

渤海潮

煎饼里的天津味

杨建楠

“一套碟儿的，一套碟子的”“多给我放点面酱和葱”……清晨，在天津的任意一家煎饼摊前排队，你都可能遇到这样的“津式”点单。同样是早餐，重庆人选择小面、云南人选择米线、河南人选择胡辣汤，而在天津人的选择里，煎饼果子总是不时闪现。

四方食事，不过一碗人间烟火。绿豆面摊成一个“圆”，鸡蛋在圆上铺开一片金黄，面酱红辣酱负责添色，葱花主打增香，再加上酥脆的饼篋儿，在升腾的烟火气中，一份地道的天津味行云流水般诞生。烟火气也是文化气。每种食物，都蕴藏着一地居民的口味、习惯，乃至历史记忆，正是多种要素的融合与沉淀，塑造了煎饼里的天津味。让煎饼果子不仅是美食，也成为一种地方文化符号。从这个角度看，美食，越是细品，越能品出其中的文化底蕴。

文化底蕴在一代代人的传承积累中形成。现在，“老味儿”一词经常和天津的美食一起出现，如老味儿煎饼果子、老味儿炸糕、老味儿茶汤等。在不少人眼中，食物有

了老味儿的加持，美味程度就有了保障。老味儿，顾名思义，指传统的味道。天津人推崇老味儿，放不下的不单是某些味觉记忆，更是蕴涵其中的历史记忆、文化积淀。

拥有数百年历史的独流老醋，算得上一款地道道的老味儿。正所谓好水种好粮，好粮酿好醋。运河水奔涌而来，灌溉着酿醋所需的优质农作物，这份传承百年的醋香源自大运河，又由大运河将其带往四面八方，独流老醋的酿造技艺和历史成为大运河文化的一部分。今天，独流镇的人们提到独流老醋，依然对醋与运河的各种故事津津乐道，大运河文化也在食物的传承与创新中更有厚度、更具活力。

制作食物的人一代代传承着古法技艺，而食客们也一代代将老味儿留在舌尖、种在心头。情怀与记忆、历史与文化跟随食物从过去穿越到现在，走向未来。可见，文化的载体不只有诗词歌赋、文物遗迹，也可以是一坛醋、一道菜。老味儿与津城的特色美食紧密相连，意味着它本就是一种

天津味。这一标签的出现，也赋予了食物更深层次的社会意义。一口老味儿，往往让吃的人想起与我们这座城市有关的生活、历史、风俗习惯，老味儿被认可，也因为其中包含着某种独到匠心与技艺。由此看来，我们或许可将这种味道看作食文化更接地气的表达。

天津味并不神秘，它鲜活而具体。五大道逛洋楼、东疆港看日出、鼓楼听相声、西北角吃早点……美食、曲艺、手工艺乃至天津的建筑、方言都是天津味的具象表达。当我们由表及里向更深处探索，看到的将是洋楼文化、海洋文化、饮食文化等多种要素塑造出的津派文化。

一座有魅力的城市一定少不了特色美食，但不能只有美食，用食物满足人们的舌尖，更要用文化抓住人们的心尖。换言之，煎饼果子有天津味，在这片土地上的街道、建筑、河流，都蕴藏着津味气质，它们共同组成历史文脉的一部分，这是一座城市的“根”和“魂”，也是让人流连忘返的根本所在。

金之平 视线

筑好看不见的路

金之平

曾几何时，智能网联汽车穿梭京津塘高速时，虽然跑的是一条路，却要申请三地测试资格，手握三地牌照。如今，随着道路数字化改造与三地规则、标准的统一，这条路的“任督二脉”被打通，“共享一条路”照进现实，一队队智能集卡自北京马驹桥物流园启程，“一路绿灯”直抵天津东疆。

不仅是京津塘高速，京津双城之间的多条国道、省道也在进行数字化建设，一条路，逐渐编成一张网。一条路

变一张网，表面看是道路改造升级、互联互通，实际上是信息数据高效流动、织线成网。“一亩三分地”被打破，信息壁垒被打通，三地规则与标准“一碗水端平”，才有了智能集卡运输效率的提升。

智能集卡驰骋京津塘高速，是京津冀共绘“新能源与智能网联汽车”产业链图谱的一个缩影，其背后是以区域市场一体化推动全国统一大市场建设。数字化、智能化是新兴产业的鲜明特征，筑好看不见的路，让数据在畅通中汇聚更

大合力，产业发展中的堵点、卡点被打通，新兴产业将迎来更好的发展环境。

筑好看不见的路，“上云用数”是关键。以数字赋能新兴产业，不仅是技术层面的智能化提升，也是管理服务的提质升级，使其不断与时俱进，跟上新兴产业的发展脚步。以智能化工厂为例，传统的管理模式与智能化设备相遇，必然会出现“水土不服”。新一代信息技术、新能源、新材料、高端装备等新兴产业如火如荼发展的今天，织密“数智之网”，构建更加智能的数字化监管体系，更加便捷的数字化服务体系，用新的技术来整合资源、打通壁垒，企业方能更好降本增效、轻装上阵。

织密“数智之网”，还要营造优良生态，不断消除企业所面临的隐形壁垒，让营商环境更加公正透明，给企业吃下“定心丸”。筑好看不见的路，新兴产业将迎来更大发展。

思想 会客厅

对话人：
万希平 天津市委党校哲学部
副主任、教授
孙一琳 本报评论员

打造更多群众喜闻乐见的津派文化精品，持续提升城市文化影响力，将进一步彰显天津的现代化新风貌。

孙一琳：天津是一座很有特色和韵味的城市。我们有中西合璧的城市面貌、雅俗共赏的艺术形式、幽默诙谐的市民文化……深刻理解津派文化的丰富内涵，对我们打造独具特色的文化精品至关重要。

万希平：以更宽广的历史视野来看城市文化特征，才能更好理解和把握一座城市的文化内涵。数千年文明史、600多年城市发展史，造就了天津独特的城市风貌和特有的文化韵味。“京畿门户”“九河下梢”的地理优势让天津“因商而兴”，创造了城市早期的繁荣，加之天津在近代历史的特殊地位带来的开放先机，使天津一跃成为中国近代工业发祥地之一。最终碰撞出天津开放包容与兼收并蓄的文化内涵，也因此形成了中西合璧、古今交融、南北兼容、雅俗共赏的文化格局。城市特有的发展轨迹形成了文化与文明的特殊肌理，这些是津派文化生成之根，也是天津文化自信之源。

孙一琳：文化是一座城市的灵魂，也是推动社会发展的最深层、最持久的力量。活跃在津沽大地上的，有相声、京剧、时调等各类曲艺形式，有广受好评的津味早点，有令人惊叹的“俗世奇人”。文化充盈，城市才能“生长”出更多发展可能性。

万希平：是的。以文化人、以文惠民、以文润城、以文兴业，文化是天津推动高质量发展的重要支点。通过挖掘、利用历史文化遗存价值和功能，让津派文化“活”起来，对外能体现城市独特风格，塑造城市形象，对内可以提升城市文化自信，充分满足广大市民多样化、多层次、全方位的精神文化需要，不断凝聚推动城市发展的精神力量。这是一种深层次的带动作用，把津派文化贯穿于城市发展和治理的方方面面，城市发展就有了生生不息的力量源泉，这既是对历史的延续，也是向未来的延伸。

孙一琳：一个文化品牌的“出圈”，既在于深厚的历史积淀，也在于能够与时代同向而行，契合人们的新需求。在您看来，丰富津派文化的时代内涵，有哪些着力点？

万希平：天津丰富的历史资源、深厚的文化底蕴、鲜明的文化特点，是我们擦亮津派文化的底气。尤其是历史文化街区、工业遗产、非物质文化遗产等，都是“关键牌”。古人说：“诗随世运，无日不趋新。”紧紧抓住新时代人民对文化的新需求，培育新型文化业态和文化消费模式，津派文化才会更好融入现代生活。武清区河西务镇正在建设“运河不夜城”，在深度挖掘武清千年古邑文化底蕴的基础上，整合大运河沿线历史、人文、景观建筑等文化形态，以文旅沉浸互动场景的形式重现大运河七百余年来游水帆樯、商贾云集的盛况。用各种元素的大胆叠加，凸显津派文化的丰富内涵，赋予其时代特色，才能更好实现经济效益和社会效益的统一。

孙一琳：将城市独特的地理风貌、民俗风情等转化为让人过目不忘的城市标识，文化魅力才会充分释放出来。提高大众对“津派”标识的认同，我们还需要做些什么？

万希平：津派文化本身具有接地气的市民性特点，增加城市文化传播力，关键在于激发全市人民文化传承和发展的自觉性、主动性。比如在海河边举办的“桥”见海河、邂逅浪漫”系列活动，老百姓有地儿可唱、有地儿可演、有技可展，既为市民文化提供发展空间，也让这个空间“津味”更浓，更有吸引力。市民成为宣传天津文化的主力军，久而久之形成的是“人人皆是津派文化代言人”的文化主体性意识。此外，一个城市标识的打造离不开产业化的发展模式。在天津，《津门往事》《破晓》等沉浸式演出和沉浸式游戏接连推出，专业文创团队进行全方位的策划和运营，政府提供政策支持和服务保障，吸引更多游客从走马观花式的“快闪”到沉浸式的“慢品”，人们口口相传，可以提高大众对津派文化的认同度。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

现场办是为了贴心办

春成

不久前，滨海新区政务服务办在天津港设立政务服务工作站，很多高频事项，天津港所属190余家企业不出港口就能直接办。

从坐在窗口等企业，到走出窗口、走进企业主动服务，这一过程的转变体现出政务服务改革向基层延伸的必然性。以往的“网上办、就近办”改革，简化审批流程，部分事项可以通过线上渠道办理，企业也能到政务服务办在街道、社区设立的基层办事点办理，办事距离和流程得到缩短和简化。但是不同企业审批业务需求不同，部分事项还需要经企业亲自到政务服务中心办理，如果材料出现问题难免要往返跑。政务服务部门以企业需求为核心，转变服务视角，把政务服务建在企业里，真正让企业实现“零跑动”，助力企业发展。

主动服务企业，要不断延伸服务“触角”。政务服务站建起来了，有哪些事项可以逐步下放服务站办理？有哪些企业也有类似需求，可以集中在园区或者企业集中的地方设立站点？深化行政审批制度改革重在全面，也重在精细。不断提高改革覆盖面，充分考虑企业、群众的个性化需求，将服务贯穿于企业的全生命周期，才能真正把好事办实、实事办好，营商环境这块牌子才会越擦越亮。

深一度

闫丽

路名改了，拿着原来的地址找不到地方了，您说这种事糟心不糟心。

一言九鼎、志在四方、胡服骑射、脱颖而出、青出于蓝……这些成语是邯郸市一些街和路的名字。不久前，邯郸发布公告，对区域内十多条以成语命名的道路予以更名，原因是“不易识记”。此事迅速登上热搜。

路名更改，不是件简单事。从百姓的快递、外卖地址，到居民身份证件、企业营业执照等各类证件，再到城市的公交站牌、道路标识，都与街道名字息息相关，一旦更名，就意味着群众生产生活要受到不同程度的影响。邯郸被誉为“成语典故之都”，有1500多条成语典故与其相关。耐人寻味的是，这个数千年未更名的古城，部分路名却一改再改。2020年，当地决定赋予大街小巷新的名称，烙下文化印记，“成语街道”随之诞生。向历史文化“要名字”，如果朗朗上口、意蕴丰厚，既展现城市的历史文化底蕴，也助力文旅产业发展，自然是美事一桩。而如果是生搬硬套、牵强附会，则谈不上真的“有文化”，而且一改再改，搞不清新老路名的人找不着想去的路，会有很多不便。

路是给人走的，名字是给人叫的。道路更名的复杂性，正凸显了道路命名的重要性、系统性，审慎考量、仔细论证、科学决策，才能避免一改再改。路名之中，有一段“光阴的故事”，也有着生活的坐标、百姓的认可。让路名体现历史、展现文化，前提是融入生活、服务生活。南京“乌衣巷”，是历史悠久的著名古巷，诞生了“乌衣巷口夕阳斜”的名句；杭州的“馒头山路”，芜湖的“渔火路”，饱含生活气息和时代记忆；有的城市的许多路名来自全国各地地名，甚至方位、区域也暗合，关键在大事小情考虑得更细致、政策举措谋划得更周全，把治理的针脚织得更密，千家万户的满意度，是一座城市最美的风景。

漫话



新视野

停车场，何以成了打卡地

谷朋

彩虹市集上人来人往，精巧的手办挂件、非遗文创琳琅满目，动漫涂鸦墙前，年轻人纷纷打卡拍照。循着飘来的香气，来到负一层“觅食基地”，大快朵颐之后，便可开启五大道之旅……

这是和平区西安道停车场改扩建后呈现的新场景：除了将原有低效空间改造成智能化停车场，还将地上地下闲置场地作为停车场的延伸，引入新业态，实现了空间联动、立体化盘活，并与周边的滨江道商业区、五大道景区呼应，聚集了人气和活力。

城市更新，不妨多一些这样的联动思维。城市空间不是平面的，城市更新的触角也应当是多元的、立体的。西安道停车场的更新改造，给我们观察城市更新提供了一个新窗口。从单一视角看，解决了车位不足问题，但联动起来看，唤醒的就不仅仅是一处闲置空间，更是新业态的增长空间。停车场可以作为流量的入口，也可以成为增量的聚集地。

李娜

市场充满无限可能，有人在大路上开拓，也有人在“胡同”里找到商机。

天津一家生产人造草坪的企业就属于后者。过去，他们的产品主要用于运动场、园林造景等领域，同类产品多了，难以形成差异化竞争。如何破局？宠物市场的火热、高尔夫运动的兴起，让企业看到新商机。他们通过深加工将产品做小、做精，发力宠物训练垫、高尔夫推杆练习垫等“小赛道”，借此打开了新市场。

按大小算，像宠物训练垫、高尔夫推杆练习垫这类产品确实不起眼，但它们折射的是消费需求呈现个性化和多样化的趋势。这种趋势，正在催生越来越多的细分市场。这些“小赛道”考验企业对市场的敏感度。浙江一家企业早先涉足的是节能灯行业，一次在丘陵山区上搬运行灯具时，发现太费力，便有了做丘陵山地农机的想法。经了解，全国有7亿亩丘陵山区农田，而这些细碎、带坡度的

小赛道，也能跑出大空间

土地，很多面临“牛进得去、铁牛进不去”的窘境。企业果断换赛道，依据丘陵地区特殊地貌，研发山地运输机、采摘机、喷药机等产品，填补了市场空白，也为自己找到了新的发展空间。

除了“烧冷灶”的敏感度，也要有把“冷灶”烧热的真功夫。定制化、个性化消费需求的另一面，是对产品以及服务品质的高要求，譬如更专业化、更能彰显个性等。如今，骑行风愈吹愈烈，骑行爱好者对骑行装备的要求，不再是简单能用，而是功能性与时尚性兼备。为此，一些企业开始在骑行装备的个性化上做文章，推出各种颜色的夜间骑行服吸引年轻人，一再增强产品的排汗透气性能等。

产品有小众，市场却没有绝对意义上的“小市场”。注重个性化挖潜，善于从市场需求变化中寻找产品创新升级的切入点，靠品质、特色取胜，再小的赛道也能闯出一片新的天地。

『有文化』的路名伤了谁