

我市文博场馆成热门打卡地,这里有历史、风景和精彩的展览、有趣的活动——

畅享文博盛宴 欢度“文化长假”

■ 本报记者 刘茵 摄影 姚文生

走进博物馆,品赏文物瑰宝;打卡红色场馆,汲取前行力量;夜游名人故居,感受别样体验……“中秋国庆”双节假期,我市各文博场馆成热门打卡地。这里有历史、风景和精彩的展览、有趣的活动,陪伴市民游客度过了一个欢乐的“文化长假”。

■ 主题精品展览感知历史之美

红色是假期的亮丽底色,传统主题彩灯、节庆背景墙、“中国红”等元素为天津博物馆注入了浓郁的节日氛围。“双节”假期,天津博物馆每天都排着长长的队伍,观众等候入馆参观。据统计,长假期间,天津博物馆参观人数突破12.6万人,比2019年同期增长了2倍。在天博13个独具文化特色、展现文物内涵的精品展览中,“瑰宝奇珍——馆藏精品文物陈列”最受欢迎,参观热度居高不下。来自河南郑州的游客李嘉茵告诉记者:“此行就是特意来‘打卡’天博的镇馆之宝,感受天津的历史文化之美。”天博首次推出的“缙绅琳琅——天津博物馆藏古籍珍品展”也吸引了许多游客参观。来自浙江杭州的王歆是一名古籍收藏爱好者,他告诉记者:“今天能在天博看到这么多的古籍珍品,我非常激动。这些藏品体现了天津深厚的文化底蕴。”观众置身在馆内各展厅,在时光的长河中感知历史。

假日期间,全国各地游客纷纷来到平津战役纪念馆参观。记者发现,参观的游客中超过七成是亲子游,孩子们一边听讲解,一



边观看展柜中陈列的文物,一个个互不相识的小“军迷”们聚集在兵器展台前,争先恐后地交流着自己对兵器的见解。来自山东青岛的游客宋子刚告诉记者:“今年是中华人民共和国成立74周年,我们专程带孩子来到这里,看一看74年前决定中国命运的一次战役,让他记住历史,缅怀先烈。”节日期间,天津自然博物馆原创展览“进击的牙齿”吸引了众多小朋友。展览聚焦牙齿的生物结构,以小见大地从牙齿的功能形态这一独特视角剖析了脊椎动物牙齿的前世今生,展出化石、活体、剥制标本、干制标本及模型百余件。

■ 多彩社教活动感受文物之美

8天假期里,天博推出了20余项精彩活动。天博携手天津交响乐团举办音乐会,让观众在博物馆里感受历史与音乐的艺术碰撞。结合正在展出的“摩梭Moso:婚姻·家庭·对话”展,摩梭博物馆的艺术家们带来极具摩梭特色的歌舞表演,带领观众感受最炫民族风。结合“霸业——晋国青铜文物特展”,天博举办了“晋国霸业·青铜浇铸”活动,宣教老师一边讲解文物知识,一边指导小朋友们用泥浆模拟青铜器

的制造过程。

备受好评与关注的“叔同之夜”第二季近日上线,李叔同故居天心月圆月影灯假期全新点亮,成为众多游客拍照打卡地。纪念馆馆长沈岩说:“‘叔同之夜’吸引了大批游人前来打卡,假期每晚接待游客在260人左右,到达接待量上限。排队进故居赏夜景、体验沉浸式游园活动,成为海河岸边夜幕下的一道风景线,标志着李叔同故居纪念馆已经成为天津城市文化的新地标。”到大师家里来做客”正在成为人们畅游津城的重要选择。

■ 特色文化市集备受年轻人青睐

相对于购物中心的市集,博物馆的市集因更具文化内涵和国潮气质,受到越来越多年轻人的青睐。天博于“双节”期间推出“东西市集”“云南摩梭市集”“昌都文化市集”三大主题市集活动。这里既有传统古风手作饰品、博物馆文博图书、非遗手工作品,又有别具特色的云南摩梭手织披肩、文化帆布袋、摩梭图腾冰箱贴等产品。配合昌都市文化旅游专题展,天博推出具有藏族风情的文化市集,游客穿梭于市集之中,体验少数民族服饰拍照、拓印版画等项目。在诗词赏月主题打卡地,许多年轻人在此赏诗词、着汉服,拍照留念,共度美好佳节。此外,天博文创商店推出30个系列上百种文创商品供游客选择,其中“IN天津”系列、“桃源仙境”系列文创备受欢迎,新推出的创意月饼为传统佳节增添了一份别样的舌尖享受。

充电车位最多 总功率最大
集光伏储能充电换电等为一体
绿色“近零碳”超级充电站投用

本报讯(记者 王睿)昨日,集光伏、储能、充电、换电、检测、非油为一体的绿色“近零碳”超级充电站在津投入使用。该站设有80余个充电车位,电力总装机容量达6000千瓦。这也是我市充电车位数量最多、总功率最大的智慧超级充电站。

这座超级充电站由中国石油天津销售有限公司投资建设,位于滨海新区第三大街南侧,占地面积4000余平方米,配有机器人自动充电、无线充电、V2G(车辆到电网)充电等多种科技前沿设备。据了解,充电站对站内车位雨棚进行了优化设计,将智能电网和绿色能源相结合,在顶部安装了总装机容量为185千瓦的BIPV(光伏建筑一体化)双玻光伏发电组件,每天发电400多度,年均净发电量为17.5万度,预计每年减排二氧化碳175吨以上,为“近零碳”充电站赋能。

“站内无线充电桩采用高效电磁感应技术,能让用户不下车就享受到安全、高效的充电服务;而智能机器人充电桩通过摄像头和充电探头自动识别车型与电车充电口容量,动态调整充电需求。据测算,充电站每天可为3000多辆电动车提供充电服务。”该充电站负责人李泽龙介绍,在电网高负荷运行状态下,新能源车主可通过V2G(车辆到电网)充电桩,将车上动力电池的电力反向送入电网,由此降低车主的充电成本。此外,充电站还打造了近400平方米的休息驿站,提供手机充电、观影、简餐等服务,满足用户多元化需求。

流感疫苗接种开始了

本报讯(记者 徐杨 摄影 胡凌云 通讯员 石乔 王英浩)昨天,国内首款四价流感病毒亚单位疫苗接种在我市启动,不少老人和学生在南开区华苑社区卫生服务中心完成接种。



我国使用的流感疫苗包括三价、四价,两类疫苗均具有较好的免疫原性和效力效果。四价流感病毒亚单位疫苗比三价流感疫苗多覆盖一种乙型毒株,保护范围更广,而且相比普通裂解疫苗可产生更高的抗体滴度。

市卫生健康委副主任、市疾控局局长韩金艳介绍,每年10月份到次年3月份的秋冬季是我国北方地区流感流行季,从目前我市监测数据来看,现在流感病毒还处于低流行,但高于去年同期水平。由于流感病毒变异性强、传染性强且人群普遍易感,所以极易在学校、养老机构、大型集体用人单位等人员密集场所发生聚集性疫情。及时接种流感疫苗可以形成很好的免疫屏障,对于提高人们自身免疫力非常重要。市民可到居住地附近的社区卫生服务中心预约接种。

土壤普查在涉农区全面铺开

本报讯(记者 刘雅丽)我市第三次全国土壤普查外业调查与采样实操培训会暨现场推进会,日前在静海区中旺镇举行,标志着我市土壤普查工作进入实操阶段,外业调查采样、样品制备流转、内业测试化验等各环节工作全面展开。

按照国家统一部署和全市实施方案要求,整市统筹推进土壤普查,在完成河东区土壤普查试点的基础上,今年在9个涉农区全面铺开土壤普查工作。此次会上进行了土壤表层样品调查采样操作程序演示,介绍了外业调查采样系统平台使用方法等。

北京人艺新版《雷雨》今晚在津上演 该剧导演、周朴园饰演者濮存昕说—— “和曹禺故乡的观众一起探讨这部戏”



■ 本报记者 刘莉莉 摄影 姚文生

今晚,北京人艺排演的新版《雷雨》在天津大剧院上演,亮相“天津银行·2023海河戏剧节”。作为戏剧大师曹禺经典的剧作,《雷雨》一剧可谓常演常新。新版《雷雨》有何特色,将有哪些新解读?该剧导演、剧中周朴园的饰演者濮存昕娓娓道来。

《雷雨》剧本发表于1934年,上世纪50年代曹禺又对其进行了修改。而后几十年来,多数剧团都是按照修改后的剧本排演此剧。濮存昕说:“20年前,我演出《雷雨》时也产生过一些疑问:周朴园到底知不知道家丑?他为什么短短几天内就决定要搬家?前三幕的故事周朴园基本都没有参与,他是不是真的上楼睡觉且完全不知道楼下发生的事情?周萍是不是一个‘周朴园第二’的纨绔子弟?有那么多情节我们没有搞



清楚,而且那时候我也很青涩,演周萍没有演好。20年后,我们带着问题,怀着敬畏之心,细致地重读1934年第一版《雷雨》剧本,从中找到了一些答案,也有了新的发现。”

两版剧本区别在哪?濮存昕举例说:“对于周朴园、鲁侍萍相认的桥段,我们以前有疑问,周朴园为什么不回头看一眼侍萍,看一眼不就马上可以认出来了吗?1934年的剧本里有这样一句后来版本里没有的台词——‘朴园,你找侍萍吗?侍萍在这儿。’这是多么心酸的一句话,所以,我们认为周朴园是看了侍萍的,可是,就这么瞪着眼睛愣是没认出来,这对一个女人来说是多大的伤痛和刺激。”

1934年的《雷雨》剧本仿佛丰富的矿藏,濮存昕表示,他们通过两版剧本揣摩原著精神,在以前的情节之外,在没有台词的缝隙之间,斗胆尝试着接近大师的本意,在不改变原有台词的基础上,又作出了一些改变。

濮存昕介绍:“比如剧中第四幕的一开始,周朴园并非孤独地在周公馆里喊人,而是刚吃完酒宴回来。我们认为他是去请人吃饭了,因为‘矿’上警察开

枪打死三十个工人’,所以他要买通一些人,否则他这个矿主要吃官司;对于鲁贵,我们认为他作为一个父亲会担心四凤陷入周家的泥潭,他疼爱女儿、保护女儿,甚至情急之下打了周萍一拳;同时,在舞台空间上离开周家、鲁家,设计了一个大家在原野上奔跑的情景。大家在追四凤,也好像是一种出逃,想要逃出雷雨般的天地不容的惩罚。”

采访中,濮存昕多次谈到“没有修改台词”,因为曹禺在1934年剧本里的遣词造句,当下看来依然毫不生涩,这让人叹服。濮存昕认为,曹禺创造了中国语言的丰富性、深刻性、音乐性。

近百年前的作品,现今依旧闪耀。濮存昕坦言:“曹禺的作品有深度,有多元性,只要我们真诚地进入曹禺著作的空间,每个人都会有各自的理解角度。说不尽的曹禺,演不完的《雷雨》,我们还有太多东西没有发现。我觉得每一位观众都是代曹禺来看这部他的经典之作。天津是个戏剧码头,早年演员们都到这里来检验自己的水平,话剧也是这样。所以我们很期待为天津观众演出,和曹禺故乡的观众一起探讨这部戏。”

我市拟优化小客车调控政策 调整增量指标配置比例

久摇不中、无车家庭有定向指标了

本报讯(记者 万红)日前,市交通运输委发布《天津市优化小客车调控政策的若干措施(征求意见稿)》(以下简称《优化政策》)。优化后的小客车调控政策将有实施无车家庭其他指标、个人阶梯摇号指标、高层次人才指标、汽车租赁经营指标等六方面变化。该政策意见征求时间为10月7日至13日,市民可通过“天津交通运输”微信公众号提交相关意见。

计划年内定向投放 3万个无车家庭其他指标

根据《优化政策》,我市拟在年内定向投放3万个无车家庭其他指标。无车家庭其他指标将按申请时间顺序配置,符合相关规定的可在本措施发布之日起60天内,以家庭为单位办理1个无车家庭其他指标的申请登记。

申请这一指标时,申请家庭需满足相关规定,包括家庭由家庭主申请人和其他家庭申请人构成,申请人总数不得少于2人,由主申请人代表家庭参与指标申请;主申请人已取得有效机动车驾驶证;所有家庭申请人及其配偶名下没有我市登记的小客

车,名下未持有有效的小客车指标或不具有更新指标申领资格,家庭主申请人规定时间内没有发生逾期未使用以摇号方式取得的增量指标等。

针对久摇不中人群 拟实施个人阶梯摇号指标

《优化政策》计划实施个人阶梯摇号指标,针对久摇不中人群,在年内定向投放1万个个人普通车阶梯摇号增量指标。个人累计参加普通车摇号25次及以上且未中签的市民可参与个人阶梯摇号。

个人阶梯数按照个人累计参与普通车摇号的有效次数来计算,个人累计参加25次至36次未中签的阶梯数为1,个人每累计参加12次且未中签的,阶梯数加1。也就是指,累计参加37次至48次未中签的阶梯数为2,累计参加49次至60次未中签的阶梯数为3,以此类推。

明年1月1日起 计划调整增量指标配置比例

根据《优化政策》,我市计划自2024年1月1日起调整年度10万个无车家庭其他指标配置比例,将增量

指标比例配置从原来的1:5:4调整为1:7:2,也就是每个配置周期内,以摇号方式配置的节能车增量指标为1万个,以摇号方式配置的普通车增量指标为7万个,以竞价方式配置的普通车增量指标为2万个。具体情况以配置公告为准。

或将推出高层次人才指标 和汽车租赁经营指标

在《优化政策》中,还包括实施高层次人才指标、实施汽车租赁经营指标、优化二手车周转指标三方面优化。

经认定的“海河英才”A卡、B卡人员,名下未登记天津市小客车的可申请一个高层次人才其他指标。在我市依法设立的从事汽车租赁业务的公司,经行业主管部门认定符合相关条件的,可结合实际业务规模限量申请指标用于汽车租赁业务经营。此外,经我市商务部门备案登记的二手车经营企业购买非营运二手小客车可申请周转指标,周转指标不限制总量,实行无偿配置。使用周转指标完成交易登记的小客车再次转让、变更、注销登记时均不产生更新指标。

守护中国嗓 呵护胃肠安 锚定战略市场 践行社会责任



为守护国民咽喉和胃肠健康,日前,津药达仁堂“守护中国嗓 呵护胃肠安”双品公益启动会分别在天津、河南两地举办。启动会上,津药达仁堂清咽滴丸“爱嗓中国计划”公益宣传片发布,邀请包括演员、主播、教师等行业内声音传递价值、坚守在各岗位默默奉献的优秀代表,现场为他们发放暖心爱嗓礼包。

呵护胃肠安”的双品公益行动,着力将本次活动打造成为老百姓大药房(天津)的又一个标杆案例,履行企业的社会责任。

独家品种 清咽滴丸 胃肠同治

聚焦核心单品 锚定战略市场 践行社会责任

津药达仁堂津欣公司总经理郭昌文表示,2023年津药达仁堂重点打造清咽滴丸和胃肠安丸之后的两大核心战略单品清咽滴丸和胃肠安丸,启动了品牌升级工程。围绕清咽滴丸,提出了“清咽滴丸创新药”新的品牌定位和“嗓子干痒痛 清咽滴丸管用”的新主张。同时围绕胃肠安丸,开创了“胃肠同治”的品类新赛道,提出了“胀满消,胃肠同治起效快”的新主张。接下来,津药达仁堂将重点聚焦这两大核心单品,锚定核心战略市场,积极推进工商联动,以“爱嗓中国计划”和“中国胃肠安计划”为核心年度公益IP持续开展关爱公众咽喉健康和胃肠健康的公益献爱心、专家科普及进社区等相关公益活动,用实际行动承担起守护国民健康的社会责任。

在河南,津药达仁堂清咽滴丸和胃肠安丸双品公益行动得到了张仲景大药房的大力支持。河南张仲景大药房总经理杨江表示,河南张仲景大药房是河南省医药行业的龙头企业,此次与津药达仁堂深度合作,共同打造双品公益项目,将更多诸如清咽滴丸和胃肠安丸这样的优质产品推荐给消费者,共同守护国民的咽喉和胃肠健康。老百姓大药房(天津)总经理蒋鹏表示,老百姓大药房(天津)将积极配合津药达仁堂开展“守护中国嗓

金单品之一,独家品种。以名贵四香“木香、沉香、檀香、麝香”等十味中药科学配伍,组方充分体现君臣佐使严谨性。通过提供“胃肠同治”的新的综合解决方案,主治消费者“胀满消”三大症状,并携手胃肠专家成立了“胃肠同治研究院”,用实力守护国民胃肠健康。

沉浸式科普体验 “潮味”营销实力圈粉

在此期间,首个国潮宫廷风“胃肠安用膳坊”快闪店,也空降郑州游客必打卡的网红夜市街二七广场美食街,出现即成为全场焦点。在传承特色美食文化的同时,更让国民能收获到呵护胃肠健康的新理念。为提供更优质便利的胃肠健康服务,达仁堂与张仲景联合启动了购药惠民活动。快闪活动期间前往就近的张仲景大药房,可了解更多胃肠同治知识以及趣味活动机制。这波“潮味”营销着实圈粉不少年轻人。未来,津药达仁堂将始终恪守“守正创新、同心向善”的企业精神,以人民健康为己任,以创新国药领跑者的姿态,用优质的产品守护国民健康。

