

渤海潮

金之平 视线

董向慧

文旅融合“出圈”不难，想“长红”却不易，靠什么将热潮持续下去？

近年来，西安大唐不夜城、开封清明上河园、杭州宋城等接连走红，成为文旅融合的现象级产品。其背后有个共同之处，就是对城市文化的深入挖掘、活化利用。城市文化是文化创意、文旅产业发展的内核与动力，高质量的文旅融合又能激发城市文化的特色和韵味。可以说，“诗”和“远方”的深度融合为弘扬城市文化和精神气质开辟了广阔发展空间。城市文化是城市特色和精神气质的根与魂，其发掘整理、传承保护、弘扬发展是有机整体，需要坚持系统思维和辩证思维。

对城市文化进行创造性转化和创新性发展，首先要坚持古为今用。城市文化因历史底蕴和时间积淀而厚重，对其发掘、整理、保护不是求之高阁，而是要在发展中传承和保护，使得城市文化活起来、动起来，以适合现代社会的视角和方式得以展示。譬如，天津古文化街既保存了津味古韵，又成为老字号的商铺集中地和旅游景区；国内首个以大运河文化为载体的“运河不夜城”落户武清区，深挖武清千年古邑文化底蕴，构建运河文化场景，同时布局古风演艺、美食餐饮等业态。同样，博物馆、展览馆、艺术馆也可以通过音乐、舞蹈、戏剧等表现形式“唤醒”和传播城市文化。

弘扬优秀传统文化，还需要做到形神兼备。“形”是有形的文物古迹、名人故居，“神”是文化的独特气质和精神。形神兼备要求对文物古迹、手工技艺等文化遗产实现保护和研究并重，既要保证文化遗产的修旧如旧、原汁原味，又要研究阐释文化遗产的精神内涵和价值体系。近来，我市推出了一系列以小洋楼为载体的沉浸式文旅项目，让游客“穿越式”体验近代中国的风云激荡，深度了解天津文化。同时，形神兼备需要平衡文化遗产的开发利用与公益价值，将文化遗产的开发利用与文化传播、公共利益有机结合，杜绝以文化之名对资源进行过度开发、过度商业化等行为。

弘扬优秀传统文化，要雅俗共赏。一方面，要提炼城市文化“雅”的精神标识，勾勒城市文化的轮廓和脉络。另一方面，要挖掘和整理日用饮食、手工技艺、民俗等风土人情，塑造生动鲜活的“俗”文化，用旺盛的“烟火气”丰富城市文化谱系。以文化自觉、文化融通的方式，让雅与俗构成更加多姿多彩的城市文化。不久前，我市五大道海棠文化节既呈现了落英缤纷、花团锦簇的诗情画意，又加入了民俗表演、市集、茶饮等元素，诗意与烟火交融，成为可驻足观赏、细细品味的文化盛宴。

文化和文明因交流和互鉴绽放光彩，弘扬优秀传统文化，需要融通中外。要有国际眼光和视角，面向全球游客展示城市形象、传播城市文化，量身打造文化体验和文创产品。另外，还可以通过“鲁班工坊”建设、文化推介会等形式，向世界宣传天津，让世界读懂中国。

(作者系天津社会科学院舆情研究所副研究员)

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

“零工小镇”的破题之道

春成

马路边，天桥下，看见招工就一拥而上；参加招聘会，却都是长期固定岗位，零工岗位比较难找……这是零工人员在自发劳务市场找工作长期面临的痛点。

如今，滨海新区用“零工小镇”破解了这一难题：大屏幕上实时更新岗位信息，劳动者和企业面对面洽谈，政策咨询、劳动维权、就业援助窗口一应俱全……随着新经济、新业态的发展，越来越多灵活就业岗位诞生，零工市场规模随之扩大，灵活就业人员也日益年轻化、多元化，加强零工市场建设是稳定扩大就业、提升就业服务品质的重要举措。

让零工市场发挥更大作用，关键在于“精准”二字。要深入基层，广泛调研，找准市场痛点。一边是零工人员长期路边走，依托熟人、中介找工作，一边是有灵活就业需求的企业找不到零工。破解这一问题，需要双向发力，政府搭好台，整合资源，搭建公开透明的供需对接平台，打造便民就业服务网络；企业也要“唱”好戏，共享数据，开发操作方便的线上找活平台，让零工人员足不出户找活，用人单位不到现场就能揽工，实现供需双赢。

找到工作只是第一步，帮助求职者提升技能和提供就业援助等，同样是促进就业的重要发力点。把求职者的事当作自己的事情，持续用力、用情为他们解答问题、化解困难，才能做好就业这个最大的民生工作，给群众带来实实在在的获得感。

跨界加持让非遗更青春

——把“津”字招牌变成“金”字招牌③

金之平

前段时间，天津老字号祥禾饼铺在北京开店，顾客盈门。与故宫联名推出文化味浓厚的特色点心，保留传统手艺的同时引入自动化生产、多渠道搜集食客大数据倒逼产品创新，这个老字号拥有的非遗技艺不仅“活起来”，而且“火起来”。

让非遗“活起来”，如今已不缺“解法”。引入数字技术将年画转化为动画IP，为年画娃娃注入了时尚范儿；从《红楼梦》里获得灵感制成文创产品，把葫芦变成国礼；剪纸、糖画、京剧走进社区，通过小课堂、培训班拉近与大众的距离……从“非遗+科技”“非遗+创意”到“非遗进社区”，在保证文化内涵和审美价值的基础上，实现更多“非遗+”，让公众从中见物、见情、见生活，能欣赏、能体验、有感悟，就可以打动人心。

新视野

一口香醋，何以有了“新味道”

闫丽

垃圾焚烧和酿醋，看似“风马牛不相及”的两件事，为何产生了紧密联系？

原来，醋的酿造过程中有一个重要环节，就是高温蒸制和杀菌。位于静海区陈官屯镇的天津高能环保能源有限公司焚烧垃圾产生高温灭菌蒸汽，同处一个区域的天津市金海调味品有限公司对设备改造升级，把这些蒸汽应用于香醋酿造过程。

用看待资源的眼光看待废弃物，在“循环”二字上发力，一口香醋也能酿出创新发展的新滋味。善于打开发展的“脑洞”，站在循环经济的视角看废弃物，也就更容易看到“埋”在废弃物中的资源，变废为宝。

进行厂房改造、接通蒸汽管道后，焚烧垃圾产生的蒸汽直接输送到厂区，几乎没有热能损耗，由此，金海调味品有

限公司产能提升了4倍。绿色就是性价比，循环不仅是为了用，更为了质和效的提升。既循环又“经济”，既有绿的底色，又有“金”的成色，这不正是我们所追求的发展吗？

绿色循环发展，是一条康庄大道，也是一条关键之“链”。在一个可持续发展的循环经济园区内，金属冶炼是龙头项目，产生的副产品能够成为下游企业的生产原料。不仅如此，在这一系列的环节中产生的辅料废渣由配套水泥企业完全消化，余热还可以发电……在循环的过程中，看似无用的垃圾被“榨尽”，形成环环相扣的循环经济产业链。抓好循环经济产业链条中的每一环，既对内挖掘资源价值，也对外畅通、衔接、互补，发展的绿意、新意也就更足。

发展循环经济，创新是“神来之笔”，往往能够发挥四两拨千斤的作用。这种创新是企业的技术提升，也是点石成金的科技之变。天津荣程联合钢铁集团有限公司在水循环上做文章，将市政生活污水、收集的雨水及生产废水加工处理后，转化为不同品种的再生水，高效回车间、循环利用；“工人穿的工作服是由26个瓶子做的”，元气森林天津厂将塑料包装瓶制成工作服。用好创新这一招，创新理念、创新技术、创新路径，曾经的废弃物变身“金元宝”，为发展带来更多新动能、新优势。

不久前发布的《天津市推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》提出，到2027年底，全市再生资源加工利用能力达到800万吨以上。巨大市场的开发、高科技的加持、新生产方式的涌现都告诉我们，发展循环经济正当其时、未来可期。

路、品牌之路。

“非遗+”的跨界，也可以出现在非遗项目之间。在四川省内江市，烙画与蒲扇制作“牵手”，生产出的定制烙画蒲扇即便价格高出普通蒲扇许多，也十分受市场欢迎。如今，我市的非遗体验馆、非遗市集等平台将许多非遗项目聚集在一起，不仅能让公众“一次看个够”，也为非遗项目之间产生更多“化学反应”提供了机会。这既是技艺上的合作，更是业态、模式上的创新，能为非遗“活得好”提供更多思路。

历史文化是城市的灵魂，非遗是其中具有独特韵味的一部分，以一种向“新”的力量让非遗“活起来”“活得好”，会让这种韵味更加悠长。

评论员 在现场

杨建楠

如今，逛市集不只有“买买买”。

徜徉于南开区古文化街附近的民俗文化博览园广场非遗市集，只见一个姑娘将蓝、绿、金三种漆料滴入水桶轻轻搅拌，接着捏住一把团扇的扇柄，边旋转、轻摇白色扇面，边将其完全浸入水中，再拿出来看，大漆已在扇面点缀出似流云、似碧波、似晚霞的绚丽图案——这就是大漆扇手作体验活动。

市集中，沉浸式体验还有很多，民族图腾拓片制作、脸谱绘制体验、国学沉浸式打卡拍照……这场持续近十天的“五一”嘉年华非遗主题市集，每天都在“上新”，将游客的体验感拉满。

当旅游场景更加注重体验感，既看得见、摸得到又能参与其中，游客就不是匆匆而过的看客。“如果只有逛和吃，也就失去了自己的特色，游客会用‘脚’投票。”一位文旅行业从业者道出一些景区逐渐沉寂的原因。我们从来不缺美丽的“远方”，但好风景常有，好体验不常有。反过来，这也解释了为什么在数不胜数的风景名胜中，有的景点和城市脱颖而出，让人流连忘返。说到底，它们除了拥有丰厚的文化底蕴，更胜在体验感，胜在能为人们提供独一无二的情绪价值。

“好体验”可以从多个维度去理解。它是文旅场景的多样化，城市在开发文旅产品时不拘泥于景点参观、售卖纪念品等传统模式，而是创新文旅场景，向互动式、沉浸式转变。打开手机App，领取道具线索，与现场演员实时互动，张园推出的沉浸式解谜游戏《破晓》大受欢迎；细演演员旁白提示、蒙上眼睛触摸道具、嗅闻气味，曹禺剧院内，一场名为《寻找戏剧家》的“感官戏剧”让观众转变了角色。通过一次次互动，游客从看客变为参与者，从置身事外到沉浸其中，获得情感共鸣。这样的游览体验很独特，且直抵人心，无论是“头回客”还是“回头客”都能有新感触、新收获。

“好体验”也体现在暖心周到的服务上。有的地区在车站附近提供行李寄存业务，让大家“放下包袱、轻松上阵”。还有的推出亲子共享单车，给带娃出行的游客提供方便。每位游客于点滴间感受到城市的温度，自然也就体验到一座城市的魅力。沉浸式的文旅场景、用心用情的暖心服务吸引人们驻足停留，真正去体味一座城、爱上一座城。

从看客到主角，体验感拉满



丢掉的不只是橘子皮

近日，一男子在上海地铁车厢内随意扔橘子皮，邻座乘客试图阻止，不料男子出手打人。地铁行政执法大队会同公安部门依法对该男子作出行政处罚。公共场所，人人都有权向“任性”的不文明行为说“不”。

王宇 画

深一度

我很小，但我的天地很大

孙一琳

一枚小小的喉箍，市场能有多大？

在天津市国家外贸转型升级基地，一枚喉箍生产出来后，可以远销100多个国家和地区，被用于工业、农业生产的各个领域。别看喉箍尺寸不大，单个产品价格也不高，但“小”并不意味着不重要，因为用于连接软接管，其质量直接关系到系统整体的严密性和安全性。“小”更不等于“弱”，小产品也可以拥有大天地。

如今全球生产要素高效流动，曾经的“渠道为王”逐渐转变为“产品为王”“服务为王”，能敏锐感知市场需求，灵活调整经营策略的企业，往往就掌握了让小产品迈向广阔天地的主动性。以前是从外贸企业拿订单、埋头生产，现在是柔性制造、个性化定制，工厂直接到展会等平台上与需求方精准对接，根据客户需求定制生产。

市场不等人，有时看似只是在产品上多加一个孔的问题，却能难倒很多企业。在“专”上下功夫，在“精”上花心思，用数字化、智能化的生产流程和精益求精的技术创新，打出与其他企业

的技术差、时间差、服务差，每一件产品、每一次交易，都是市场对企业好感度的积累。就如远销国外的喉箍，当有了先进、可靠、美观的标签，辅以及时、便捷、定制化的服务时，小产品的“路”会越来越宽。

闯出一片天地靠的是以技术、品牌、质量、服务为主的竞争优势，而由此激发的集群效应，更是让小产品有了“处变不惊”的底气。天津经开区以整车企业为龙头，推动产业结构不断优化，形成200余家各类零部件和服务业企业集聚发展、迭代升级的态势。以专注铸专长，以配套强产业，这是一个产业集群“拆不散、搬不走、压不垮”的优势。有“龙头”带动、“龙身”协作，加之政策“保驾护航”，一条环环相扣、企企相通的产业链上，能够不断“长”出更多“专精特新”、隐形冠军。这也是小产品的创新潜力充分释放的过程。

“我很小，但我的天地很大。”小零件、小产品虽然体量不大，但在不断创新和与市场的深度连接中成为了了不起的“中国制造”，如点点繁星，闪亮在制造业的浩瀚星空。

热点观察

从“服务地图”看什么

李娜

新建的社区食堂、菜市场在哪？附近有哪些幼儿园、政务服务网点？有小修小补的需求，到哪去找这样的摊点……这些在河西区桃园街道都不是事儿。街道党工委将3公里之内的便民设施都整合到了一张地图上，居民想去哪，下楼看图就明白。同时，便民设施会根据需求持续增补，服务地图也会定期更新。

从“服务地图”看什么？看的是服务态度、服务理念。很多事情不是做不到，首先是没想到。浙江的一位基层办税人员被网友亲切地称为“现场翻书哥”。群众办事走错了地方，为了让其少跑腿，工作人员现场查找文件资料能不能办。没有主动服务的意识，难以做到。

看的也是提升基层治理效能的新思路。想办事和把事办成、办好之间，需要创新的思路和方法连接。比如为解决社区管道维修、法律咨询等各种专业性、突发性问题，有的地方搭建

“社区合伙人”顾问品牌库，引入相关社会组织、企业，以及有专业特长的人，通过创新议事平台，提升了治理效能。一心想着为群众办事、让群众受益，是打开工作思路、创新服务模式的“金钥匙”。

作为社会治理体系的“神经末梢”，能不能及时感知需求、有效回应，关系到百姓对基层工作的整体评价。在一些地方，基层干部一人多岗、一岗多责，“自己都弄不清自己是干什么的”，很多精力用在了赶进度、做台账、写汇报上，忙得像陀螺，却得不到百姓认可。提升基层治理效能，关键在于让基层工作人员聚焦主责主业、轻装上阵，更好地服务群众。

基层治理是一篇大文章，说复杂，是因为工作千头万绪，具体而繁多；说不复杂，是因为做好的道理很简单——实实在在地想招法，想实实在在的招法。