

思想会客厅

对话人:  
刘刚 南开大学经济研究所所长  
杨建楠 本报评论员

以城市之「治」提升发展之「质」

城市是经济社会活动最集中的地方,也是人口、产业和要素资源的聚集地。以改革智慧推进城市治理现代化,能够有效提升群众获得感、幸福感、安全感,为城市高质量发展增动力、添活力。

杨建楠:以城市之“治”提升发展之“质”,改革是重要抓手。这些改革涉及城市建设、运营、治理等多个层面,既关系社会生产又关乎群众生活,我们应如何看待改革在城市治理现代化中的作用?

刘刚:城市治理是以人为中心的治理,目的在于满足需求、形成好的规则制度,让城市更有活力,更具吸引力。对现代城市而言,要满足需求的一个重要方式是塑造近悦远来的营商环境,吸引优质企业,导入高成长性产业,建立新型生产关系,从而带动就业、消费、教育、科研等生产生活各个领域的发展。而改革的目标之一就是打通城市治理中的堵点卡点,改善营商环境,推动生产关系与生产力相适应,以提升城市的业态、功能、品质。改革之路越是向新、向深,城市之治越能激发区域的创新力、容纳力,高品质生活也就水到渠成。

杨建楠:城市治理的现代范儿越足,高质量发展越有保障。对城市而言,现代范儿可以很“硬核”,如地铁、机场等基础设施建设,也可以润物无声,如社区智慧系统让社区治理更精准,“码上办”跨省通办服务让生活更便捷……城市治理现代化既要做强“硬设施”,又要做优“软服务”,您怎样看待二者的关系?

刘刚:过去我们常说“要想富,先修路”,地铁、公路、机场这类“硬设施”关乎千家万户,联通生产生活,城市要建设,经济要发展,必须先做好这道基础题。“硬设施”为发展打下基础,“软服务”则为发展提供动力。一些地方设立科技管家、陪跑专员,企业一旦有需求,服务团队第一时间响应并解决,让企业得以“解放双手”,全身心做主业、谋发展,从这个角度看,好服务也是生产力。城市的现代化既包括基础设施的现代化,也包括制度的现代化,二者需要相互匹配才能相得益彰。通过强化大城细管、大城智管、大城众管的治理模式,深化城市治理体制机制改革创新,基础设施建设与城市服务之间的匹配度得到提升,更好激发城市活力。

杨建楠:城市活力从现代化的设施和服务中来,也从更新、焕新中来。党的二十届三中全会提出“建立可持续的城市更新模式和政策规范”。城市治理向“新”而行,“新”不只在一时,也要在“可持续”上下功夫。

刘刚:可持续发展是统筹经济、社会、生态三者协调的发展。对应到城市治理层面,就要不断完善生产生活生态空间优化机制,通过走内涵式发展的路子,释放城市潜能,拓展发展空间。推进可持续的城市更新,目的在于不断为区域发展引入新的动力来源,搭建更高级的能量系统。为此,城市既要有老厂房修缮、旧管线改造这类更新,又要腾笼换鸟,通过导入新产业、新业态实现“里子”的更新。河西区的国际航运大厦是瞄准“小白楼航运聚集区”区位优势打造的专业化特色楼宇。大厦内,上下楼就是航运产业的“上下游”,通过以楼聚企让“金篮子”装“金鸡蛋”。将城市更新与盘活存量有机结合,让资源禀赋的特殊性与产业升级的前瞻性相互匹配,才能借更新之力引领一个地区的发展。

杨建楠:城市的现代化,不仅在于高楼大厦、便捷生活,也在历史文化的厚度、人文关怀的温度。深入发掘历史文化资源,赓续城市文脉,能够增强城市吸引力、居民认同感,为城市高质量发展凝聚更多力量。

刘刚:赓续城市文脉,不仅有对历史文化的传承发展,还有对创新创业文化的培育。天津不少老字号、老品牌,书写了曾经的辉煌故事,紧扣时代脉搏,还可以写出更精彩的续篇。这需要我们营造更加包容、开放、更有创新活力的文化氛围。每个时代都有每个时代的精神,每个时代的文化都有其独特魅力和价值。传承既有的优秀传统文化,创造属于我们这个时代的新文化,是推进城市之“治”的一道重要课题,会激发出城市的蓬勃生命力。

基层声音  
本报与各区融媒体中心联合推出

融入日常 处处皆剧场

■ 万彤

眼前流光溢彩,耳边响起优雅旋律,伴随着湖畔晚风拂面,市民感受着艺术的魅力。不久前,由天津交响乐团、天津歌舞剧院等艺术团带来的湖畔音乐会在天津文化中心C型雕塑广场精彩上演。

一场湖畔音乐会,是文化惠民的有力举措。随着人们对观演的需求提高,高质量演出逐渐跳出剧院的单一框架,融入百姓生活日常,与观众在表演形式上达成更多互动,也成为更多精神上的共鸣。当商业综合体、社区、广场、湖畔等公共空间,成为了文艺表演的延伸舞台,艺术作品也被注入新的活力。当人们在逛街、游玩,乃至在家门口散步时,都能看上一场优质的演出,便捷的观演体验让更多人有机会接触文艺演出,更多地分享、传播这些文化精品带来的精神力量。

一场湖畔音乐会,带动了周边产业的发展。“处处皆剧场,人人可艺术”的浓郁文化氛围,既能带给人们成色更足的获得感和幸福感,也能激发一座城市的发展潜力。文化新场景的不断涌现,在丰富城市文化生活同时,也为经济发展吹来一股新风。构建更多新模式、搭建更多新场景、链接更多新项目,以文化促发展,人气“聚”起来,消费“火”起来,城市名片也“亮”起来。

“羊毛”出在谁身上

■ 张玥

“抵羊毛线,羊好毛好线更好。”天津的老品牌抵羊,以优质的羊毛产品为人所知。不过,如今这个“中华老字号”,已不再只从羊身上“薅羊毛”了,他们将目光对准海藻、螃蟹壳,从中提取出新型纺织纤维,借此闯入功能性纺织品新赛道。

寻找新型材料,只是抵羊求变的一个缩影。企业还把智能化嵌入生产的全链条,一改传统纺织业“千人纱、万人布”的劳动密集型生产方式,把“织造”变成“智造”,塑造了新的竞争优势,让老产业有了“新打法”。

传统产业塑造新的竞争力,说到底是一个增与减并行的过程。就拿纺织业来说,许多经典品牌,质量一直是过硬的。但在消费需求日益多元的当下,人们对什么是“优质”有

着更宽泛的定义,除了舒适度,对环保、健康等也有更高的要求。产业之间不断出现跨界、融合创新,譬如优质的纺线不仅可以用来织布,还能用于生产人造血管、航空航天装备等。而无论是性能的增加,还是应用领域的扩展,背后都是对产品附加值的更高要求。顺着这些要求寻找创新路径,往往能找到核心竞争力的“增量”。与此同时,许多新产品、新工艺、新生产模式,其指向是降成本、降能耗、弥补缺陷,辩证地看,在这些“减”上做文章,也是在竞争力上实现“增”。

对传统产业而言,打造新的核心竞争力,没有突破自我的驱动力不行。抵羊的传统优势在羊毛毛线,到大海里去寻找新型纤维,有些“重打锣鼓另开张”的意味。而这种大跨度的探索,有利于跳出固有的技术路线,摆脱路径依赖,

找到开启新赛道的钥匙。但如果仅有胆识,突破也很难产生。今天,产业转型升级以高端化、智能化、绿色化为方向,这既是一场技术变革,也是用新的思维模式来重塑生产、管理等各个环节。用大数据“算”出产品各种原料的最佳配比,靠工业互联网实现精细高效的柔性化生产,汽车智能系统读懂驾驶员的需求和习惯……这些以前不可想象的场景,其实都是由求变的心、善变的思维、促变的技术合力打造的。

纺织业“老”吗?不,它一直是时尚的。钢铁、采矿等产业会退场吗?不,它们一直是发展的重要支撑。只不过,想要始终在发展中占据重要位置,传统产业就需要不断把目光从见惯的“羊”身上移开,寻找各种新“羊毛”。

用“文化范儿”浸润小洋楼,盘活的不只是建筑的空间,也是产业发展的新空间。老街区+新地标、老建筑+新消费、老字号+新品牌,意式风情区的闲置洋楼成了集商业消费、商务办公、策展型活动为一体的复合综合体。可以说,文化的感召力和聚合感,是吸引产业集聚的“强磁力”、新业态发展的“硬标签”。

以楼促产、以产兴楼,要平衡好传统与现代、保护与开发、文化性与商业化的关系。保护不是保守,活化利用才有活力。尊重建筑本身的文化特质,精准导入与之相匹配的产业形态,才能让老建筑讲好新的产业故事。在和平路与滨江道交叉口,原交通饭店修缮更新后融入了现代科技元素,打造了一家国产手机品牌旗舰店,既连接了时代风貌与建筑记忆,又成为智慧科技的新地标。

传统文化和现代经济双向赋能,为老建筑与新消费注入了源源不断的活力与创意。在人文和经济的交融互动中,一个多元、浪漫的城市怎能不让人向往呢?

金之平 视线

小洋楼的多种打开方式

■ 金之平

白天,点上一杯特调咖啡,在文艺氛围中感受一份惬意;晚上,和好友小酌,顺带尝一尝楼上的异域风味小吃……前不久,和平区重庆道花园老街一栋小洋楼焕新亮相,引入多种业态,白天是咖啡馆,晚上是小酒馆,一日之内有了多种打开方式。

一幢幢小洋楼的盘活路,也是文化与商业的融合路。经济融入人文,人文浸润经济,老建筑在文化传承与业态焕新的交相辉映中“活”了起来。

文化是城市的根与魂,建筑是城市文化的载体,活化利

用老建筑,是城市文化被重新发现和历史根脉被唤醒激活的过程。老建筑的魅力,在于其洗尽铅华后的历史和积淀。让老建筑“活”起来,就是要融入新的表达方式,搭起穿越时光、润物化人的桥梁。游客在古香古色的广东会馆探索百年古建,参与沉浸式游览,在解谜、集章、贴纸等游乐形式中,了解建筑与戏曲艺术。将老建筑的“文化范儿”注入时下流行的新业态,就像打开了一扇扇通往历史深处的大门。老建筑被唤醒,文化拥有了新潮的表现力。

深一度

■ 孙一琳

「换皮不换骨」,照样没前景

“只是土木换皮,别来,快跑!”在社交媒体上输入“智能建造”,会跳出这个专业学长的各种“劝退”帖。

近几年,高校涌现了不少以“智能/智慧+传统工科”命名的新专业。有些专业名字是新的,“里子”却还是旧的。拿智能建造专业来说,有的高校只是在传统学科的基础上,加入少量与智能相关的课程,毕业生的就业方向与传统土木工程专业几乎重合。在一些考生和家长看来,戴着“智能”帽子的专业,未来可能不愁就业,可现实情况是,新专业“换皮不换骨”,与以前没多大区别。

没能“换骨”,究其原因,是某些高校在不具备相关教学资源 and 教学条件的情况下,一拥而上增设热门专业。新专业的“新”,应该由新产业、新需求引导,解决的是人才就业难和产业招工难并存的矛盾。循着这个逻辑,专业的调整才能更具前瞻性、精准性。天津大学开设全国首个“脑机接口”专业方向,为我国脑机接口产业进入创新突破和应用拓展关键期提供人才储备;云南农业大学开办了全国首个“咖啡科学与工程”专业,《咖啡风味化学》《咖啡烘焙与品鉴学》等专业核心课程让这个专业不仅学着想,就业也一样“香”。战略性新兴产业、未来产业中有新专业,传统产业中也有新专业。专业的“推陈出新”不在名头是否够响亮、够高端,而在够务实,能“用得上”。

专业调整看似是学校的事,与其在专业、课程设置上对院校紧盯不放,不如各方都“动起来”。新学期,一个为小微企业开设的人才定制班在天津现代职业技术学院开课了,改变了只有大型企业用人需求才会被院校关注的状况。这种改革源自一场机构改革。今年5月,海河教育园区、天津南园、津南经开区三家管理机构合并,设置了新部门——产教融合部,把各方资源汇集起来,聆听小微企业的需求,引导专业设置更灵活、更精准。无论是建立科技发展、国家战略需求牵引的学科设置调整机制和人才培养模式,还是构建职普融通、产教融合的职业教育体系,教育综合改革都需要从更高层次、更大范围统筹配置资源,促进各类资源在更大范围优势互补、同频共振。

就业有前景,产业有支撑,下一个新专业会是什么,值得期待。

漫话



床垫包治百病?

理疗床垫被一些商家吹嘘得神乎其神,改善睡眠、治疗疾病甚至能延年益寿。许多老年消费者不顾家人劝阻,花费重金购买床垫。实际上,这些床垫并没有太高的技术含量,生产成本也很低,并不具备宣传的功效。

孟宪东 画

新视野

为企业创新上“保险”

■ 郭振

项目研发未达预期,怎么办?过去,这可能意味着企业前期投入打水漂,独自承受损失。现在,在南开区知识产权局对接下,天津首单“专利实施失败费用损失险”落地天开高教科技园,企业投保后,在科技成果转化过程中一旦失败,最高可获20万元的赔偿。

企业是科技创新的主体。一道保险,为企业创新减少了顾虑,增添了胆气。作为经济活动的基本单元,企业直接面向市场,是科技需求的主要提出者、科技成果市场价值的最终实现者。充分激活这股“最活跃的创新力量”,就要坚持问题导向,减少企业的后顾之忧,让企业能创新、敢创新。

就科研攻关来说,健全重大技术攻关风险分散机制,让失败有“底”可“兜”,是增加企业创新底气的外在支撑。就科技成果转化而言,鼓励引导先使用后付费、“先用后转”等尝试,

也可大幅降低中小微企业创新风险,促进产学研深度融合。建立完善的容错机制,企业才不会因创新失败而“元气大伤”,影响未来发展。

容错机制激发企业创新的斗志,促进创新链产业链资金链人才链深度融合,“科技—产业—金融”良性循环,各种创新要素将更好集聚在一起,参天大树与灌木丛林将在创新的“生态园”共生共荣。在天开园,科技企业共享大型科研仪器、重点实验室等科教资源,共享应用场景清单,科教优势充分转化为创新优势;在静海区,80余家家用车及配件企业汇聚在一起,凝聚起产业向心力。成龙配套、成链成群,企业降本增效的同时,创意资源也将更加丰富。

“科技创新、高质量发展是企业不断成长壮大、立于不败之地的关键所在。”从实处着眼,从问题入手,不断破除阻碍企业创新的体制机制障碍,创新的源泉必将充分涌流。

首发经济的魅力在哪里

■ 李娜

巨大环形书墙之上,镂空阶梯穿插其间,沿书墙漫步,如泛舟书海。这里是书店,又不只是书店,超大的阅读空间、新奇有趣的文创产品、香气醇厚的咖啡……不久前,一家刚刚落地津城的书店,用丰富的新体验、新场景,收获超高人气,展示出首发经济的强大影响力。

提到“首发”,很多人最先想到的是体育比赛中的首发名单。与经济“搭档”后,“首发”成为人们热议的话题。以首店、首展、首秀等为代表的首发经济提高了很多品牌的影响力,带来了区域消费潜力和活力的释放。首发经济靠什么引燃消费热力,魅力究竟在哪儿?

首发的内核是“新”。新产品、新业态、新技术、新模式、新服务……以新潮、时尚、品质、稀缺等为特征的首发经济,带给消费者足够的新鲜感。打开社交平台,“这家店终于开到天津啦,排队将近4个小时才买到。”“心心念念好久了,天

津首店,赶快去。”消费者尤其年轻消费群体对品质生活的追求呈现多元化、个性化趋势,主打“新”牌的首发经济,在这方面无疑“拿捏”了消费者的口味,独具优势。

当然,首发经济的“新”不仅是消费升级的新引擎,更是产业创新的催化剂。背靠历史文化资源,有的城市上新近景沉浸体验等项目,支撑这类消费新场景的,正是文化产业的创新、文旅深度融合的探索。市场供给端开发新产品,通过首发、首秀平台展示给消费者,再借助消费反馈更新技术、产品、服务等,这样就形成了生产与消费良性互动的闭环,使品牌、经营主体保持持续创新能力。这是首发经济的内在魅力,也是“网红”首店变“长红”老店的密码。

首发经济内涵丰富,辐射带动性强。无论是引入国际品牌,还是培育本地品牌,通过新技术、新产品等优质资源的集聚,可以产生更大的“虹吸效应”,扩大产业“朋友圈”,为城市发展注入新活力。