

新质生产力推动现代服务业同先进制造业深度融合发展研究

□ 中共泰安市委党校 刘洋

在新时代发展所产生的影响下,为了有效促进整体经济水平的有效提升,就应当进一步促进先进制造业与现代服务业之间的融合发展。同时,通过对于新质生产力的合理应用,也能够为两者之间的深度融合带来极大的发展机遇,而在新质生产力影响下,现代服务业与先进制造业的融合之间还产生了全新的逻辑机理,能够通过技术创新融合来实现深度的融合发展。所以,这就需要在后续工作开展进程中,逐步提升对于新质生产力的重视程度,在有效促进两者之间融合发展的基础上,实现提升经济发展质量的主要目标。

一、新质生产力的主要特征

首先为创新性特征,其中主要就体现在生产技术以及生产要素等方面的创新发展,一是目前的新质生产力,其在基本的生产要素方面主要就是将算力以及数据信息作为核心内容,突破了以往生产力中单一生产要素的连续叠加模式,其中所关注的就是各类生产要素之间的融合与发展。站在实际生产情况的角度上来看,其中应当合理的引入各类信息化技术,确保传统生产要素能够合理转变为现代化生产要素,在根本上提升整体生产过程所具备的附加值。二是要通过新质生产力与传统生产力之间的全面对比,进一步明确新质生产力所具备的优势,通过新质生产力不仅能够

有效实现现代化技术的创新发展,还能够有效促进生产力三要素的智能化与数字化转变;其次则是提质性特征,在目前数字化经济时代所产生的影响下,社会的整体教育水平也在逐步提升,这也使得具备着高文化与高素质水平的劳动人员数量逐步提升,其不仅具备着多样化的知识结构,也能够更加灵活的掌握实际生产进程中所采用的各类工具,从而起到更加优异的提质增效效果,有效促进新质生产力的更新与发展。

二、新质生产力推动现代服务业同先进制造业深度融合发展的具体措施

(一)通过数智化赋能促进两者的深度融合

在新质生产力逐步完善的背景下,各类以数智化为基础的技术得到了全面发展,这也为实体经济结构的调整与发展起到了良好的促进作用,能够有效推动整体实体经济领域的转型与升级。而在数字技术倍增效应所产生的影响下,可以进一步形成工业互联网以及智能制造等多种类型的产业形态,使得现代服务业与先进制造业之间可以更好的实现协同攻关。而数智化技术赋能两者的深度融合,其主要就体现在以下几方面内容上:首先,应当重点提升两业所具备的创新能力与科技应用能力,在其中合理的引入云计算、人工智能等多种类型的技术手段,确保先进制造业与现代服务业在各大实体经济环节当中能够实现全面突

破,在有效实现数实融合的基础上,加大各类基础设施的建设力度,使得两业能够有效向着数智化的方向稳定发展;其次,还要重点提升数智化发展进程中所用数据信息管理机制的规范程度,保证后续所构建的数据信息共享机制有着更高的安全性与稳定性,避免实体经济在后续转型发展进程中产生各类数据风险。由此可以看出,新质生产力能够利用数智化来有效促进先进制造业与现代服务业之间的深度融合,通过实体经济与数智化技术之间的全面协同,能够有效促进产业形态的重塑,创新出全新的商业模式。

(二)强化协同创新力度

在新质生产力的影响下,为了有效促进现代服务业与先进制造业的协同发展,就应当在制造技术、制造模式等多方面内容上进行创新,保证两者能够实现深度融合。一方面,应当在先进制造业的发展进程中合理的引入大数据以及人工智能等多种类型的全新制造技术,还有平台生态模式等创新性的制造模式,使得所用的生产设备之间能够实现全方位的互联与互通,在响应市场需求的基础上,实现智能化的生产与管理。同时,还要加大对于绿色制造理念的推行力度,在减少能源消耗的同时,确保制造业能够与生态环境之间实现协同发展;而在另一方面,现代服务业也应当进一步拓展内部的创新服务平台,结合新质生

产力来建立起全新的商业服务生态圈,其中需要加大对于教育培训以及金融服务等创新型服务业态的重视程度,通过对于各类创新技术的合理应用,实现对于客户具体行为与需求的高效挖掘,以此为基础来对服务的基本流程与决策内容加以优化,这样就可以在突破地区限制的基础上,通过与多元化产业之间的协同来促进现代服务业的规模化发展,为传统服务业的变革发展起到更好的促进作用。所以,通过新质生产力能够以协同创新的方式,进一步促进现代服务业与先进制造业之间的深度融合,这样就可以在持续提升产业核心竞争力的同时,确保产业链能够得到合理延伸,在优化原本经济结构的基础上,更好的实现全面融入。

三、结语

综上所述,在目前的社会发展进程中,为了有效促进先进制造业与现代服务业之间的深度融合发展,就应当在其中提升对于新质生产力的重视程度,其中还要对新质生产力后续的发展动向展开持续性关注,进一步实现对于新质生产力的量化处理,明确其对于促进两业深度融合所起到的推动效果,在结合实际情况的基础上合理调整两业采用的融合效率,这样就可以为后续的深度融合提供全新的发展思路以及发展方式,稳步提升整体融合发展效果。

企业文化传播中应有效发挥新媒体作用

□ 平煤股份八矿选煤厂 罗俊豪

当前,数字经济被认为是社会发展的“火车头”,企业数字化转型成为必然趋势。新媒体作为数字技术的重要载体,承载着连接企业内外部信息的责任,新形势下,线上线下融合的工作模式,加速了企业文化的虚拟化传播需求,如何通过新媒体建立有温度的文化认同,如何用更生动、更具参与感的方式传递文化理念,关系到企业在数字时代的生存与发展。

一、新媒体在企业文化传播中的作用

(一)内容形式多样,强化文化感染力

新媒体把抽象难懂的文化概念,变成了看得见、听得懂的事物,图文配合、短视频、语音故事等多种形式组合,使得原本生硬的制度条文生动化、丰富化,员工可以通过评论区发表看法,参与话题讨论,甚至自己创作相关内容,体现出了极强的互动性。针对不同人群的特点,新媒体还能分层设计内容,譬如对新员工提供入门指引,对管理层推送相关方法案例,量身定制的内容避免了“一刀切”现象,又能让不同岗位、不同资历的员工都找到适合自己的学习路径。可以看出,与传统媒体相比,新媒体的传播方式更人性化、个性化,所谓内容的多样性并非简单意义上的创新,而是采用技术手段呈现信息传播的本质,让有价值的思想被看见、被理解、被践行。

(二)成本低、效率高,节省宣传资源

过去企业的文化宣传工作,通常是进行各种线下活动,或者上电视、打广告,对实体媒介比较依赖,渠道相对单一,无论是制作、发行或是场地租赁,都需要耗费大量的人力物力,成本偏高。新媒体则是依托互联网平台传递信息,省去了中间环节,直接通过电子设备完成内容的制作、传播,减少了资源流转的损耗,企业仅需对数字平台进行基础维护,即可持续发送相关信息,边际成本随着传播范围的扩大反而降低。同时,新媒体突破了时空限制,信息经社交网络、即时通讯工具等,实现秒级触达,企业员工无论何时何地都可接收并参与互动。因此从开源节流这个角度上讲,新媒体的价值表现在用更少的资源覆盖更广泛的受众,同时确保了信息传递的有效性。

二、新媒体在企业文化传播中的运用

(一)搭建多平台账号,形成宣传矩阵

平台是企业发声的“扩音器”,如以微信公众号为代表的图文平台,可通过《文化手册》解读企业核心价值观,或借助《员工成长日记》专栏展示人才培养成果,效果显著;抖音、快手等短视频平台,能以15秒至3分钟的影像,记录生产实况、团建活动花絮,用视觉冲击强化受众体验;知乎、头条等社区,可用于思想观点交锋,通过行业技术问答等专业知识,塑造具有思辨深度的组织形象。同时,要构建分工明确、相互联动

的账号体系,梳理各平台功能定位,将企业官网作为信息中枢,发布文化理念、制度规范等权威内容,选择1-2个主力平台(如微信公众号)作为深度内容输出端口,定期推送文化案例、高管访谈等重量级内容;以日常内容维持用户热度,如微博发布员工故事、小红书分享办公环境。还要建立内容转化机制,将长文拆解为信息图在微博传播,把视频素材重新剪辑,适配不同平台时长要求,明确各平台运营责任分工,确保不同渠道的文化信息在核心上一致、在形式上新颖。

(二)根据社会热点策划创意内容

企业文化创意的关键,在于打造“轻量化、强关联”的内容载体,常用方式包括主题再造、符号结合、故事嫁接。主题再造是把热点放到企业活动中,比如企业为践行环保理念,于地球日发起“绿色办公”,从员工层面传递低碳理念;符号结合指视觉观感,文旅类企业可利用生肖文化,将企业IP与传统艺术结合制作文创周边;故事嫁接指运用真实叙事,如企业借航天热点讲述工程师、科学家的攻坚故事。内容创作时,要平衡好时效性和内容深度,针对快速响应类内容,应主抓热点黄金期,24小时内产出图文、短视频等轻量化作品。深度策划类内容需提前布局,按季度发布专题片,同时安排团队追踪新闻动态、社交平台趋

势榜单,重点关注教育、科技、环保等与企业领域相关的热点。

(三)分析用户数据,精准传播方向

企业运用新媒体进行文化宣传时,还要对用户数据精准分析,明确文化传播的具体方向,一方面要构建多维数据采集体系,整合企业内部与外部平台的关键信息,其中内部数据包括员工岗位、入职年限、部门归属等基础类信息,外部包括员工在不同平台的访问频率、内容停留时长、互动行为(如点赞、评论、转发)等指标,利用CRM系统对信息进行分类、存储,形成用户画像;另一方面,制定分层化、差异化的传播策略,根据员工的文化认知、行为习惯,将受众划分为管理层、新员工、技术骨干、基层员工等群体,科学匹配对应的内容形式,同时根据实际情况调整方向,这样一步步优化,企业文化传播才能真正走进员工内心。

三、结语

综上所述,文章对新媒体传播的作用进行分析,并就企业文化传播的实践展开探讨。新媒体不仅仅是新时代的技术工具,更是连接企业与员工的纽带,在“线上+线下”融合的新阶段,企业应以人为中心,把握好数字化转型机遇,为构建具有时代特征、行业特色、员工认同的企业文化生态注入持久动力。

根管治疗术及术后修复治疗牙髓病疗效观察研究

□ 绍兴市柯桥区中医医院医共体湖塘分院 孙国娣

牙髓病是口腔科常见疾病之一,主要由细菌感染、物理和化学刺激等因素引起,可导致牙髓组织的炎症、坏死等病变,严重影响患者的咀嚼功能和口腔健康。根管治疗术是目前治疗牙髓病的主要方法,通过清除根管内的感染物质,对根管进行消毒和充填,以消除炎症、保存患牙。而术后修复治疗则是为了恢复患牙的形态和功能,进一步提高治疗效果。

一、治疗方法

(一)根管治疗术

开髓引流:在局部麻醉下,用高速涡轮机去除龋坏组织,打开髓腔,建立引流通道,以缓解髓腔内的压力,减轻患者疼痛。

根管预备:使用根管锉等器械,按照逐步后退法或冠向下法等技术,逐步扩大根管,清除根管内的感染牙髓组织、细菌及牙本质碎屑等,同时注意保持根管的原有形态。

根管消毒:采用氢氧化钙等消毒药物对根管进行封药消毒,每周更换一次药物,一般封药1-2次,以彻底杀灭根管内的残留细菌。

根管充填:待根管消毒后,确认根管内无明显渗出且无异味,用根管充填材料(如牙胶尖和根管封闭剂)对根管进行严密充填,恢复根管的原有形态和功能。

(二)术后修复治疗

根据患牙的缺损程度及位置等情况进行相应的

修复治疗。对于牙体缺损较小的患牙,可采用直接树脂充填修复;对于牙体缺损较大,影响咀嚼功能或美观的患牙,可采用烤瓷冠或全瓷冠修复。在进行冠修复时,需先对患牙进行适当的牙体预备,然后取印模,制作合适的冠修复体,最后粘固在患牙上。

二、结果统计

(一)疼痛程度变化

1.术后短期疼痛

根管治疗术后1-3天,约15%的患者出现轻微疼痛或不适,主要表现为患牙咬合时的轻微胀痛感,这可能与根尖组织在治疗后的炎症反应有关。给予常规口服消炎镇痛药后,多数患者在术后3-5天疼痛症状基本消失。

2.术后长期疼痛

经过根管治疗及术后修复治疗后,随访观察3-6个月,仅有极少数患者(约1%)仍存在间歇性隐痛。进一步检查发现,这些患者多存在根管充填不完善、根尖周组织炎症未完全消退等问题,经再次治疗(如重新根管充填、根尖手术等)后,疼痛症状得到有效控制。

(二)咀嚼功能改善情况

1.治疗后咀嚼功能恢复过程

根管治疗术后,随着疼痛症状的逐渐缓解,患牙的咀嚼功能开始逐步恢复。在术后1-2周内,约具体比例的患者可以尝试用患牙进行轻度咀嚼,如咀嚼软

食等,但仍感觉患牙稍有不适。术后2-4周,随着根尖周组织炎症的进一步消退和修复,大部分患者(约88%)能够逐渐适应患牙的咀嚼功能,可正常咀嚼一般食物,但对于较硬食物可能仍存在一定的顾虑。

2.术后长期咀嚼功能评估

经过3-6个月的随访观察,发现经过根管治疗术及术后修复治疗的患牙,约95%的患者咀嚼功能基本恢复正常,能够像治疗前一样正常咀嚼各种食物,且未出现明显的疼痛或不适感。这表明根管治疗术及术后修复治疗不仅有效消除了牙髓病的病因,还成功恢复了患牙的咀嚼功能,提高了患者的生活质量。

(三)牙髓活力恢复情况

根管治疗术是通过去除病变的牙髓组织来消除炎症,因此术后患牙的牙髓活力通常不会恢复。然而,在随访观察过程中发现,少数患者(约5%)在术后3-6个月时,对患牙进行牙髓活力复测,出现了极其微弱的牙髓活力反应。分析认为,这可能是由于根管治疗过程中部分牙髓组织未被完全清除干净,或者根尖周组织在修复过程中对牙髓残端产生了一定的刺激,促使其有了一定程度的恢复迹象,但这种情况较为罕见,且牙髓活力恢复程度非常有限,并不影响根管治疗的整体疗效。

(四)影像学表现

根管治疗术及术后修复治疗后,经过一段时间的随访观察,影像学检查显示根尖周组织的骨质破坏情况

逐渐得到改善。原本的根尖周低密度影范围逐渐缩小,密度逐渐增高,表明根尖周组织正在进行修复和重建。对于根管充填情况,大部分患者(约95%)在复查时显示充填材料在根管内保持稳定,无明显的移位或渗漏现象,且根管壁与充填材料之间的界面清晰,这说明根管治疗及充填效果良好。但仍有少数患者(约3%)存在根管充填不完善或根尖周组织修复不理想的情况,如充填材料出现微小空隙、根尖周低密度影仍未完全消失等,这些患者可能需要进一步的治疗或观察。

通过对影像学表现的分析,可以直观地了解根管治疗术及术后修复治疗过程中患牙内部及根尖周组织的变化情况,为评估治疗效果、及时发现并处理潜在问题提供了重要的依据。

三、结语

本研究通过对根管治疗术及术后修复治疗牙髓病的疗效从疼痛程度变化、咀嚼功能改善情况、牙髓活力恢复情况以及影像学表现四个方面进行观察分析,结果表明该治疗方法能够有效缓解患者的疼痛症状,显著改善咀嚼功能,虽然牙髓活力通常难以恢复,但并不影响患牙的功能恢复。同时,通过影像学检查可以对治疗效果进行有效评估,及时发现并处理存在的问题。总体而言,根管治疗术及术后修复治疗是治疗牙髓病的有效方法,具有较高的临床应用价值。