



小而美短平快，也是一篇大文章

闫丽

一段时间以来，“海河蓝丝带”成了骑行爱好者的新宠，一度成为网络上的热词。“骑行的是路线、是风景，也是文化、是生活”，正如网友们所说，无论是晨曦初照还是夜幕降临，沿海河蜿蜒伸展的“蓝丝带”都能为人们带来不一样的骑行体验。串联海河两岸的“蓝丝带”，已成为独具特色的健身带、经济带和景观带。

有人说，城市发展已从1.0阶段发展到4.0阶段。1.0主要是大拆大建，4.0则更注重智慧化、人性化、可持续。城市治理不仅需要大手笔“大写意”，更需要多做一些小而美、短平快的文章。

小而美，是从小处、细处着眼民生之需，小的是切口，美的是“颜值”、气质；短平快，追求治理的品质与成效，短的是建设时间，快的是便捷的体验感。小而美、短平快的项目，往往与群众日常生活直接相关，规模不大、所需资金不多，却能让

很多老百姓受益。不久前，我市多个区的背街小巷悄然开启“美颜”模式，地下管网“硬提升”，地上环境“软装修”，既最大限度留住背街小巷的老味道，也塑造大都市的文明味、现代范儿。多做一些小而美、短平快的文章，精准施策，以小见大，在有限的空间创造无限精彩，城市之美、城市韵味彰显在细节中、流露于创意中。

小而美、短平快，看似小，实则格局大，看似短，实则看长远。城市治理中，很多微更新、微治理，并不只是空间格局的改造提升，也是对百姓生活方式的重塑与优化。河西区西楼北里的大平台，从前脏乱差惹人烦，社区在征求居民意见的基础上进行定向改造，重铺地面做好防水，安装太阳能路灯和晾衣架，规范停车，放置花箱。小而美、短平快的治理举措，就如同一个个“点”被点亮、被激活、被串联，最终带动一片街区向新、焕新，城市的“老味道”与“新动力”并存、时尚感和烟火气共生，映照出发展的更多可能性。

和烟火气共生，映照出发展的更多可能性。

高尔基说过，“细节就是隐藏在字里行间的魔术。”对于一座城市来说，这个“字里行间”就是高楼大厦下的细微空间，看城市的治理水平，这些地方最有代表性、最具说服力。立交桥下闲置地装上充电桩，变身停车场；地铁站修建完成后遗留地块，改造成商业驿站；街道的小绿地通过灵动设计成为丰富的街角植物园……只要你留心观察，这种点石成金的案例并不少。正是凭着精细极致的追求、精雕细琢的“匠心”，才能把每一点资源用足用好，让那些原本不起眼的角落焕发光芒，让城市多一些诗意、善意、美意。

城市治理，不仅仅是硬件升级，更是城市文化的延续、品质生活的塑造。更多小而美、短平快的故事正在上演，因其微而成其大，因其小而成其实，这也正是“城市，让生活更美好”的生动注脚。

金之平 视线

河与海，不只是风景

——叫响“河海津韵”城市名片③

金之平

早上7点，杨柳青画社的非遗传承人郭津伟和同事们从“天津之眼”出发，沿着海河采风，一路走走停停，拍照、画素描，观察地标性建筑的特点，感受周围的文化韵味和生活气息。大家一直走到海河入海口，回家时已是晚上8点。数月之后，一幅展现海河沿岸风光的年画长卷《海河绘》在他们的笔下诞生。

“太有韵味了！”前不久，在2024京津冀非物质文化遗产展览活动中，《海河绘》图书折页引起很多人的兴趣。年画的韵味从文化中来。天津因河而生、因海而兴，

河与海不仅是一种风景、资源，也孕育了一座城市的文化底蕴。贯通南北、连接四方的河与海，将不同地区的人、物产、风俗习惯汇聚于此，让城市既传统又时尚，既高端大气又充满市井烟火气息。

临海、傍河的城市并不少，天津这张河海名片究竟有何不同？答案就在“津韵”二字中。

津韵是传统的，它塑造了一座城市的历史记忆和精神气质。人们常说，天津是运河载来的城市。运河水滋养出杨柳青年画、独流醋等老字号，成就了融多种菜系所

长的天津菜，也养成了天津人乐观、包容的生活观念。河海文化并非独立存在，它既为天津的民俗文化、工商文化等注入活力、丰富内涵，又与它们共同构成了特色鲜明、内涵深刻的津派文化。

津韵也是现代的。“河海津韵”造就了天津的过去，也在不断向前发展，变得更加多元、包容和开放，以契合时代之需的“新韵”激发城市的创新活力。从古老的运河号子到现代范儿十足的桥边音乐会，从煮海熬盐的传统盐业到盐业风情游……文旅产业辐射面广、外溢效应大，越是创新，越能为城市聚集人气，带动多种产业共同发展。通过全方位提升各环节物流速度，天津港至南美西直航航线上的船只运输快、进港快、接卸快、转运快，被誉为“水果快线”。在创新创造中，河、海、城更为紧密地连在一起，“河海津韵”这张城市名片也与城市经济、居民生活融为一体，焕发出强大生命力。

河水、海浪奔流之处之所以能形成各具特色的风俗、历史，一个重要原因是文化底蕴的不同。津韵，赋予天津的河与海独特的文化底蕴，也成为天津这座城市的文脉之根、活力之源。

提升首发能级 引燃消费热力

对话人：
周密 南开大学中国城市与区域
经济研究中心主任、教授
孙一琳 本报评论员

首发经济通过高匹配度的有效供给，引领高质量的消费需求，能充分释放消费市场潜力，不断满足人民高品质生活需要，也让城市发展呈现更多亮点。

孙一琳：11月，商务部会同上海、北京、广州、天津、重庆等五个城市，举办中国国际消费中心城市精品消费月活动，“首发经济主题突出”是一大特点。首发经济与消费升级相辅相成，相互促进，共同推动经济高质量发展，满足人民美好生活需要，是我们建设国际旅游目的地、国际消费中心城市重点。

周密：今年，南开区引进一批知名人气IP品牌首发及联名款首发。“新展、新玩、新店、新趣”带来的新体验迅速“圈粉”一众年轻人，引领消费新潮。由首发经济带来的消费潮流可以凝聚成一个标识，在品牌、文化、生活方式等方面深入人心，不仅作用在产品本身，更推动消费场景和商圈版图的迭代升级，与所在地区形成共振。城市中这样的标识越多，对消费者吸引力就越大，对消费资源的配置能力和引领能力就越强。

孙一琳：“新”是首发经济吸引消费者的重要特质。“引进来”只是起点，融入本土特色打造更个性化的消费场景，才能提升品牌乃至城市的吸引力。

周密：没错。“引进来”不是对经验的一比一复制，而是要放大新产品、新业态、新场景的独特性。这种独特既来自业态本身，也来自周围的环境氛围。在天津，小洋楼、老厂房成了不少首发的首选。空间的文化韵味与首店新品的时尚感有机融合，实现品牌价值与区域影响力的双赢。这样的融合向着更多品类、更大范围、更广空间拓展，由“首”带来的某项技术和某种模式，能与城市原有产业基础碰撞出新的火花，以点带面，在更大范围产生集聚作用，让城市“新”意十足。

孙一琳：首发经济蕴含新机遇。老字号洋不饽饽铺的外地首店，首日销售近千单。老字号老品牌的跨区域首发，不仅为自己赢得更大的商业机遇，也能成为城市的一张名片。如何培育更多“津味儿”首发，让天津本土品牌更好地“走出去”，值得深思。

周密：老字号老品牌“走出去”，要能发新品，还要能走新路。有的老字号走进博物馆，打造一批还原历史记忆、反映传承故事的互动体验场景，还有的老字号重整门面，入驻历史文化街区，化身游客争相打卡地。老字号在地域文化与地方商业融合上有独特价值。拓展“首发+文旅”的路径，将老字号老品牌的文化底蕴转化为多种商品形态，融入旅游线路、城市标识，提供更多蕴含传统文化、富含时尚元素、符合当代需求的优质产品和服务，就有机会形成被看见、被认识、被认可的消费链条闭环，让品牌叫得响，传得远。此外，城市之间可以通过产业握手链接洽会、联合招商等方式，打开更多“走出去”的通道。

孙一琳：首发经济不仅包括首店，还涵盖首发、首秀、首展，这是一个完整的品牌展示与市场拓展体系。这个体系越完善，首发经济能级越高，越能为消费升级注入持久动力。您认为，推动这一体系的建设有哪些抓手？

周密：首发经济的“新益求新”，除了产品、业态创新之外，更重要的是制度创新。想方设法给首发经济营造一个开放、活跃的创新环境，品牌价值和区域资源才能充分适配。在武清区，通过建立“企业家周”和企业专员服务等工作机制，首店的引进、选址和涉及的规划建设等相关事项有了“一企一策”。目前，首发经济整体业态结构依然较单一，紧紧围绕企业需求，加强服务体系建设，才能逐步完善促进首发经济发展的长效机制，推动更多领域形成从产品首发到品牌首店再到企业总部的产业生态圈。

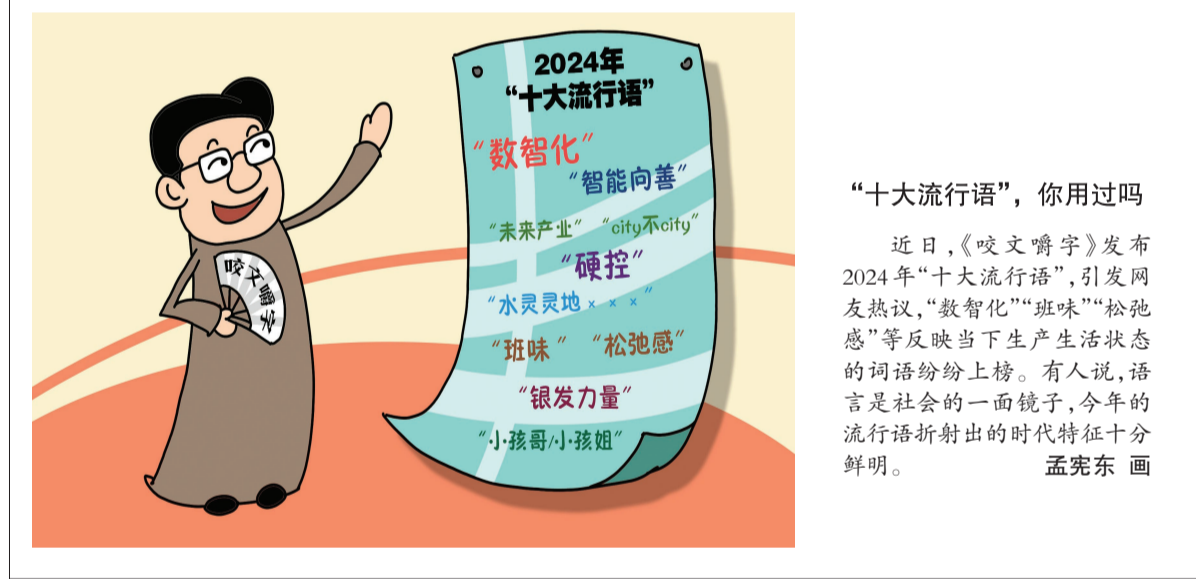
升运动便捷度、业态多元化等服务质量上加把力。时间少、离家远、健身项目单一等问题的存在，无形中会给“想运动的热情”浇上一盆冷水。为了消除这些阻碍，包括天津在内很多地方都在推进“15分钟健身圈”建设，将城市边角地、闲置房屋改造成微型运动场，帮助人们实现就近健身、楼下健身。有的通过搭建智慧体育平台、开发网络报修维修系统，用“一键报修”解决健身设施维修管护问题。健身并非只是动起来那么简单，激发群众健身热情也并非有了健身设施就行。从健身的便利度，到运动体验的多元化，再到运动设施的日常维护等，以健身为核心，不断提升公共服务水平、基层治理水平，健身才能成为一件具有吸引力的事。

从一处公园的“智能健身角”看城市更新，看见的是人们对品质生活的追求，也是城市更新的密码。

区推进名中医工作室建设，试点开展区级、基层级名中医建设，加强中医诊室和中医治疗室建设，丰富中医药健康服务项目；和平区五大街道社区卫生服务中心中医馆建立经验丰富的医生团队，聚焦中医药和康复服务能力，提供多领域诊疗服务；红桥区邵公庄街社区卫生服务中心建立“一站式”中医馆，以建设区域医联体为基础，升级双向转诊平台，邀请多家三甲医院专家来中医馆坐诊，提供技术支持与专业指导。越来越多的“15分钟中医药健康圈”在津城涌现，服务供给得到优化。

“15分钟中医药健康圈”与老年人的康复保健息息相关，在完善相关机制方面还需持续的努力。伴随天津老龄化街道增多，家门口的“医”靠，可以再更多些。此外，“15分钟中医药健康圈”应当以增进老年人生活品质为目标，以优化医养服务供给体系为导向，以服务老年群体的人才队伍建设为基础，以讲好中医药故事为传播手段，创新老年病防治与康复护理服务，提升对老年人的中医诊疗效率与服务品质，不断增强天津中医药服务能力，让广大居民享受便利有效的医疗服务，进一步增进广大居民就近就医的幸福。 (作者为天津市中国特色社会主义理论体系研究中心天津市委党校基地研究员)

漫话



“十大流行语”，你用过吗

近日，《咬文嚼字》发布2024年“十大流行语”，引发网友热议，“数智化”“班味”“松弛感”等反映当下生产生活状态的词语纷纷上榜。有人说，语言是社会的一面镜子，今年的流行语折射出的时代特征十分鲜明。 孟宪东 画

新视野

健身角背后的更新密码

李娜

西青区张家窝镇中心公园内，56岁的刘波奋力蹬着一辆智能健身车。“主要锻炼腿部肌肉，我选的人机对战。还能自己增加阻力，提升难度。”刘波边说边示范，以前不爱运动的她，成了这里的常客。

这是公园最近对公众开放的一处全新智能健身区域。在这里，可以量身定制运动计划，实时查看运动数据，让健身这件事变得简单、有趣。全民健身正成为全社会的共识，如何进一步激发健身热情，吸引更多人参与到体育锻炼中来，是社会

治理命题，也是城市更新命题。

有高品质运动空间，才会有更多人爱上运动。有的公园将普通跑道升级为智慧健身步道，借助人脸识别和人体检测技术，让运动里程、消耗能量等数据一目了然，还能生成跑步成绩排行榜，使运动健身有了新玩法。将更多人愿意健身的“想法”变成参与健身的“行动”，很大程度上，依赖于全民健身公共服务体系的不断完善。

让健身成为一种生活方式，靠硬件，也靠软件，需要在提

来论

家门口的“医”靠，可以再更多些

蔡明菲

医疗卫生事业是人民享有健康幸福生活的重要保障，优质的中医药服务为人民健康保驾护航。尤其是近年来，全国各地兴起了“15分钟中医药健康圈”，居民步行15分钟，就能享受到高质量的中医药服务，提升了居民就近就医的幸福感和满意度。近年来，从《中国诗词大会》《诗语中国》等电视节目，到《满江红》《长安三万里》等影视作品，再到“故人西辞黄鹤楼，烟花三月下扬州”等诗韵中的文化IP，古诗词所承载的优秀传统文化为人们提供了无尽的精神滋养。

中国是诗的国度。无论是春节的“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏”，还是中秋节的“但愿人长久，千里共婵娟”，古诗词早已融入我们的血脉之中。古诗词中蕴含的文化能量，不能因戏说、玩梗而丢掉。

打造高质量“15分钟中医药健康圈”，为群众提供更加优质高效的卫生健康服务，是推动医药卫生体制改革的题中应有之义。随着基层中医药服务能力的提升，津城“15分钟中医药健康圈”的服务内容不断丰富。在预防保健方面，设置全科、治未病科，为有效防止潜在疾病的发生，降低医疗卫生成本，提升生活质量给予保障。在落实医疗质量服务能力方面，建立“简、便、验、廉”的中医特色诊疗服务体系，使居民在家门口就能享受到多种理疗项目；免费提供中药用药加工等个性化服务，减轻群众的就医负担。

同时，各区结合自身优势，将中医优质资源下沉基层，更好地满足群众日益增长的中医药健康服务需求。比如，南开

深一度

郭振

“苏轼爱熬夜，怀民亦未寝。”
“怀民睡了吗？没睡起来嘛。”
……

最近，“怀民亦未寝”火了，此句出自苏轼的《记承天寺夜游》。社交平台上，各类有关苏轼和张怀民的段子、图片、短视频频满天飞。

近年来，关于古诗词的梗越来越多。这些梗，有不同诗词句的杂拼，如“庆历四年春，武陵人捕鱼为业”；也有古今混搭的“奇思妙想”，如“春花秋月何时了，排骨还得炖豆角”；还有古诗词与影视剧台词、网络流行语，甚至是外文的“大杂烩”。表面看，玩梗似乎拉近了人们与古诗词的距离，让古诗词更加鲜活、接地气，可凡事有度，很多时候，看似接地气的戏谑化表达，反而会消解古诗词的意境和韵味，让人们与古诗词的距离更远了。

说起古诗词的梗，让人联想到北宋盛行的集句诗。集句诗是从现成的诗篇中摘选诗句，集纳的诗句既符合诗词格律，又上下一气、浑然一体。如沈括在《梦溪笔谈》中记载，古人诗有“风定花犹落”之句，向来无人能对，王安石以“鸟鸣山更幽”相对，上句静中有动，下句中静，不同意境巧妙地融在了一起。集句诗不是生搬硬凑而来，它需要深厚的文化积淀，只有博闻强识，才能集句成诗。反观某些网络热梗，往往只求诙谐与顺口，即便糅杂不同古诗词，也难保留原文的神韵。

以古诗词为素材提取“笑点”，通过拆解字词、重构句义、拼组图像、拟态声音等方式进行二次加工，创造出网络热梗，扭曲了诗词的原意，很容易产生误导。这种误导，不只体现在学生考试时闹出的笑话，更体现在泛娱乐化对文学严肃性的解构。当人们乐此不疲地以古诗词玩梗时，这个梗会潜移默化地侵占古诗词原有的“生态位”，让人误以为古诗词“不过如此”。戏说、恶搞，是对作者、文学、历史的不尊重。

“我平生志意，就是要把美好的诗词传给下一代人。”11月24日，“诗词的女儿”叶嘉莹离世，引发人们无尽哀思。“卅载光阴弹指过，未应磨染是初心。”叶嘉莹一生致力于古诗词研究，她从古诗词中汲取精神养分，又竭力将其中蕴含的美好品格和修养传给下一代，温暖、鼓舞更多人。近年来，从《中国诗词大会》《诗语中国》等电视节目，到《满江红》《长安三万里》等影视作品，再到“故人西辞黄鹤楼，烟花三月下扬州”等诗韵中的文化IP，古诗词所承载的优秀传统文化为人们提供了无尽的精神滋养。

古诗词不能「戏说」