中煤新集物资供应公司：知识竞赛创新 安全知识牢记

6月24日，中煤新集物资供应公司组织开展“安全生产月”知识竞赛活动。此次竞赛分为大家来找茬、看图识画、你来比划我来猜三项答题内容。通过改变以往“死记硬背”的传统学习方式，将日常工作中极易发生的违章行为拍摄为图片，让职工通过“找茬”的方式，进一步加深对习惯性违章行为的认知和认识，增强全体职工的安全责任意识，切实达到了“以赛促学、以学促安”的目的。

张运 摄影报道

赓续红色血脉 争当“赶考”路上的排头兵

“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程……”洪亮整齐的入党誓词响彻高空。

为大力弘扬民族精神、爱国主义精神、红色革命精神，6月22日，东方物探西南物探分公司排列工程中心党委结合主题教育开展了“庆七一 喜迎党的二十大”主题党日活动，走进梁平、西昌革命历史和红色文化基地，探访红色足迹，重温光辉历史，赓续红色血脉，激发奋进力量，争当新时代赶考路上的排头兵。

川西大凉山，绵延不绝，见证了中国工农红军不畏艰险万里长征的壮阔历史。西昌卫星发射中心，傲立群山，向世人展示着中国航天的磅礴力量和航天精神。

红军长征纪念馆内，一件件承载着历史记忆的文物，一张张泛黄的历史照片，生动还原了那个硝烟纷飞的年代，无数共产党人对党一片赤诚。当年的战火已消散，但红军将士的信仰之光却穿越历史闪耀至今，激励着年轻一代党员、青年团员继续向前、永远向前。随后，在西昌烈士陵园，全体党员向革命先烈致敬，重温入党誓词。

●排列工程中心全体党员在西昌卫星发射中心

“新中国从这里走来，旗帜领航赶考行，我们从这里出发，践行入党誓词，人人都要发挥党员模范带头作用，焕发最佳状态，积极投身新时代‘赶考’新征程。”中心党委书记李轩波现场讲起了党课。

在彝海结盟纪念碑、彝海结盟纪念馆，全体党员通过瞻仰纪念碑、观看图片展，充分了解了革命先辈的丰功伟绩及现实意义，深刻感受到了那种不怕牺牲、前赴后继、勇往直前的长征精神。

“彝海结盟”传为佳话，保证了中国工农红军顺利通过凉山彝区，更是中国共产党民族政策在实践中的巨大胜利，给万里长征增添了精彩的一笔，也向广大党员证明了“团结协作”的重要意义。

参观结束后，专题党课《弘扬伟大建党精神，踔厉奋根扬帆再启航》，阐明了大力弘扬伟大建党精神，是我们迈进新征程、奋进新时代的源源不竭的强大动力。弘扬伟大建党精神，以史为鉴、开创未来，理头苦干、勇毅前行，在新时代新征程上展现新气象新作为。

在讲诉活动中，有着30多年党龄的老党员朱勇分享了自己从入党到立业的心路历程。进入物探行业，他就光荣地成为一名共产党员，强大的精神信仰让他不怕苦、不怕累，三十年如一日扎根于这崇山峻岭之中，始终不忘初心、矢志不渝为油气勘探事业奋斗终生。

朱勇的故事鼓舞着全体党员，大家立志立足岗位，在学习工作中创先争优、带头示范、把党员身份亮出来、把党员的先锋形象树起来。

为期两天的红色之旅，让排列工程中心的党员们感触良多，大家纷纷表示，历史是最好的教科书，多层次思想洗礼使红色教育更深更实，革命先辈留下的长征精神将永远激励我们砥砺前行、不懈奋斗。党员同志要传承以伟大建党精神为源头的精神谱系，赓续红色基因，发扬革命优秀传统，在岗位生产工作中进一步坚定理想信念、进一步筑牢初心使命、进一步增强业务本领，当好物探排列工序排头兵，以优异成绩向党的二十大献礼。(岳冰心 刘春梅 王傲阳 苏光建)

“亲情视频”嘱安全

“亲爱的老公，无论你工作多么辛苦，工作多么晚，都要把安全生产记心间，我和我们的女儿等你安全回家。”

“亲爱的爸爸，我和妈妈最喜欢听的声音，就是您每天安全归家的声音！希望爸爸安心工作，遵章守纪，规范操作，时刻注意安全，您的平安就是我和妈妈最大的期盼！”

为进一步构筑安全生产第二道防线，助力“安全生产月”活动深入开展，6月24日早晨，安徽省淮北矿业集团临涣选煤厂工会深入装卸车间班前会，组织开展“亲情视频”嘱安全协安活动。

在装卸车间会议室内，当班职工们集中观看由本班组职工家人录制的“亲情视频”。视频中，班组职工的妻子用深情的话语嘱咐爱人注意安全，孩子用稚嫩的童音呼唤爸爸注意安全。电视机中播放的一段段由职工妻子、儿女录制的安全嘱咐的视频深深地感染着职工们，进一步增强了职工们的安全意识。

“听着妻子和一双儿女充满深情的安全嘱咐，在感到幸福感满满的同时，也更加坚定了我做好安全工作的决心和信心。本人郑重承诺：我保证，坚决做到‘生产再忙，安全不忘！’每天都要平平安安回家与亲人们团聚。”职工刘晓龙动情地说。

“没想到在今天班前会上，当着全班职工的面，看到了妻子和孩子拍摄的嘱咐我注意安全生产的视频，真有点受宠若惊的感觉。”平时言语不多的职工孙前进不好意思地说。

据悉，本次“亲情视频”的拍摄，是在职工不知情的情况下，车间协安员私下联系职工家属，让家人们拍摄后发过来的。再将班组20多名职工的小视频统一整合，制作成穿插有音乐和话语文字的视频，在班前会上给职工们一个惊喜。

在“亲情视频”嘱安全协安活动现场，协安员们还穿插了“遵守安全生产法，当好第一责任人”安全生产月活动知识有奖抢答环节，为答题正确者发放了安全小奖品以示奖励。 (肖震)

蜀南气矿：有故事的“劳动大咖”是这样的！

■ 黄斌

“这6名在一线工作的劳模以实际行动为党旗争光添彩，他们的事迹尤为抢眼、最具代表性，真实再现了‘劳动大咖’的职业精神、创新精神、高尚品德，值得学习和传播……”6月24日，在中国石油西南油气田公司蜀南气矿机关办公大楼宣传橱窗前，员工们被这些以精湛技艺和奉献情怀，日复一日、年复一年为蜀南气矿高质量发展做出卓越贡献，拥有平凡却又不凡故事的“劳动大咖”吸引着、感动着、激励着。

塔里木油气工程分公司轮南轻烃项目组经理肖刚，是一个被同事们称为“大漠一线钢铁侠”的一线班组组负责人。21年来，他从普通设备维护员工到压缩机技师，用突出的工作能力和一丝不苟、吃苦耐劳的工作态度，圆满完成各项工作部署，先后独立取得国家实用新型专利1项，参与取得国家实用新型发明专利3项，在平凡岗位上做出了不平凡的业绩，展现出一名气矿驻疆单位劳动者的独特风采。

泸州应急抢险维修中心电工技师杨光富是蜀南气矿精益求精、保障电力运行安全的杰出代表。工作31年来，他紧跟行业发展，自觉钻研电气专业技术知识，不断提升技能水平，成为电气管理的行家里手，在长宁非常规天然气开发建设井区多次解决电力运行上的疑难问题，为非常规天然气增储上产做出了积极贡献。

安岳采气作业区副经理聂权，工作13年来致力科研到上产一线，为气藏动态分析、气藏工程管理、生产过程管理等工作默默奋斗，多年来的辛勤付出收获成果。聂权获得西南油气田公司科技进步特等奖等多项奖励，在《天然气工业》等核心油气刊物上发表多篇文章，曾获西南油气田公司“优秀科技工作者”等荣誉。

泸州采气作业区技术信息室主任林旭波，10年多来，他在管道管理、生产技术及技术信息管理岗位上，以严谨的态度、朴实的作风，确保了1000多公里管道的安全平稳运行。近年来，泸州区块迎来非常规天然气加快上产关键时期，他带领团队冲锋在前，优质高效地完成了新井投产工作，用实际行动砥砺奋进，争做上产标兵。

勘探开发研究所勘探研究组组长耿超，10年多来，他以寻找气矿新的规模效益储量为己任，积极克服科研人员缺乏、科研任务繁重的困难，以严谨的态度用科学文量地下，守护气矿勘探开发油气资源。从重点探井云锦2井的目标再论证，到庙高1井的目标靶点调整，进一步提高了向斜区茅口组探井成功率，构建了和谐优秀的科研团队，个人荣获西南油气田公司“科技先进工作者”等荣誉。

长宁页岩气作业区党委书记刘智勇，以“看我的，跟我来”为格言，常年奔走在长宁气区的巍巍大山中，心比山高，目标更高。从三年前至今，他致力创建“建功页岩、筑梦先锋”的党建品牌，积极开展“两下四送”活动，让党建工作更“接地气”，帮助作业区全体员工迈过了疫情影响、装置大修等一道道坎，切实把“建功页岩、主动作为”的责任意识植入员工们心里。

银光集团开展迎“七一”徒步活动

6月25日早晨晴空万里，中国兵器工业集团北化研究院集团甘肃银光化学工业集团有限公司足球场人头攒动，“喜迎二十大，永远跟党走、奋进新征程”迎“七一”本部员工徒步活动在这里举行。500余名党员、群众参加活动。

随着发令枪清脆的声音，4公里徒步正式开始。参加活动的员工从足球场出发，按照指定路线健步而行。共产党员林道路两旁绿树成荫，大家欣赏着沿途风景，迈着矫健的步伐，精神抖擞地走在党园的马路上，展现出企业员工团结奋进、拼搏向上的精气神，形成夏日里一道亮丽的风景线。

活动结束后，大家纷纷表示，参加徒步活动不仅增强了体质、强健了体魄，还鼓舞了斗志、提振了精神，加强了员工之间的情感沟通，使广大员工以更加积极的奋斗姿态投身各自工作中，为企业高质量发展贡献力量。 (强世旺 汪丫惠)

鞍钢集团拟与凌钢集团重组 钢铁行业兼并重组提速

■ 向炎涛

钢铁行业的兼并重组还仍在继续。6月23日，凌钢股份公告称，公司收到控股股东凌钢集团通知，获悉鞍钢集团有限公司(以下称“鞍钢集团”)正在筹划与凌钢集团进行重组事项，可能导致公司实际控制人发生变更。

这是鞍钢集团继去年重组本钢集团成为国内第二大钢铁集团之后的又一次重组。重组之后，鞍钢集团的粗钢产能将逼近7000万吨，其国内钢企第二的位置将进一步巩固。

多位接受记者采访的专家表示，钢铁行业兼并重组将是大势所趋，在钢铁产能“减量化”趋势之下，钢企通过兼并重组进行产能置换以扩大规模、优化产能结构是钢企保住自身行业地位的一个手段。同时，钢企间的兼并重组也符合国家对央企改革和国企改革的要求，有利于钢铁行业的绿色低碳高质量发展、提升行业集中度、加强产业链上下游协同，提升产品竞争力，行业话语权。

重组尚处于筹划阶段

鞍钢集团2010年由原鞍山钢铁集团和攀钢集团联合重组而成，是国务院国有资产监督管理委员会监管的中央企业。2021年8月，鞍钢集团和本钢集团实现重组，辽宁省国资委将所持本钢51%股权无偿划转给鞍钢，本钢成为鞍钢的控股子企业。鞍钢集团因此成为国内产能仅次于中国宝武的第二大钢铁集团。

鞍钢集团与凌钢集团的重组尚处于筹划阶段，方案确定后还需要获得有关部门批准。

而对于此次鞍钢与凌钢重组，兰格钢铁研究中心主任王国清对记者表示：“鞍钢集团与凌钢集团同位于辽宁，重组有利于鞍钢集团将辽宁大部分钢铁企业纳入到自身旗下。从鞍钢集团近几年的兼并重组步伐来看，鞍钢有意保住自己在区域市场的行业地位。从产品结构来看，鞍钢与凌钢存在一定的互补，重组有利于鞍钢保住其在辽宁乃至整个东北地区的行业地位。”

上海钢联研究中心高级研究员宋小文告诉记者，鞍钢集团“十四五”时期明确了“7531”(7000万吨粗钢、5000万吨铁精矿、3000亿级营业收入、百亿级利润)战略目标。在国家严控钢铁产能背景下，要实现规模的快速扩大，兼并重组是必由之路。

“鞍本重组后，鞍钢集团粗钢产能达到6300万吨，仅次于中国宝武，位居国内第二，行业话语权和主导权继续增强。如果鞍钢重组凌钢，产能将接近7000万吨，对国内钢铁行业兼并重组将继续起到良好示范，有助于行业兼并重组的快速推进。”宋小文说。

积极推进行业兼并重组

事实上，近年来，钢铁行业一直在推进兼并重组。中国宝武在发展过程中也与多家地方国企重组，于2019年和2020年先后与马钢集团、太钢集团重组。2021年7月份，中国宝武宣布拟战略重组山东省国企山钢集团；今年4月份，中国宝武获得新钢集团51%股权。2021年，中国宝武粗钢产量1.2亿吨，连续两年位居世界第一。

近日，国务院国资委印发《关于国有资本投资公司改革有关事项的通知》，经国务院国资委对国有资本投资公司试点改革情况的全面评估，国投集团、华润集团、招商局集团、中国建材和中国宝武五家央企正式转为国有资本投资公司。

“中国宝武成为国有资本投资公司，无疑将加强企业重组资本运作手段，加快钢铁产业聚集，优化产业结构，提升行业整体竞争力。”王国清表示，中国宝武作为行业龙头，其在企业管理、技术创新、绿色低碳等方面有着先进经验，通过兼并重组，能够带动体系内企业共同高质量发展。

王国清表示，当前我国钢铁行业通过兼并重组集中度有所提升，但与国外相比集中度仍然不够。预计接下来，钢铁行业还会进一步兼并重组。大的产业集团的形成将带动整个体系内企业的融合与协同，在铁矿石等原料采购端也有利于形成集中采购制，从而更容易实现原材料供应的稳定性和价格的可控性。此外，也有利于保证供应链体系的稳定。

宋小文也认为，中国钢铁消费经历高速增长、大量贸易企业、轧钢企业快速壮大，并在冶炼环节投资，导致以小高炉、小转炉为主体的钢铁厂数量较多，产业集中度偏低。钢铁行业兼并重组是大势所趋，目前中国钢铁生产能力过剩，如果不加强兼并重组只会导致恶性竞争，造成市场混乱，钢铁产业作为基础的重要工业，必须要保持稳定和健康发展。

集中度提升有助资源整合

受上游原料价格下跌、下游市场需求疲软等因素影响，近期尤其是6月中旬以来钢价一路下行，钢企亏损明显。某上市钢企对记者表示，当前钢铁行业对于上游原料端的议价能力弱，虽然上游原料成本下行，但钢企利润还是受到严重挤压。

6月23日，虽然期钢涨幅明显，但现货市场钢价仍处于下跌态势。期货方面，截至6月23日收盘，螺纹主力期货涨65元/吨，收报4235元/吨，涨幅1.56%；热卷主力涨36元/吨，收报4285元/吨，涨幅0.85%；现货市场方面，据中钢网数据显示，6月23日，钢材价格总中走跌，多个钢材产品价格走低，例如螺纹钢24个市场中，无上涨，19个市场下跌10元/吨-90元/吨，20mmHRB400E平均价格4224元/吨，均价较上个交易日下调37元/吨。

“需求疲软是导致6月钢价下跌的主要因素，叠加海外美联储加息略超市场预期，市场情绪悲观，进一步拖累钢价。”宋小文表示，“随着钢厂减产的消息不断发酵，原材料需求预期偏悲观，成本下移导致钢价下跌空间扩大”。

为何上游原料价格下跌，钢企还是会严重亏损？宋小文表示，主要是因目前钢厂消化的是前期高价采购的原材料，因此当钢价大幅下跌之后，钢企面临较大的现金流困境。

此外，接收记者采访的多位业内人士均认为，随着钢铁企业兼并重组的推进，行业集中度提升已是大势所趋，集中度提升之后，有助于资源整合，加强对市场控制力，对上游原料也将更有话语权。

据悉，6月21日，钢企对焦炭企业提降300元/吨全面落地后，6月23日有个别钢企提出二轮提降，对焦炭价格下调200元/吨。有券商煤炭行业分析师对记者表示，此次二轮提降有望落地，但随着焦炭企业限产、钢厂减产，后续焦炭价格下跌空间不大。

而据上述上市钢企人士透露，因受制于上游焦炭价格坚挺，目前行业已有大型钢企正计划集体向焦炭企业议价。

在中钢经济研究院首席研究员胡麒牧看来，我国铁矿石对外依存度高，铁矿石的定价权并不在国内，若钢铁行业要提升对上游铁矿石价格的话语权，需进一步提升国际竞争力。因此，建议国内钢企一是要加强技术研发提升产品竞争力，向高端综合材料商发展；二是适应国际化的市场经营环境把控海外经营风险，提升企业本地化的影响力。

郭沫若戏剧文旅产业化发展现状及对策研究

——沫若戏剧文创园调研报告

■ 王兰兰 张俊雅 游新 易闰丹

2020年9月19日，四川省乐山市沙湾区沫若戏剧文创园正式开幕。该文创园以活化“沫若戏剧文化”为核心，以“戏剧文化+亲子研学”为主题，致力于打造集弘扬沫若文化，开拓工旅一体化发展空间，创新儿童研学戏剧方式等多功能、高水平的新型文旅结合示范地。在当前文化与旅游深度融合的发展趋势下，沫若戏剧文创园响应了深化文旅融合的发展要求，迎合了话剧文化广受欢迎的市场潮流，为郭沫若戏剧的文旅产业化实践提供了基本范式。它的合理开发不仅能增强四川省旅游业的吸引力和竞争力，更能为未来各地将文化优势转为经济优势提供有益的经验借鉴。

一、沫若戏剧文创园的发展现状

沫若戏剧文创园（以下简称文创园）由戏剧研学基地和火车营地两部分构成，前者以“戏剧文化+艺术研学”为主题，重点打造“中国戏剧馆”、“沫若戏剧馆”、“国际戏剧馆”、“铜河家风楼”五个特色主题场馆，通过打造沉浸式的体验平台，全面展现戏剧魅力与精髓；后者以郭沫若诗歌作品《天上的街市》为原型，以45节火车车厢为载体，融入沫若文化、戏剧文化、三线建设、老成昆线记忆等元素，打造具备吃、住、行、游、学、娱为一体的研学旅行新业态。2020年9月，文创园正式对外开放，先后被选为2020年全省旅发大会、2021年全省研学旅游大会的观摩点和示范点，并顺利入选乐山“新十景”。2021年2月，文创园成功创建国家AAA级旅游景区，成为国内首个戏剧文化研学示范文创园。在实地调研的基础上，本文总结出文创园在活化沫若戏剧、推动沫若戏剧文旅产业化发展过程中的部分亮点与痛点。

（一）沫若戏剧文创园的亮点

1.自然环境优美，配套服务齐全

文创园坐落于大渡河畔、美女峰下，绿水环绕、青山相伴，不仅为当地居民提供了娱乐休闲的好去处，还对外省游客具有极大的吸引力。漫步文创园，既能了解中外戏剧的发展历程，又能近距离欣赏富向山流水，在人文世界的徜徉中同时获得自然美景的疗愈。文创园内部配套服务设施齐全，既有宽巷子3号等高端餐饮服务品牌，也有乐山特色小吃、本土火锅、网红饮品等平价餐饮服务，还有能够同时满足200人研学、住宿的特色火车营地，让游客在园区内即可获得吃、喝、玩、乐、学一站式体验。

文创园周边服务设施齐全，美食、美景极具本土特色。在文创园两公里范围内，即有德胜国际酒店、华光苑酒店、乐山洪轩大酒店等多个环境优美、交通便利的酒店，能够充分满足外省游客的住宿需求。文创园附近仍有部分区域保留着工厂建筑的原貌，符合当下流行的工业风审美，部分当地知名的小吃、烧烤、炒菜店散落其中，太平镇豆腐干、烤鱼等特色美食，都能让游客拥有别具一格、丰富多元的旅游体验。

2.占地面积较大，剧场数量较多

文创园戏剧研学基地占地约200亩，火车营地占地98亩，为游客提供了极大的活动空间。研学基地由“中国戏剧馆”、“沫若戏剧馆”、“国际戏剧馆”、“川剧馆”、“铜家河家风楼”五个特色主题场馆构成，其中还有半两钱庄、沫若书院、GOGOPANDA文创店等特色区域，占地面积较大，可供游客参观、休憩的空间较多。火车营地共有45节车厢，分为火锅、小吃、饮品、住宿等区域，堪称川渝地区规模最大、功能最全的特色火车营地。

戏剧研学基地内部多个场馆内均设有舞台和剧场，为活化沫若戏剧提供了现实场景。在中国戏剧馆和沫若戏剧馆中，都有小型舞台，既能满足园区打造剧目的演出需求，又能为前来参观的游客提供即兴演出的平台。研学基地之外，还有建筑总面积约9800平方米的“沫若剧院”，剧院内有完善的音响设备和精致双坐席，可容纳约400人在此观看话剧，为活化沫若戏剧提供了场地保障。

3.互动形式多元，沉浸体验良好

文创园内为游客提供的互动形式较为丰富，有声明信片可以让游客对自己的声音进行录制和分享，留下声情并茂的旅游体验；AR互动变脸体验运用了高新互动技术，让游客能够真切地感受变脸艺术的魅力；剧本通读选取了郭沫若戏剧代表作《雷电颂》的精彩段落，并精心设计3D图象配合游客朗读，使郭沫若的戏剧得到真实立体的呈现。这些互动形式品种多样，又具有较强的吸引力和新鲜感，迎合了游客的好奇和参与心理，能够使游客获得较好的沉浸式体验。

（二）沫若戏剧文创园的痛点

1.资源挖掘不够充分

当前园区内部具有多个戏剧主题场馆和戏剧活化平台，但对郭沫若戏剧文化的挖掘和展示力度还存在明显不足。首先，场馆内部对戏剧文化的展示以文字展板为主，内容多而全，但却更多是科普式的导览，可喻为“上墙版的搜索引擎词条浏览”。这种浅显的科普，只能适用于文化程度较低或理解能力较弱的群体，难以在具备更高知识文化素养的游客群体中获得认同，不利于园区向更精致的方向发展。其次，场馆内部有利用高新技术进行科普的展览形式，如“国际戏剧馆”中，用短视频的形式介绍西方古典戏剧的发展历程。但其问题仍在于展示的内容十分浅显，几乎是把搜索引擎显示的内容用视频形式再播放一遍，对于游客来说，这样短时又枯燥的视频内容，不仅难以吸引他们的兴趣，甚至还会让他们产生期待落空的失望心理。这些问题的根源在于，园区对郭沫若文化资源的挖掘和利用只停留在最浅显的层面，未能在深入挖掘中发现新鲜的内容和生动的形式。

2.客户定位不够准确

以国家教育政策为导向，文创园将亲子研学作为重点运营方向，限制了文创园发挥更大的文化价值与经济价值。将亲子研学作为重点打造项目，迎合了国家教育政策的改革和需要，为沙湾区及整个乐山全市范围内的中小学生提供了研学实践的平台。在此背景之下，园区将其客户群体定位为中小学生，将园内展示内容、互动项目、住宿环境都打造成适宜于中小学生开展研学活动的布局。但是，文创园占地面积极大、服务设施齐全、剧场条件良好，将整个园区大量用于满足中小学生研学的需要，难以充分利用园区的文化资源与活动空间。一方面，以中小学生为主要目标客户，必须考虑中小学生的文化接受水平，限制了园区进行更高层次的展览和互动项目设计；另一方面，以研学为活动目的的中小学生消费能力有限，即使能够为火车营地创造餐饮、住宿等收入来源，其效益仍十分有限，难以盘活园区内有利于发展“夜经济”的文化资源和活动空间。

3.戏剧氛围不够浓厚

作为一个以郭沫若戏剧为主题的特色园区，文创园内部极度缺乏戏剧氛围，让游客在园区内能够获得的沉浸式戏剧体验十分有限。首先，在整个调研、考察期间，园区内没有进行一场完整的戏剧表演，甚至连戏剧演出视频也无从看到，在某种程度上，这仍然是如同书本简介一般生硬枯燥的展览形式，没有真正实现活化沫若戏剧的目的。其次，园区内部场馆主题过于分散，除了五个与戏剧主题相关的展馆外，园区内还有沫若书院、半两钱庄、文创商店等区域，尽管这些区域能够丰富园区的活动功能，但也在一定程度上削弱了园区的戏剧氛围。再次，园区内除主题展览之外，没有利用沫若戏剧元素打造更多的展示平台。如火车营地的研学宿舍，虽然是以郭沫若戏剧为主题进行设计，但整个宿舍区的装修、配饰仍然与普通酒店相同，无法体现出沫若戏剧的文化优势。最后，园区未能给观众提供参与戏剧演出的契机，没能带动观众参与沫若戏剧的演出与再创造，即使具备完善的舞台设施，也终究只能停留在游览、参观的单一层面。

4.文创产品不够丰富

文创产品是当前最炽手可热的营销手段，不仅受到开发商的广泛关注，还在消费群体中得到广泛认同。以刚刚过去的北京冬奥会为例，以吉祥物冰墩墩为原型制作的手办、玩具、钥匙扣等文创产品在网络上引起热烈讨论，激发了全国乃至全世界的购买热情，产生了极大的经济效益。文创园文化资源深厚、自然环境优美，能够开发利用的文创周边数量繁多。但在整个园区内，仅有GOGOPANDA一家文创商店，售卖的也只有大熊猫周边，具有较强的同质化倾向，客易让游客产生审美疲劳，既不利于宣传沫若戏剧文化，也不利于将沫若戏剧文化资源转变为经济效益。文创园内部即有特色鲜明的文化元素，如半两钱庄的铜钱门票、郭沫若戏剧中的代表人物、郭沫若书法作品等，这些都可以开发设计成精美的周边文创产品。

二、沫若戏剧文创园的优化路径

（一）深挖戏剧文化，升级沉浸体验

文创园目前已基本形成以郭沫若文化为中心，以火车营地、沫若剧场为辐射的产业体系，但经济效益尚不明显。要想将当地的文化资源转变为经济效益，实现文旅产业化内高速发展，首要任务就是深挖沫若戏剧文化、打造沉浸式体验，只有这样才能带动以戏剧文化为中心而建立的周边产业。

首先，深化戏剧文化展示层次，将科普型的知识灌输转变为故事型的文化叙述。除了聚焦少年郭沫若的成长历程之外，可将挖掘范围扩大至青年郭沫若，在展示内容中增加郭沫若经典剧目的创作过程、郭沫若戏剧的演变历程、郭沫若成长趣事等板块，将郭沫若戏剧文化的简介从单一维度上升到立体维度，向观众展示全面、鲜活的沫若戏剧文化。

其次，优化场馆内部互动形式，将适用于低龄青少年儿童的互动形式转变为适用于全年龄段的互动形式。实现这个目的，不仅需要对沫若文化进行深入挖掘，还需要对当前流行的互动技术进行学习借鉴。在戏剧文化展示方面，可以借鉴乌镇戏剧节的成功经验，采取一些更加年轻化、更具沉浸性的互动方式，如播放郭沫若戏剧经典片段，让游客为这些片段进行配音；向游客提供舞台进行戏剧表演，将书本上的沫若戏剧转化为看得见、听得到的生活场景；用沫若经典剧目打造剧本杀项目，借助剧本杀的热潮，盘活沫若戏剧文化资源等。这些愿景的实现都有赖于对沫若戏剧文化的深入挖掘，唯有艰难的探索和精心的设计，才能突出沫若戏剧文创园的唯一性。与此同时，不能将资源挖掘的范围局限于郭沫若戏剧，还要将视野延伸至国内名家名作、世界名家名作，真正构建一个容纳百川的全景式戏剧博物馆。

（二）拓宽客户群体，引导文化消费

根据调研所得数据，文创园每年的运营成本约为400万元，而受疫情政策、新冠疫情等因素的影响，目前仍处于亏损状态。就研学项目而言，尽管教育政策的支撑能够为园区带来一定数量的经济收入，但场馆内部仅能支持同时接待200人研学住宿，无法接待大型研学团队，导致大量客户流失，且配套的可盈利项目较少，难以扭转园区的亏损局面。因此，仅仅依靠研学项目创造经济收入，是远远不够的。

要实现文化资源优势向经济增长优势的转变，不能简单考虑政府政策的营销，还要积极迎合消费市场的需要，将园区的目标客户扩大到青年和中老年群体，引导他们进行文化消费，推动园区从研学型向文化型的转变。在文创园的发展规划中，盘活“夜经济”是一个重要议题。园区内除研学基地外，还有火车营地、火车营地外的草坪、戏剧广场等大量活动场所，在火车营地中，除了打造研学宿舍外，还可以参考成都市玉林街道的运营模式，打造适合青年人的咖啡一条街、酒吧一条街、沙龙一条街等区域；在火车营地外的草坪和戏剧广场等空旷场地，可举办草坪戏剧节或草坪音乐节，吸引全省乃至全国范围内的学生剧团到此表演、或与知名乐队进行合作，让火车营地外的草坪也能发挥经济作用。其次，火车营地融合了三线建设、老成昆线等文化元素，能够为中老年群体打造怀旧、复古的文化氛围，为中老年群体打造同学会、合唱比赛、广场舞比赛等活动项目，也能带动园区经济效益的增长，推动形成“沫若文化+全域、全龄、全景”的消费格局。

（三）整合特色资源，完善文创产品

近年来，文创产业作为新经济的重要抓手，频频出现在重要文件之中。促进沫若戏剧文化的文旅产业化实践，也需要借助文创产业的热潮，将园区内部及沙湾全区的特色资源进行整合，打造优质的、唯一的戏剧文创产业。

郭沫若在现代书法史上占有重要地位，他的书法作品能够用于制作文件袋、鼠标垫、笔记本等文创产品。沫若戏剧元素、“郭小沫”文化IP也能用于制作玩偶、摆件等产品。

最后，在新冠疫情影响之下，策划线上展演剧目、设计便于线上传播的文创产品，将数据流量转变为经济收入，亦能创新沫若文化、促进沫若文化产业发展。当前，文创园精心打造了音乐剧《少年郭沫若》，该剧讲述的是郭沫若12岁前在沙湾生活学习的故事，传达出“天才=天赋+立志+勤奋”的教育观念，具有较强的教化意蕴，难以在观众之间产生共鸣。在新冠疫情影响之下，线下运营面临重重困境，不少文艺活动都已转向线上平台，罗大佑、崔健、孙燕姿等知名歌手都举办了线上演唱会，北京人艺也将70周年院庆活动以线上直播的形式呈现。文创园亦可借鉴这种运用模式，与微信、微博、抖音、小红书等覆盖全民的自媒体平台建立合作，精心编排部分经典剧目，让观众足不出户即可感受沫若戏剧魅力、领略沙湾独特风情。

（四）调整运营机制，优化营销模式

当前文创园面临着开放与不开放的矛盾，部分区域仍旧需要购买门票才能进入，在一定程度上打击了游客的积极性。对于文创园这类半开放式景区，依靠门票营利较为困难，可以仿照当下较为流行的CLUBMED模式，从旅游业态上打破传统的门票经济，从售卖门票向售卖氛围转变，通过剧团演出、街头表演、换装游行、承办节庆活动等，营造热烈的艺术氛围吸引游客，增加人流量，带动周边产业发展，提升文化品牌的价值。

其次，在新媒体时代背景下发展文旅项目，必须利用好网络服务平台，加大互联网宣传与广告投放等，促进区域链接、文化链接、互联网链接的相互转化。抓住某些吸引眼球的点，在新媒体平台上塑造破圈出圈的旅游目的地形象，利用网红推广、大众点评推广的推介路线，搭建官方媒体、网红达人、B站头目、小红书、抖音等多个媒介平台协调合作的1+N流量体系。此外还要加快在各大网络平台上的公众号、官网建设，与各大网络新闻平台合作，加大宣传力度，在美团、去哪儿旅行等旅游服务平台上开通购票、食宿优惠等服务，将线上流量转化为线下游客。

三、结语

通过对沙湾沫若戏剧文创园发展现状的调研和分析，可以看出文创园的有序创建和持续发展需要充分依托当地资源优势和沫若文化传统，明确主题定位；需要充分拓展客户范围，以市场需求为导向，将园区内部区域进行合理区分，使园区真正实现“全景+全域+全景”的消费体系；还需要积极吸纳文化、人才、科技等要素资源，积极开发文创产品、策划线上展演剧目，开拓园区经济效益的有效增长途径。

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。文旅产业化实践要始终坚持以文化为基石，以市场为导向。因此，沫若戏剧文创园的未来发展路径并不能只局限于为游客提供休闲娱乐的场所，更是要给游客带来思想的启迪和言说的冲动，唯有如此，才是活化“沫若戏剧文化”的真正意义。

(本文作者均为四川省社会科学院20级研究生，本课题受四川省社会科学院第六届学术新苗课题资助，课题名称为“郭沫若戏剧的文旅产业化研究”)

新时代国企打造复合型党务干部的思考

■ 王连鹏 马锦强

打造复合型党务干部是夯实党的执政根基、加强党的执政能力建设的必然要求，也是走好新时代高质量发展赶考之路的内在需求，更是党务干部素质提升的目标定位。笔者认为，国企党务干部必须恪守“选择了党务工作，就是选择了一份责任”的理念，才能层变思危，增强忧患意识，常怀忧党之心，恪尽兴企之责，努力成为领导放心、群众满意的优秀党务干部。

打造学习型党务干部，把握打造复合型党务干部的方向性。习近平总书记指出：“国共产党人依靠学习走向执政，也必然要依靠学习走向未来。”中国共产党是一个重视学习、善于学习的政党。梦想从学习开始，事业从实践起步。为此，国企党务干部必须恪守“终生学习、终身收益”的理念，一月不学习要有跟不上形势发展的掉队感，一日不学习要有本领弱化的恐慌感，一天不学习要有“食不果腹”饥饿感，做到生命不息、学习不止。坚持用中国特色社会主义理论体系武装头脑，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以学习贯彻党的十九届六中全会精神为重点，学习党务工作所必需的本体性理论知识，学习总结党务工作实践中的成功经验，推动党史学习教育常态化长效化。要持续在学懂弄通做实上下功夫，全面系统学、及时跟进学、深入思考学、联系实际学，做到学有所思、学有所悟、学有所得。增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，不断提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力，做到在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，自觉做习近平新时代中国特色社会主义思想的坚定信仰者和忠实实践者。要始终做到在学习中深入思考，在实践中总结思考，在借鉴经验中比较思考。对党忠诚、为党分忧、为党尽责、为民造福、奋进新征程，建功新时代，走好新时代高质量发展赶考之路。

打造责任型党务干部，把握打造复合型党务干部的关键性。习近平总书记指出：“有多大的担当才能干多大的事业，尽多大的责任才会有多大的成就。”忠诚是为政之魂、干净是立身之本，担当是成事之要。为此，国企党务干部必须恪守“责任是信念之基，担当是力量之源”的理念，深刻理解“没有干事创业的崇高追求，没有开拓创新的精神状态，没有奋身忘我的拼搏精神，事业是不可能成功”的时代内涵。面对当前错综复杂的形势和严峻的风险挑战，要不断提高担责的自觉、担难的胆魄、担错的勇气、担事的行动、担起的本领、担新的锐劲，坚持主动作为不观望、急难险重不逃避、群众工作不推诿，做到问题面前不回避、压力面前不躲闪、困难面前不推脱、挑战面前不畏惧、逆境面前不退缩，不管困难再多、风险再大，都要有“抓铁有痕、踏实有印”的劲头，带头挑重担、破坚冰、攻堡垒，开路架桥闯险滩，实践担当的时代精神、提升担当的能力素质、激发担当的内生动力，在新时代高质量发展赶考路上，踔厉奋发、担当笃行，建功立业。

打造服务型党务干部，把握打造复合型党务干部的根本性。党的十九届六中全会指出，党的根基在人民、血脉在人民、力量在人民，人民是党执政兴国的最大底气。党的最大政治优势是密切联系群众，党执政后的最大危险是脱离群众。为此，国企党务干部必须恪守“江山就是人民、人民就是江山”的理念，全面把握“干部就是服务、权力就是责任、岗位就是奉献”的时代内涵，坚持“民之所忧，我必念之；民之所盼，我必行之”，始终坚持全心全意为人民服务的根本宗旨，坚持党的群众路线，坚持发展为了职工群众、发展依靠职工群众、发展成果由职工群众共享，把职工群众拥护不拥护、赞成不赞成、高兴不高兴、答应不答应作为衡量一切工作得失的唯一标准，见到群众不装腔作势、碰到难题不装聋作哑、遇到矛盾不推诿扯皮、遇到危险不退避三舍。要以“服务群众、做群众工作”作为核心任务和基本职责，把“服务基层、服务群众、服务企业发展”的思想贯穿于工作的各个环节上。努力提高工作效率，认真解决工作不作为、乱作为、懒作为等问题；对职工群众关心关注的难点、热点问题，要搞好调查研究，认真分析，做好解释工作，把握舆论导向。要大力解决工作作风、工作纪律等方面存在的突出问题，坚决制止“怕、难、懒、散、慢、佩、