

扶持更多在一线的科研力量

周志翔

为期5天的2024年一线创新工程师培训班(第三期)如期结业。今年培训吸引了银川市15家企业30个创新小组的60名科技研发人员和一线工程师参加,形成创新实践课题成果30项,涉及装备制造、新能源、新材料、新食品、纺织、现代农业等多个专业领域。

企业是创新的主体,也是创新的前沿。为企业培养更具创新精神的科研人员和一线创新工程师,可以助力企业推动技术创新与产业升级,加速科技成果转化,缩短从理论到应用的距离,真正提升企业的核心竞争力。

企业的科研人员与一线创新工程师是技术创新的直接实践者,他们深入生产一线,能够敏锐地捕捉到市场需求和技术发展趋势,通过不断尝试和优化,推动产品、工艺和服务的创新。这种创新是推动产业升级、提高产品附加值和市场竞争力的关键。而培训班的举办,则让科研人员和一线创新工程师有了更好学习交流的平台,更有利于他们今后的工作。

科研成果要转化为实际生产力,离不开科研人员和一线创新工程师的参与。此次培训班通过多样化教学模式,

向参训学员讲授了TRIZ理论的原理、技术问题的解决方法与分析、TRIZ在管理领域的应用等18个方面的技术创新理论知识和实践操作,不可谓不专业,能否助力科研人员和一线创新工程师实现科技与经济的紧密结合,还有待检验。

市场环境瞬息万变,企业需要不断调整策略以适应新的形势和变化。科研人员和一线创新工程师通过持续创新,才能够增强企业的灵活性和适应性,使企业在面对市场变化时迅速作出反应,抓住新的发展机遇。

愿国产3A游戏越来越多

吴戈

国产3A大作《黑神话:悟空》8月20日上线后,迅速占领各大社交平台、短视频平台“头版头条”,并且很快登顶游戏热销榜单。所谓3A游戏,简单来说就是高质量、高体量、高成本的单机游戏。

为什么这款游戏能迅速成为社会各界的“宠儿”?首先是因其精致的制作,深厚的文化底蕴,精美的画面,反复打磨的剧情和荡气回肠的背景音乐,都让玩家能获得最好的游戏体验。而为了做好这一点,游戏研发团队到全国12个省份的33处古迹,进行实地三维扫描,再通过高科

技手段1:1复制,让玩家能身临其境地遨游在雄奇壮丽、光怪陆离的中国神话世界中。其次,在单机游戏市场,一直是国外制作商的天下,国产3A游戏根本没有,于是很多国内玩家特别希望能出一款国产3A游戏,因此,国产3A大作《黑神话:悟空》上线后便得到了极大的关注。

在《黑神话:悟空》爆火时,我们也要对中国游戏产业有更多思考。其实游戏有时候不仅仅是游戏,它会在无形中为玩家进行文化输出,就如《黑神话:悟空》的游戏视频一经曝光发布,便在世界范围内掀起了一波

话题,不少外国主播开始考据中国神话背景,这何尝不是一种文化宣扬?可以说,无论在制作宣发上还是影响和价值上,《黑神话:悟空》作为国产3A游戏的开山之作,都为后人做好了示范。但也要清楚地认识到,一款游戏的爆火并不代表国产游戏的整体崛起,在更大范围内进行横向对比后不难发现,国产游戏依旧还有很长的路要走,尤其是在内容创作和行业可持续发展上,需要有更多方面的支持,以《黑神话:悟空》为榜样,不断探索和创新,才能让中国游戏产业在更大范围内,拥有更高的地位和更多的粉丝。

餐馆外卖放心不? 社会监督成了必备

刘薇

继“幽灵外卖”之后,“国潮外卖”最近引发热议,有人将那包装近乎相同的外卖称为“外卖刺客”,说难吃、不卫生,甚至“拿外卖都带着羞耻感”。外卖真就这么让人不放心?怎样才能让人放心?

最近,有美食博主发起活动,叫“干净小馆觅食记”——花100元与外卖小哥一起去品尝小哥认为最干净的餐馆。活动让干净卫生的餐馆收获了人气,也让卫生不达标的餐馆“汗流浃背”,那些得到外卖小哥认可的餐馆则被戏称为“骑手严选”。“骑手严选”何尝不是一种社会监

督?正因为消费者无法亲自查看后厨环境,才会担忧餐品不够卫生。外卖小哥频繁奔波于各家餐馆,其真实体验是餐馆卫生的第一手资料,“眼见为实”填补了信息不对称的空白,且不同于官方检查与平台点评。

这倒不是说官方检查作假,而是检查不能天天查,有些餐馆应对检查又太过有经验。为此,贺兰县市场监督管理局这两天开展了“随机查餐厅”活动,正向全县征集民意,想找出2024年夏季期间消费量大、最关注、最期待、打卡最多

的餐饮单位去查一查。这是继银川推出“每月查餐厅”活动后的“你点我查”,也是想把社会监督融入其间。

无论“骑手严选”是外卖小哥遵从主观感受给出的良心推荐,还是被群众点名的“随机查”,社会监督成了必备,压力也送到了卫生不达标餐馆,同时对认真经营的餐馆亦是肯定。当然,与其说监督对餐馆是种压力,不如说是促使行业自我约束自我革新的驱动力。希望大小餐馆经营者们能从压力中找到餐品创新、经营创新之法。

我也来谈谈 互联网广告不能“躲猫猫”

孙瑞亭

网络时代,广告的表现形式已经发生巨大变化,直播带货、网红探店、“种草”帖文等隐性广告越来越多,如何进行有效识别需要予以规范。对此,市场监管总局日前发布《互联网广告可识别性执法指南》,这为职能部门开展互联网广告可识别性监管执法提供了有效指引,从而促使广告发布者可以通过文字标注、语音提示等方式,增强互联网广告的可识别性。

何为互联网广告可识别性,说白了就是要让互联网广告能够与其他非广告信息相区别开来,从而让消费者很容易地分辨出其为广告。之所以要进行规范,是因为以直播带货、网红探店、“种草”帖文等主要形式的软性、隐性广告已经成为主流,通过相关账号的流量加持,其传播力能够给商家带来极大的流量、人气和收益。在这个过程中,很多互联网广告的不规范支出显露无遗,尤其是缺乏可识别性或识别性模糊。以网红探店、“种草”帖文为例,很多文章、视频的作者将相关商品

或服务“吹上了天”,但并不标注“广告”“赞助”“推广”等字样,不免让一些受众会产生误解、受到影响,因为是作者的真实体验,进而对相关商品或服务产生心理认同。事实上,很多文章、视频的作者表面上在社交平台“种草”、分享感受,背地里为商家推送广告、搞营销,具有一定的迷惑性和欺骗性,让不明就里的网友入坑。

这类“推文”“软文”不免让人产生“拿人家的手短、吃人家的嘴软”的怀疑,显然是具有一定误导性的,而且是违反广告法的,即涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。“广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明‘广告’,与其他非广告信息相区别,不得使消费者产生误解。”《广告法》第十四条对此有着明确规定。不过,这类软性、隐性广告的“高明”之处就在于其难以有效识别,尤其是对于一些老年人和未成年人来说,可能夹杂在公众号文章、短视频中间的那些有着明显

标识的广告能够轻易识别,但那些识别性不强甚至根本无任何标识的“软广”在潜移默化中的影响是较为严重的,很有可能会诱发非理性消费。

正因为如此,要求广告发布者通过文字标注、语音提示等方式来增强互联网广告的可识别性是极为必要的,而不是“躲猫猫”。如此一来,能够让消费者很直观地发现直播带货、网红探店、“种草”帖文中的商业性,从而谨慎、客观地来对待自己所看到的信息,有效认识到广告中所带有的劝导、选择、适度夸张等特性,从而选择自己的消费方式与额度。随着《互联网广告可识别性执法指南》的发布,在具体的指引下各职能部门要形成合力,强化执法力度,对社交平台上的违法违规广告以及发布者进行严格查处,特别是要运用大数据筛查等新技术手段,及时有效发现并查处。此外,网络平台要严格履行审核把关责任,对涉及广告的内容要有效识别,维护消费者的知情权和选择权。



银川日报社主管主办
国内统一连续出版物号:
CN 64-0017
广告许可证号:
64010040002405
全年定价258元/份

发行投诉: 6010188
6021170
新闻投诉: 6015303
广告热线: 6031733
6036433
新闻热线: 4012020

邮箱: wb96111@163.com
地址: 银川市解放东路143号
邮编: 750004

印刷: 宁夏银报智能印刷科技有限公司(地址: 银川市宝湖中路450号)



银川晚报



文化



娱乐



教育周刊



文旅宁夏