



“90后”笑傲太空，载人航天迎来“神十九”

郭振 孙一琳

1992年，中国载人航天工程正式启动，大多数“90后”尚未出生。

1999年，神舟一号烈焰升腾，最大的“90后”还不到幼学之年。

2003年，“神五”飞天，举国欢腾，守在电视机前观看这激动人心的一刻，构成了“90后”独特又深刻的集体记忆。

……

2024年，10月30日，“90后”上天了！“90后”航天员宋令东，空军一级飞行员，曾任空军航空兵某旅飞行中队中队长。“90后”航天员王浩泽，我国目前唯一的女航天飞行工程师，她是我国第三位执行载人航天飞行任务的女性。今天凌晨，他们与执行过神舟十四号载人飞行任务的指令长蔡旭哲一道，乘坐神舟十九号载人飞船遨游“天宫”。

从“神一”到“神十九”，从无人飞船到载人飞天，从空间实验室到空间站，接力棒一棒接着一棒。“80后”“90后”，已经开始担重担、挑大梁。载人航天精神薪火相传，一个又一个中国人的名字闪耀浩瀚太空。

“80后”是垮掉的一代，“90后”是废掉的一代，“00后”是躺平的一代……这些年，某些人试图给年轻人贴上标签，有的人在担忧年轻人不能撑起时代。而一代代年轻人用坚定的追求、脚踏实地的行动，给出了“没有一代年轻人会垮掉”的强力回应。

航天员训练是一个极其复杂的过程，包括体质训练等八大类百余个科目，离心机训练、睡眠剥夺训练……一项项训练光看名字便知艰辛程度。以离心机训练为例，航天员身体最多要承受8个G的过载，“这8个G相当于8个你自身的重量压在身上”，做这个训练，航天员脸会变形，胸部会感觉到极度压迫而呼吸困难，眼泪也会不由自主地往外流。为确保安全，

离心机内部有个红色按钮，只要按下去离心机很快就能停下来，可截至目前，这个按钮20余年从未被按下。从“60后”到“70后”“80后”“90后”，他们不断交着“特别能吃苦、特别能战斗、特别能攻关、特别能奉献”的答卷。

这份答卷，在台前，也在幕后。薪火相传，在苍穹，也在大地。“各号注意，这里是北京。”“神舟十二号，我是北京。”“长城报告，座舱环境正常。”“北京明白。”“宣布发射结果。”“北京明白。”……

2021年，神舟十二号腾空而起，蹲守直播的观众，被一次又一次的“北京明白”撞击心灵，“北京明白”也冲上了热搜。

“北京明白”的回答，来自北京航天飞行控制中心调度组的一个团队，9位“90后”，用自己沉稳坚定的声音，确保航天员在任何时候呼唤祖国，永远有人及时回应。“只要在岗，就保持精神，不能有任何差错。”一句句“北京明白”，背后是无数航天工作者确保着每个方案、每项指令准确到位；一句句“北京明白”，折射出一批批年轻又有才干的航天人才，正在撑起我国载人航天的未来。

“青年一代有理想、有本领、有担当，国家就有前途，民族就有希望。”“90后”航天员是新时代中国青年的榜样，也是新时代中国青年的一个缩影。中国青年不畏风雨、不惧挑战，在时代大潮中勇做“弄潮儿”，在“强国有我”的铮铮誓言中书写青春华章。

星辰大海、飞天逐梦。神舟十九号踏上征途，为浩瀚太空写下更多振奋人心的中国故事。

来论

董向慧

传统文化也可以这么「潮」

当下，传统文化和年轻人正在经历着双向奔赴和互相成全。游博物馆、围炉品茶、中医理疗、穿汉服……年轻人正在带热国潮文旅消费，给传统文化一种“年轻态”的打开方式。

一方面，传统文化在年轻态、时尚化的过程中，经历着创造性转化和创新性发展。从“华服之美”的马面裙到惊艳时尚界的宋锦，从激荡人心的歌舞到精彩的《红楼梦》民族舞剧……非遗、老字号、民俗节庆等传统文化在迎合年轻人的消费品味、消费体验、消费习惯中实现了产品创新、数字化转型和品牌重塑。另一方面，年轻人在拥抱传统文化中增强了文化自信和身份认同。越来越多的年轻人通过国潮、国货来激活文化记忆、建立文化认同，从生活礼仪、中医养生等传统文化中汲取养分，寻找属于自己的“诗和远方”。

传统文化有着数千年的深刻积淀和厚重底蕴，年轻态、生活化是其长盛不衰和持久创新的动力所在。传统文化年轻态、时尚化有广阔的受众基础和巨大的商业空间，更符合互联网平台的传播逻辑。无论是非遗、老字号还是博物馆、民俗活动，善于运用多种传播技术，抓住直播经济、平台经济的“风口”，打磨和迭代符合年轻人趣味、适合互联网传播、富有传统文化底蕴的新产品、新业态，才能更好地融入当下、服务当代。

传统文化创新，常新，不是标新立异，而是以其审美价值服务和滋养现代生活。要跳出审美疲劳、保持长盛不衰，让传统文化踏上更广阔的时代舞台，需要持续推进传统文化的年轻态、生活化。当下，巩固和发展国潮文旅融合向好势头，锚定年轻人的消费习惯、消费体验，才能以产品创新和服务提升来实现实现文旅行业的高质量发展。吸引更多年轻人加入非遗传承人、手工技艺传承人队伍，开展系统的传承人培养和扶持工程，全面提升新锐传承人技艺、媒介素养、创新能力，推动传统文化守正创新。加快传统文化的

思想会客厅

对话人：
梁学平 天津商业大学经济学院院长
李娜 本报评论员

历史文化是城市的灵魂。在城市更新中赓续城市文脉，让文化遗产绽放时代新韵，“更”出的是城市品质空间、独特魅力、发展活力。

李娜：在市中心，先农大院焕新蝶变，成了文化新地标；解放北路上的原横滨正金银行大楼，经修缮盘活变身为中国银行(天津)博物馆，以全新形象吸引八方来客。传承好发展好独特的建筑文化风格，充分挖掘工商业遗产价值，让文化遗产和现代城市融为一体，是城市更新的重要内容。

梁学平：城市更新所承载的不仅是老旧小区等物理空间的改造提升，还被赋予产业、文化等功能更新的深层意义。天津有很多小洋楼，对这些历史文化空间载体进行盘活，将它们的外在形态与现代内容、业态品质和文化内涵有机融合，赋予其新的功能价值，让它们更好地融入现代城市、服务群众生活，是对历史文化最好的保护和传承。于城市而言，在更新中注重文化导向，把历史传统、文化元素、精神特质融入城市规划、建设、治理中，城市将更具特色和人文底蕴。伴随而来的，是城市

金之平 视线

金之平

当中医碰上夜市，会碰撞出怎样的火花？

尝尝中药代茶饮、品品养生药膳、学学八段锦、体验针灸推拿……最近，河西区、北辰区的中医夜市吸引了众多居民前来体验。不仅在天津，山东、湖南、江西、河南等都出现了中医夜市，群众蜂拥打卡，还有年轻人在社交平台分享“夜市按摩帖”。

传统中医药何以“圈粉”无数？接地气，是一个关键词。接地气，接上的是文化传承发展的生命力、创造力。传统文化走进生活场景，与每个人更贴近、更贴心，这是中医药文化，也是传统文化赢得人心的“流量密码”。

将传统文化融入日常生活，使老百姓看得见、听得懂、摸得着、用得上，更容易引发共鸣、形成吸引力。2200多年

在城市更新中赓续城市文脉

功能品质的提升，是人文与经济融合下城市发展活力的释放。

李娜：赓续城市文脉，关键在于充分挖掘历史文化价值和功能。像盘活老字号老品牌、历史风貌建筑等，都属于城市更新范畴，而能否赋予历史文化新的时代内涵以及创新其表现形式，直接影响赓续传承的实际成效。

梁学平：没错。这些文化遗产有很高的历史文化价值和经济价值，但这种价值的体现需要与现代语境有机结合，适配人们对文化产品供给品质化、多元化的需求，如借助虚拟现实等数字技术重现历史、让文物“说话”等。要将历史文化资源的活化利用与城市空间优化、智慧城市建设、旅游等结合，借助新技术、新场景的打造，满足人们尤其是年轻群体的新型消费需求。把文化故事讲好，文化遗产的价值才能得到充分彰显。

李娜：产业是推进城市更新的重要引擎，也是赓续城市文脉的内在支撑。近年来，以文创、文旅融合等为依托，文化产业助力城市更新的故事接连上演，这其中有新技术的应用，也蕴含着产业发展新业态、新模式创新与探索。您认为，应如何促进文化产业发展？

梁学平：文化产业扮演着催化剂的角色，既能激活历史文化资源，展现生动内涵和多元性，也能赋予文化空间载体以新功能，提升其现代价值。就拿第一机床总厂的改造再利用来说，

新后的老厂房变身产业创新中心、津一厂史馆等，留住了城市记忆，创造了新的经济效益。在某种意义上，催化也是一种挖掘，由此可以延伸到文化产业赋能城市更新、延续城市文脉的更多思考，将文化产业延展出去，与现代商业，包括社交媒体、餐饮等实现一体化发展。融合越深、“文化+”的内涵越丰富，产业对城市更新、城市文脉赓续的驱动力和支撑力也就越强。

李娜：在城市更新中赓续城市文脉，涉及产业焕新，也涉及改革创新。依靠体制机制改革，吸引更多社会资本和经营主体参与进来，城市更新将为文化遗产活化利用带来更多可能，让文化传承更具活力。

梁学平：城市更新需要政府引导，也需要激发社会资本、各类经营主体，甚至业态中其他共建者参与的积极性。这依赖于一个良好生态体系的打造，涉及营商环境、社会治理等多层面问题。以老建筑盘活为例，前期要投入大量人力、技术、资金等，还可能承担一定风险。解决这些问题，既要发挥好补助、税收优惠等政策举措的作用，让社会资本敢投、愿投，没有后顾之忧，也要搭建平台，以培训、产学研合作等形式，为经营主体参与盘活提供人才、技术等多元支撑。政府引导，推进市场化运作，让资金、技术、人才等资源实现高效配置，市场活了，历史文化、城市更新中蕴含的力量也将充分释放。

中医药何以“圈粉”无数

前古人就总结出了九九乘法口诀，汉代边塞27名小吏已经用上“AA制”(所有人平均分担所需费用)……最近火起来的《简牍探中华》节目，将视角聚焦于百姓生活，从简牍出发，勾勒出鲜活历史图景，给人耳目一新之感；“马踏飞燕”铜奔马变身咧着嘴笑的“小绿马”，粗犷的“天祝青铜牦牛”成了呆萌可爱的小玩偶，甘肃省博物馆依托馆藏文物开发的文创产品以“反差感”突破了人们的固有印象，萌倒一片“粉丝”。

接地气，还要有“潮气”。不久前在贵州榕江上演了一场别开生面的“村奥会”，其中有入场仪式、点火仪式，还有特色演出。当侗族迎客歌与《奥林匹克颂》共同响起，当传统京剧和新

西兰毛利战舞同台展现，当各国“老铁”与本地老乡一起“整活”，我们看到了大众参与体育的热情，看到了传统民俗文化的独特魅力，也看到了一个更加生动、立体的中国。土得原汁原味，“潮”得让人“上头”，更多传统文化项目在时代精神、现代审美的“并轨”中焕发新生、圈了新粉。

话说回来，像中医药文化这样的优秀传统文化能持续“破圈”，其根源在于悠久的历史积淀，让百姓对于“老祖宗留下的东西”心有敬重。多一些中医夜市这样的尝试，用更丰富的形式、更符合群众需求的产品，对传统文化进行时代化、大众化、创新性的阐释，一次次出圈的文化项目带来的不是刹那春光，而是无数个春天。

漫话



锐评

谷朋

又到“双11”购物促销季，社交平台上浮夸的标题文案、诱人的“种草”笔记又多了起来，有的内容收藏和点赞量过万。然而，很多顾客到店消费后大呼“上当踩雷”“又贵又难吃”。

“种草”一词，是对社交媒体上看到他人分享好物产生好感，进而想要亲自尝试的一种形象描述。数字经济带动了社交媒体上的“种草热”，越来越多的用户将自己的消费体验分享出来供其他网友参考，一家美食小店，一件心仪好物，一段美好旅途，甚至是一种生活方式，可以说万物皆可“种”、无处不“种草”。但是，“草”不是想怎么种就怎么种，更不能唯利是图，种出“毒草”，以致把“种草”变成了挖坑、割韭菜。

无论在哪个平台，无论是图文还是视频，种草的本质，其实就是一种分享行为。无论是个人的“无心插柳”，还是达人的疯狂“安利”，都要守住真实性这个底线。前不久，上海市黄浦区人民检察院对陈某提起公诉，起因是他曾雇用十余人发布种草笔记、帖文，为商家提供有偿的刷屏服务，而实际上，他们没有使用或体验过相关产品，文字也是找手写代写的。当主打真实的分享体验变成了牟利手段，网络达人探店打卡成为变现工具，乱“草”丛生就会迷了人眼。

今年，与种草相关的“生活服务体验师”这一新工种被归到“互联网营销师”名下，成为得到社会认可的一种新职业。从商业的本质来讲，种草探店增加的是一种商品或服务的消费新触点，体验员为消费者尝鲜、试错，并为商家带来新的增量，消费者也能打破信息差，有了更多的消费选择，这都需要一个良性发展、多方共赢的消费生态。

「种草」，别种出「毒草」

新视野

郭振

让便利恰到好处

“走啦！您快回去吧！”

伴随着“嘀嗒”的关门声，地铁车门缓缓关闭，列车上的乘客与站台上送行的亲友挥手告别。列车远去，送行者走向服务窗口，因进站不足10分钟，工作人员按规定免费放行。

根据天津地铁新规，10分钟内乘客可免费出站进出。这样一来，送亲朋可以到站台，进错站有了“后悔药”，取物、过街也更加便捷。10分钟，蕴含的是“恰到好处”的思路。不短也不长，接人、过街刚刚好，一站往返却很难做到，既让人们得到便利，也不易被人“钻空子”。

恰到好处，精髓在一个“恰”字。让公共服务的“鞋”紧贴公共需求的“脚”，就能把事办到群众心坎上。这样的案例很多：小区资源、场地有限，面对社区居民锻炼、休闲等需求，搞个大公园不现实，将视野转向“边角地”，打造“口袋公园”，居民们茶余饭后就能遛遛弯、下下棋、玩玩健身器材。农民同样有丰富的精神文化需求，虽然村里很难修建剧院、影院、大型图书馆，但文化“大篷车”进村、建设农家书屋，同样让优质

文化资源直达基层。小变化背后是大民生，通过小切口、小细节，提高公共服务的精准度，提升的是居民的幸福指数。

创造更多恰如其分的便利，不仅要有刻度精细的标尺，还要让这标尺“动起来”，始终围着新的民生需求去度量。这未必需要增加额外投入，只要合理配置公共资源，同样可以带来更好的服务体验。老旧小区生活着较多的老年人，一到周末，前来看望父母的儿女们增多，车位紧张。面对这种情况，西青区大寺镇龙顺园社区推出“孝心车位”，周末节假日看望老人可预约“孝心车位”，免费停车4小时。除了“孝心车位”，在许多城市，潮汐车位、潮汐摊位已不新鲜。同样一种公共资源，根据需求的轻重缓急，提供有针对性的服务，就能创造更多便利、带来更多幸福感。

一张地铁票不过两块线，停一次车也花不了多少钱，可这“量身定做”的服务却能让人感到被珍视、被尊重。民生服务很难有绝对的满意，但可以有不断争取满分的努力，站在当事人的角度考虑问题，忧人之所忧，患人之所需，更多恰到好处的便利将为城市增添更多暖意。

基层声音

“归雁”何来

付昱

最近，创业者王欢在和平区投资，租下了五大道内的一座小洋楼，成立了一家科技型企业。王欢的选择，得益于和平区今年推出的“归雁计划”及其配套举措。政府部门专门面向曾在和平区就读的学子推出创业培训、住房保障、融资服务等多项帮扶举措，吸引了大批人才回区发展。

发展之要，唯在得人。在竞争日趋激烈的今天，人才储备已成为决定一个地区未来发展的关键。要以“破圈”的思维，不拘一格引进人才，同时也要让人才放心留下来、甩开膀子干，从而为区域经济社会发展注入不竭动力。当然，人才“引进来”，也要“留得住”。社会保障、住房就医、子女教育等“后顾之忧”能否解决，都关乎区域引才、留才的效果。从小事着手、从细处着眼，为人才发挥聪明才智营造良好条件，才能充分激发其潜能。

人才引进不是一锤子买卖，在引、留、用等全流程都要有创新思维，大力营造唯才是举、汇才汇智的浓厚氛围，才能真正让人才近悦远来，搅动发展的“一池春水”。