北区域的销售及维保公司，用“真金白银”的投资，为站前区营商环境投下沉甸甸的信任票。

康力电梯的转身顺理成章：从试试看，到认准站前区；从中标一个项目，到布局销售维保公司，把区域总部级的业务放到辽宁。它说明一件事，好的环境不是靠宣传说出来的，而是靠一桩桩具体的事磨出来的、一件件具体的难处解出来的。

站前区的案例，放在辽宁打造营商环境最佳口碑省的语境里是一个很典型的案例。“口碑”二字，妙在不是自封的金牌，而是企业口耳相传的体感。“头回客”带着警惕来，“回头客”带着朋友来，这才是一个地方市场活力最真实的刻度。

一部电梯载着居民上下楼，也载着政企之间的信任升降。从“没托关系能行吗”的忐忑，到认准这里、再来这里的笃定，中间隔着的，正是营商环境的成色。把公平守牢，把服务做细，把承诺兑现，“头回客”自然会变成“回头客”，再带来更多“新客”。这，或许就是高质量发展最朴素的密码。

抢的就是窗口期

——抓好冬季经济系列谈之三

胡海林

山海经

机遇青睐有准备的行动者，把窗口期抓牢抓实，保持谋事在前、干事主动的状态，方能在一轮轮机遇更迭中，不断夯实高质量发展的根基，推动经济行稳致远。

经济发展，从来都是在把握时序、把握机遇中向前推进。一个稍纵即逝的有利条件、一个成本最优的时间区段、一次结构调整的难得契机，便是发展的窗口期。冬季经济自带阶段性、季节性特征，冰雪消费旺季、年末冲刺收官、年初项目储备、节庆消费热潮，都是一段段有限、宝贵的窗口期。

窗口期是发展的“黄金时段”，抓得住就是增量红利，抓不住就会转瞬即逝，变成明年的遗憾。抢抓窗口期，考验的是判断力、决断力、执行力。

就像冬修水利要抢抓枯水期、农闲期，赶在来年汛前完成清淤加固、水毁修复、灌区改造等工作；设施农业依托温室棚室，抓住冬春市场空当儿，保障新鲜农产品稳定供给，还占了“物以稀为贵”的价格优势。同样，年末也是招商洽谈、项目储备、政策落地的黄金时段，不抢就会错失机遇，甚至付出更高昂的成本。

就眼下而言，用好窗口期关键在于兼顾当期成效和长远布局。立足当下，要锚定既定目标，补齐短板弱项，疏通堵点难点，稳住经济运行基本盘；着眼长远，则要紧盯政策走向、市场趋势，并结合自己的资源禀赋，积极谋划结构优化、产业培育、链条延伸、动能转换等利长远的基础性工作。

做好经济工作，很大程度上就是识别窗口、把握窗口、用好窗口，在时机变换之中主动作为，把阶段性机遇转化为长期向好的发展态势。抢抓窗口期，不等同于简单赶进度、抢速度。发现窗口只是起点，能不能接住机遇，要看前期储备是否充分、有没有扎实的项目储备、方案论证是否成熟、要素对接能否顺畅，否则即便窗口摆在面前，也会眼睁睁错过，身边这样的案例想必我们都能列举一二。所以，做好调研谋划、准备功课，一旦有利时机到来，能够快速响应、即时启动，实现机遇和举措无缝对接。

当然，“抢”的核心要义是突出抢先谋划、靠前发力，而不是发蛮力、一哄而上，做到规范有序、守住底线。越是面对机遇，越不能头脑发热、仓促上马，要统筹发展和安全，兼顾质量与效益，科学排定时序，分清轻重缓急，让政策供给精准到位，资源配置投向关键领域。要依托良好的营商环境激发经营主体活力，引导企业一同感知窗口、把握机遇，形成政府引导、市场发力的合力，让窗口期释放的红利惠及市场、惠及产业。

机遇从来都是青睐有准备的行动者。经济工作没有一成不变的节奏，善于捕捉机遇、把握时序，是必须练就的基本功。把每一个宝贵窗口期抓牢抓实，保持谋事在前、干事主动的状态，顺势而动、乘势而上，方能在一轮轮机遇更迭之中，不断夯实高质量发展的根基，推动经济行稳致远。

画里有话 HUA LI YOU HUA

如此任性

漫画作者 郭 玲



热评

人人都是比赛的『第十二人』

黄 岩

11月8日，大连“雪在烧”，62619名球迷的热情把梭鱼湾足球场“点燃了”。终场哨响，冠军之歌“莎啦啦”响彻夜空。时隔21年，这支球队再度站上中国顶级联赛之巅，和奖杯同样动人的，是看台上翻涌的蓝色人浪，是整座城市拧成一股绳的滚烫心气。

本赛季中超联赛大连英博队15个主场，梭鱼湾场场沸腾，上座率是现象级的，累计超97万人次现场观赛，场均超过6万人，高于不少欧洲老牌豪门的主场。球票开票即售罄，早已成了常态。

球场装不下的热情，蔓延到了城市的每个角落，没买到票的球迷聚集在全城的“第二现场”里。商场大屏前，每一次进攻都伴着整齐的呐喊；球场周边，只要有人喊一声“大连”，“必胜”的回应一定会从四面八方涌来。比赛日的大连，街头巷尾都是足球的味道，人人都是比赛的“第十二人”。

这种号召力，还不止于职业赛场。今年首届“东北超”，大连队的5个主场同样场场火爆，人数最少的一场也有62035人到场，与长春队的决赛更涌进63259人，刷新了梭鱼湾足球场单场上座纪录。从顶级联赛到草根赛事，从职业球员到普通人组队上场，看台上的热情一分没减。

大连球场为啥能场场满座？辽宁的文体旅为什么能接连“出圈”？有人把它归结为“赛事经济”，有人说是“流量变现”。其实说复杂也复杂，说简单也简单，无非是踏踏实实站在老百姓的角度想问题，票价定得亲民些，活动办得接地气……大连英博队这个赛季平均票价96元，一票难求却始终没涨价；“东北超”更不用说了，统一票价19.9元，网友戏称“球票中签比中奖还难”。

群众参与度越高，文体旅活动的生命力就越旺盛。一场球赛、一场活动，让老友有了相聚的由头，让整座城市有了共同的话题。最后一轮夺冠战前，“全世界大连人回家”的话题刷遍全网，全国人民都看见了大连人的赤诚。那些球场里放声呐喊的人、街头“第二现场”加油的人、举着手机记录的人，没人把自己当“看客”，他们都是这场盛事的主角。发到网上的视频，看得人热血沸腾，没有提前策划的脚本，没有专业打磨的镜头，几万人一起用真心给家乡拍出了动人的宣传大片。夺冠夜，大连有商家主动给球迷免单，有路人在街上互相道喜，因为一场球，陌生人之间也有了默契的亲切感。在大型活动中，让更多人有“存在感”，这是最难得的财富。

真心换真心，文体旅“出圈”是因为生活“出彩”。办好比赛、办好活动，办到老百姓的生活里，大众参与是最持久的流量。群众的热情真正转化为发展的动能，辽宁这片土地上的烟火气，会越来越浓、越来越旺。

从“外迁”到“回流” 电脑巨头终究要算成本账

满 岩

五里河谈天

《日经亚洲》近日的一篇报道引发行业关注：惠普、华硕、宏碁等电脑巨头正在把部分产能从泰国、越南搬回中国，同时换掉一批合作多年的台湾代工厂，转向立讯精密、华勤、龙旗等大陆厂商。与此同时，戴尔也在评估同类调整方案。这几家品牌占据全球笔记本电脑市场可观的份额，它们的一举一动堪称全球电子供应链的风向标。

过去几年，在地缘政治压力和关税风险的推动下，不少电子品牌纷纷推行“中国加一”策略，把部分产能转移到东南亚。但现实证明，产能转移远比想象中困难：东南亚国家的工厂可以完成组装，却难以复制中国完整而高效的电子产业链；劳动力成本虽然比较低，但劳动力质量也不高，给产品质量、成本控制等带来不小挑战；此外，当地供应链体系不健全，无法以最低价格采购到生产所需的各类零部件。

推动这一轮产能“回流”的，是人工智能热潮带来的产业链成本重构。受人工智能需求拉动，内存与存储芯片供应严重紧缺，整机物料成本上涨，这几家公司的利润率正遭受挤压。当存储芯片价格一路飙升，组装环节省下的那一点人工成本就变得无足轻重了。把工厂搬回零部件供应更充足的地方，成为企业最理性的选择。毕竟，在成本的天平上，供应链的完整与灵活比什么都重要。

中国拥有成熟的产业技术工人储备、可控的综合生产成本，以及全球最完整的电子全产业链集群和完备的供应链体系。尤其在零部件就近供应层面的优势几乎无可替代，至今仍是全球电子产品制造的优选条件。显然，这些品牌的“回流”，正是看中了中国这套成熟的产业体系，以此降低综合成本、提高交付效率。

在芯片供给紧张的当下，谁能在全球市场拿到稳定配额，谁就能稳住生产节奏。本土代工厂贴近国内存储芯片产业，采购渠道更顺畅，比如长鑫存储的内存芯片就已被惠普、华硕、宏碁等品牌采用。这些代工厂在消费电子领域深耕多年，产品质量和交付能力也已获得国际品牌认可。这种“近水楼台”的供应能力和配套优势，成了中国制造一张亮眼的王牌。

这场产能“回流”，本质上是市场主导下成本与效率的再平衡。它再次印证，全球供应链布局，最终还是要服从市场规律。在完整产业链和关键零部件面前，任何简单的“外迁”都难以撼动中国制造多年积累形成的产业根基。

（作者单位：辽宁社会科学院东北亚研究所）

《梭鱼湾奇迹》为何一纸难求

苏 琳

文化七日谈

大连的足球文脉、球迷的赤诚热血，需要克制而庄重的文字定格。《梭鱼湾奇迹》为一座城市的光荣时刻，郑重落款。

“报社印刷厂的机器要忙冒烟了。”

纸媒发行再次出现了现象级盛况。11月8日大连英博队在中超联赛震撼夺冠，《半岛晨报》次日推出特刊《梭鱼湾奇迹》，几小时内全城售罄，读者通过各种渠道“求加印”。11月10日一早，半岛晨报社决定免费发放2000份特刊，仅一个多小时就被领完。报社又紧急加印了5000份，当天不到14时也全部被领空。目前，加印计划还在制订中。

《梭鱼湾奇迹》的爆火，绝不是人们一时的跟风热潮。它承载着一座足球城跨越整整21年的集体执念。球迷们珍藏它，本质上是珍藏一个可以触摸的冠军时刻。链接会失效，帖子会沉没，手中这份报纸的实体仪式感，是屏幕上的信息流永远无法提供的。

一座城市的坚韧相守、不离不弃，才有了《梭鱼湾奇迹》。

大连英博队拿下中超冠军，是场上队员奋力拼搏的结果，也是整座城市、无数球迷共同托起的荣光。大连球迷的爱，从不止于胜利时的欢呼。球队顺境时，看台上蓝海涌动；陷入低谷时，依然有人奔赴赛场，风雨无阻。自制的TIFO、代代传唱的助威歌、一家老小结伴看球的身影，成了赛场独有的风景。观众席上，6万多名球迷在漫天飞雪中齐声高唱《大海啊故乡》，何其令人动容？他们不只是看客，更是本土足球的陪伴者、守护者。正是这份不计得失、长久坚定的守望，一点点托举着大连足球熬过寒冬，等到逆袭圆梦的这一天。

夺冠当晚的风雪激情、热泪与呐喊，传播在短视频、社交平台的那些沸腾画面，是一种风景。《半岛晨报》适时推出夺冠特刊，用纸墨为共同的城市记忆做了一次庄重的存档，更是另一种风景。

信息可以随处获取，但一座城市的集体情感、文化脉络、荣耀和热血，需要具有仪式感的载体去定格与记录。《梭鱼湾奇迹》特刊站在足球城的视角，梳理大连足球一路走来的艰辛，写下球队逆境翻盘的故事，也专门记下球迷多年的坚守与付出，把属于这座城市的足球情怀，一笔一画地收纳在纸页之间。大家收藏这份特刊，是要留住这个属于大连人的高光时刻，要给这座城市的足球故事，留下一份看得见、摸得着的白纸黑字。多年以后再翻开，依旧能感受到当年全城的热血与感动。

大连的足球文脉，球迷的赤诚热血，需要克制而庄重的文字定格。《梭鱼湾奇迹》的推出，就是要为一座城市的光荣时刻，郑重落款。