

早点火了，深夜食堂能火吗

杨建楠

你能想到吗？演唱会跟饭馆也能“搭子”。

打开某点评软件，搜索深夜营业的餐馆，评论区中“演唱会”的出现频率越来越高。“看完演唱会和朋友溜达到这个餐厅。一问店主，营业到凌晨3点。进店点了炸河虾、炒田鸡……”仔细想来，演唱会与饭馆“搭档”并不奇怪，“娱”是旅行的起点，后面还连着吃、住等刚需。当荧光棒“下班”，供应美食的深夜食堂自然该上岗了。大快朵颐之间，有食客感慨，“这个时间段能吃到顺口的饭菜真的很难得”。

“吃到顺口的饭菜真的很难得”，这样的评价透露出食客们的满足。其实，这个“难得”不只是饭菜好吃，更折射出人们在深夜“觅食”成功的喜悦。“顺口的饭菜”并不少见，在天津，单是早点就花样百出，煎饼果子、嘎巴菜、老豆腐……个个都是招牌。只是，当我们把场景从清晨拉回深夜，画风就有了变化，深夜食堂的市场需求不小，却远不像早点摊那样“触手可及”。有网友曾提出这样一个问题：天津的早点火了，那深夜食堂能火吗？

答案呼之欲出。吃饭，在任何时代都是头等大事。更何况，刚需之外，美食中还有最能抚慰人心的烟火气。深夜食堂恰如黑夜中的一抹“人间烟火”，带给不同的人不同滋味，也让每个夜行者感受到城市的温度与魅力。民以食为天，月色下、街巷间，扑鼻而来的香气恰如打开城市夜晚人气阀门的“钥匙”，它们与温暖的灯光、欢快的人声交融，释放出浓浓的生活味、市井气，展示着城市更加热辣滚烫、活力四射的一面。

对那些深夜下班或是凌晨上岗的人来说，行走于夜色中，在街边巷角饱餐一顿，或许就是最大的慰藉。将视角转换到游客，不妨先看一组数据。国庆假期，天津共接待游客1837.7万人次，增幅为14%。在所有游客中，一日游占比为64.8%，过夜游占比为35.2%。人气攀升显而易见，但“过夜游”数据还有提升的空间。曾有位外地游客发帖称，半夜本想与朋友出门转转，吃个宵夜，却发现整条街没几个人，周围的餐馆也都“黑灯瞎火”。不仅是夜游，对一些深夜抵津的外地人而言，比起在机场、火车站“对付一口”，能好好吃顿宵夜显然体验感更佳。深夜食

堂里的一碗面、几道特色菜，或许就是游人愿意留下来、多住两晚的理由。

作为夜间经济的一部分，再火的“觅食胜地”也要有所依托。如果将夜间经济看作一个生态圈，深夜食堂往往与酒店、演唱会等消费场景相互依存，“搭子”越多，越能满足多元需求、聚集人气，激发城市的消费活力。一时火，可以靠周边业态的带动作用，一直火，则要靠自己的看家本事。练就看家本事，不只是多几道招牌菜的事，抓住人们享受美食的胃，也要抓住人们精神文化的“胃”。深夜食堂未必就是一座房子，它也可能开在露台、河边，甚至如某些创意那样，开在花丛中。等待人们的，也未必只有食物，或许还有大屏幕上精彩的球赛、活力十足的现场表演……既成为人们饱餐之地，又成为放松身心的社交场所，这样的“食堂”，具有越夜越红火的潜质。

“我就在那里等你。”这大概是每一间深夜食堂对夜行者们的呼唤。这里藏着一道道美味，也藏着一座城市的活力和人们对人间烟火的憧憬。



闫丽

你会为一道美食奔赴一座城吗？

在旅游六要素“吃、住、行、游、购、娱”中，“吃”位列首位。从征服人们的味蕾到带动人们的足尖，美食在兴趣旅游中扮演着重要角色。

人间烟火气，可以“熏得游人醉”。吃的是满足，品的是文化，触动的是情感。美食是了解一座城的开始，萦绕舌尖的味道是读懂一座城的关键。“天津是一座有美食传统的城市。”市委党校副校长丛屹分析说，“百年小店遍布街巷，南北交融、中西合璧，形成了天津独特的饮食、独特的味道，在美食消费、文化消费升级的趋势之下，这样的独一份就有了更大的吸引力。”

民以食为天。食，不止于果腹，还蕴含美和情感的追求。透过西北角烟火缭绕的街巷，我们可以看到，热气腾腾的不仅是美食，更是具有地域特色的风土人情。

俗话说，酒香也怕巷子深。美食、美景，都是万千生活气息中的一种，也是文与旅融合发展的连接点，但审美会产生疲劳，消费者的关注焦点也会发生改变。如何让美的味道飘得更远，让美的体验更丰富多元？“美食文化与其他种类的文化一样，融合是其发展的一条主线，不仅要让美食嵌入文旅融合这条链，也要向上游延伸扩面，向下游发展文创产品等。”天津社科院文学与文化研究所副所长罗海燕认为，把文旅的链条做强做大，同时做好和流量声势相匹配的公共服务供给，使城市形象更加具体化、生活化，打造既有时代特点，又有地方风情，更有历史底蕴的城市文化名片，当历史积淀与多彩现实撞个满怀，这座城市就会更鲜活，更有生命力。

文化大餐，源远流长，一座城市的魅力可触可感。“从文旅流量到经济增量，文旅融合带来的是有形的经济增长和无形的城市活力。”在南开大学滨海开发研究院副院长蒋文广看来，对年轻人友好、对游客友好，一座城市的吸引力和竞争力会随之提升，“很多时候，产随人走，人气旺，产业就旺。”

酸甘苦辛咸，七情融于五味。尝人间烟火的熨帖滋味，品一座城市的人文情怀，这场美食之旅，约吗？

为一道美食，奔赴一座城

小吃小店，也是城市“名片”

郭振

漫步五大道，耳朵眼会馆很是“吸睛”。古朴典雅的洋楼，繁而不乱的内饰，让人们在就餐之前先来了一场视觉盛宴。山楂糕等餐前小吃酸甜开胃，新出锅的炸糕外酥里糯，紧紧抓住食客味蕾。

百年时光，耳朵眼炸糕走出了狭长的耳朵眼胡同，也告别了前店后厂的老模式。如今的耳朵眼不仅有着工艺更精良、口味更丰富的炸糕等小吃，也逐渐成为涵盖快餐、正餐的天津美食品牌。近年来，炸糕、煎饼果子、嘎巴菜等津味小吃不断“出圈”，让众多游客“为了美食奔赴这座城”。

特色小吃构成一个个文旅消费新场景，同时也是城市文旅的闪耀名片。沈阳鸡架、淄博烧烤、万州烤鱼、乐山钵钵鸡、天水麻辣烫……这些不同地域的特色小吃，以

口感来抓游客的胃，以文化牵动游客的心。商文旅深度融合的大背景下，各地小吃纷纷拿出绝活，日益成为城市的招牌。借文旅融合之东风，特色小吃也在加速实现产业化，成为文旅产业的催化剂和当地经济社会发展的活力因子。

新场景由创新而来，新名片因创新而亮眼。随着百姓消费需求愈发多元，市场竞争愈发激烈，不断出新，方能杀出重围、实现突破。桂发祥的麻花、桂顺斋的糕点，都传承已久，可仔细观察，这些老字号其实并没有吃老本。如桂发祥瞄准健康饮食需求，研发了高纤麻花、益糖麻花等新品，还开设了麻花文化馆，满足游客参观“深究”的愿望。创新让特色小吃紧跟时代脚步，思路越宽，小吃

的潜能挖得就越深。螺蛳粉是柳州的特色小吃，当地不仅打造螺蛳粉电商产业园，还推出“螺蛳粉之旅”专线，打造螺蛳粉主题景区。一种小吃，串起了一整条链，这样的商文旅融合思路值得借鉴。

特色小吃，不能只盯着那些“大牌”。小吃本就是百姓的日常，一个地方的特色小吃，不仅仅是老字号、老品牌，街头巷尾那些小店、小摊，同样是消费的“重头戏”。近年来，很多人的旅游目标中都有当地特色小吃，“烟火小店”越来越受青睐。许多游客去太原，一定要吃一笼认一力蒸饺；去沈阳，少不了一口老四季神面。小店背后往往是“大人气”，打造好“烟火小店”，城市“烟火气”更浓，吸引力也更强。小店并不是孤立的，单个来看可能并不出众，但聚集起来却能出彩。西北角早点已经“出圈”，可天津并非只有西北角。西湖道美食街、洪湖里美食街、姚村夜市等街区，同样靠特色美食引来众多食客。把街头巷尾特色小店的名号打出去，画出美食线路、公共交通助力，串成一条链，发挥集聚效应，自然有更多游客愿意前来，并且愿意留下来。

看似不起眼的小吃，其实折射的是一个城市的吸引力。把小吃这张牌打好，城市会更加宜居宜游。

“人间烟火气 最抚凡人心”系列

金之平 视线

挖潜还需独具慧眼

——让思路转个弯③

金之平

宝坻区有一家锂电池材料生产企业，在节能降耗方面曾一度面临难题，企业试过多套方案，效果都不理想。

不久前，这一情况终于有了转机。区工信部门组建了由6名专业技术人员组成的“能耗医生”队伍，他们到企业“把脉问诊”后发现，这家企业生产过程中有大量余热没有得到充分利用。一方面是能耗高，一方面余热又被白白浪费，“能耗医生”对症下药，为企业对接了一家节能技改公司，建起“余热回收系统”。生产源头的难点，在排放端找到了答案，余热被重新利用，降低能耗的问题有了新的解法。思路转弯，独具慧眼去挖潜，可以另辟蹊径利用资源。

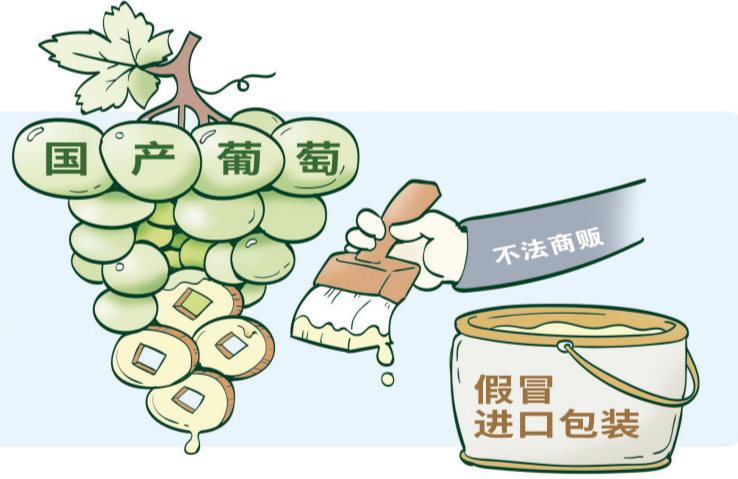
以慧眼挖潜，往往意味着要在“不可能”的地方找突破。挖潜本身就是一个不断突破的过程，要有从司空见惯的日常中找到突破口的敏锐，更要有“一种从‘本该如此’的思维惯性中探求‘还可以怎样’的胆识。挖潜的过

程，就像是在一片看似贫瘠的土地上寻找宝藏，需要大胆探索未知，甚至颠覆常规。不久前，南开大学一科研团队研发出一种大豆增产抗逆人工微生物菌剂，能显著提高大豆对盐碱地的适应性和抗逆性，有效解决了盐碱地种植大豆的难题。

以慧眼挖潜，要有股巧劲。这个“巧”体现在对资源的精准定位和因时因势重新开掘上。随着技术的进步，一些资源有了更多打开方式。煤炭在开采过程中，会产生很多废弃物，中煤天津设计公司设计出在地面钻孔把废弃物作为充填材料注入地下的工艺，同时实现了处废、防冲、减震等多重目标。这股巧劲，本质上是对传统资源观的打破，把巧劲用在这些原本看似无用的资源上，探索“一鱼多吃”的新方法，不仅能打开产业焕新的空间，甚至能将产业发展的劣势转化为增长的跳板。

聚焦创新的难点、发展的痛点，从短板和堵点中寻找突破口，挖掘出的资源潜力空间，也是高质量发展的增长空间。

漫话



披上“洋马甲” 就成进口水果？

花高价买来的“进口水果”，可能是国产的。调查显示，一些不法商贩通过换包装、贴品牌标签等方式将国产葡萄和橘子、香蕉伪装成外国品牌，借此抬高价格。对此，消费者应提高警惕，并可举报维权。

单君 画

热点观察

山不只是“山”

李娜

秋日的盘山，层林尽染，五彩斑斓，石阶、石路隐于其间，与山泉相伴；沿着山路徐行漫步，随处可见摩崖石刻，连接着今天与过去。当一些人还沉浸于《天下·盘山》实景演出讲述的历史故事、武术节、登山赛等活动，已经在以新的方式带人们走进盘山，展现其人文魅力。

山不只是“山”，也是文化的载体。盘山除了奇峰林立、怪石嵯峨的独特景观，石刻、塔林、古建筑等富有历史印记的遗迹，为其平添了厚重的文化内涵。山石不语，并非无言。把山石背后承载的深厚历史文化充分呈现出来，一地的景观，就有了与众不同的韵味。

历史文化的呈现，如果少了故事的“米”，也做不出吸引人的“饭”。充分研究历史，让文化遗产的故事有血有肉，才能让人愿意听、听得进去。讲好历史故事，离不开现代化的表达。

这是一个帮助普通人“读懂”历史，打破文化遗产距离感的过程。在湖南常德桃花源景区，《桃花源记》中“往来种作”“设酒杀鸡作食”等场景被还原，游客被邀请参加复古婚礼、村宴等活动，仿若走进陶渊明笔下的世外桃源。在山东曲阜，孔子博物馆为孔子“注册”了微信号，参观者利用电子屏幕给孔子“发微信”，沉浸式体验儒家文化。收藏在博物馆的文物也好，陈列在广阔大地上的遗产也好，都蕴含着深厚的历史故事，将其讲出来并且讲好，不失真实性又充满趣味性，融入生活、服务生活的历史文化将更具有魅力和感染力。

山水含情，人文写意。从一座山到一条河，从一座古桥到一条老街，从老工业厂房到参天古树，时间沉淀之下，皆有自己的故事。将历史文化的故事讲好，让游客从“观景”到“入景”，读懂各种“景”背后的人文韵味，收获的将不只是一趟旅行。

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

毛建芳

不久前，武清区晚森家庭农场迎来了黄肉蟠桃的大丰收。与以往不同的是，今年农场里一部分桃子直接采摘售卖；另一部分则被加工成桃干、桃子酒、桃罐头出售，推动农业“接二连三”。

“吃透”一颗桃，带来的不仅仅是产品种类的转变，更是特色农产品的一次升级迭代，既丰富了本地特色农产品的图谱，也为当地的农村经济发展注入了新活力。

培育地方特色农业品牌，不仅要立足于“特色”挖掘有代表性的农产品，更要把眼光放长远，做好产业文章。对于具有

从“吃透一颗桃”说起

一定种植规模的特色农产品，通过发展精深加工、保鲜储藏、电商销售等，将特色农产品的种植、生产、加工、仓储、物流、销售各个环节结合起来，能够增加产品附加值，不断延长产业链。

跳出田间地头，让土特产的金招牌换来“金效益”，需要带着“一产飞”、拉着“二产跑”，也要因地制宜打造“三产”亮点。加强与科研院所、农文旅部门的深度对接，挖掘消费场景，逐步形成科研创新、采摘体验、观光旅游、特色饮食文化为一体的“产学研+农文旅”融合发展产业体系，促进一二三产业在融合发展中同步升级、同步增值、同步受益，让产品“走出去”、产业“强起来”、发展可持续。把土特产“吃透”，农村产业越来越兴旺，农民的腰包自然会越来越鼓。

新视野

“愿景图”是怎么变成“实景图”的

孙一琳

刚下过一场雨，地上还没干透。雨水洗过的大树更绿了，湿润的空气透着丝丝凉意。另一侧的儿童游乐区里，孩子们跑跳玩闹。转弯，刷脸进入社区专业自习室，环境安静，学习氛围浓厚……

这里是和平区庆有西里，这个建于1997年的回迁小区，曾经环境脏乱，一下雨，门口积水成河。老旧小区是如何变身的？全程参与了小区改造的庆有西里社区党委书记刘伟说：“社区的改造是面向群众的，也是面向未来的。”

现代化不仅要看指标数据，更要看人民的幸福安康。道路积水、路灯不亮这些问题都是具体的，幼有善育、老有所养，这些需求都是实在的。面对这些问题、这些需求，建设者的“想当然”可能会导致钱没少花、力没少出，却把好事办成糟心事。制定更新的方案前，多通过线上、线下调研的方式，了解群众真实的诉求，才能把准更

新方向；实施更新的过程中，请周边居民加入工作专班，边建边问，主动优化流程，才不会跑偏。一草一木、一事一物都以居民标准为更新标准，让实效成果与群众需求之间的偏差越来越小，城市的“愿景图”才能变成惠民利民的“实景图”。

让城市更聪明、更智慧是城市更新的目标，也是衡量一座城市未来性的关键指标。来到社区食堂，人工智能可以自动接入智能手环传回的老人身体数据，一键生成推荐食谱，让老人吃得更健康；进入“数智小屋”，民生业务随时办，服务从“值守型”转变为“自助型”“智能型”……一系列数据的深度融通和创新应用既实用，也有利于推动城市未来的长效管理，探索出万千种可能。

城市更新只有经验，没有格式。如果盲目套用其他地区的模板，出不了好效果。统筹周边的资源环境，用足自身的特色优势，会带来更美的生活，绘就更美的图景。