



## 渤海潮



■ 杨建楠

一家老字号，究竟有多少岁？这是许多人都好奇的问题。如果这个问题由祥禾饽饽铺掌门人杨明回答，他可能会给出两个答案：“祥禾”既是传承百年的非遗，又是一个成立10年的民营企业。

“把品牌做旧，把产品创新。”10年前，从事IT行业的杨明从广州回到天津，接了父亲的班，决定让这门传统手艺

# 老字号，越活越年轻

## ——“故事”里的津韵①

“新”起来。作为互联网时代的新青年，杨明有自己的想法。看准电商的火爆前景，在相关部门的帮助下，祥禾饽饽铺从西南角电商孵化器再出发，“好吃的非遗”从线下拓展到了线上。如今，祥禾饽饽铺的年销售额已从10万元突破至3亿元，其中70%的销量来自线上。“老字号”不是护身符，它固然有传承多年的技艺，伴随着几代人成长，但想拥有历久弥新的魅力，就必须跟上时代的脚步，抓准新一代消费者的需求。被需要，被认可，才能被看见，才有在市场中屹立不倒的竞争力、生命力。

市场的竞争法则从来是“不看资历看实力”。实力，并不单指手里的绝活儿，也指宽广的视野、创新的魄力。实际上，老与新是一种辩证关系，当老手艺找到了新用法，老故事有了新表达，这样的老也就变成了新。万紫千红润肤脂，始于上世纪五十年代，在八九十年代广为流行。一抹浓郁

的玉兰花香，一个黑色为底印满花朵的小铁盒，这个“津门老字号”承载了很多人的记忆。从21世纪初的陷入沉寂到再次崛起，如今的“万紫千红”早就摒弃了“一盒打天下”的老套路，研发出护手霜、沐浴液、身体乳等系列产品，栀子花香润肤脂上市首月就热销近百万盒。在新技术、新需求、新消费观念的加持下，老字号的“江湖”正发生着翻天覆地的变化，谁能抓住这种变化乘势而上，谁就会在时代的浪潮中逆生长，成为朝气蓬勃的弄潮儿。

经得住百年风雨，是老字号之所以走到今天，独具魅力的原因所在。经得住市场洗礼，才是老字号走向未来，走入更大天地的成长密码。把茶叶做成雪糕新产品，将直播间开在工厂车间，用AI技术助力研发生产……天津老字号逆生长的故事还有很多，多些创新的点子，多尝试新的路子，老字号可以越活越年轻，有津味、有韵味。

## 思想会客厅

对话人：  
丛屹 天津市委党校副校长、教授  
孙一琳 本报评论员

民营企业是科技创新的重要主体。激发民营企业的内生动力和创新活力，正在为高质量发展提供源源不断的新动能。

**孙一琳：**近年来，以人工智能等为代表的新技术不断突破，民营企业正在从以资源投入为主的增长模式转向以创新能力提升为核心的高质量发展模式。能不能激发内生动力和创新活力，对民营企业自身的可持续发展至关重要。

**丛屹：**创新是企业发展的根本动力。当前民营经济发展面临的一些困难和挑战，本质是由技术革命带来的。新一轮科技革命催生的新动能新业态新模式，对传统生产模式往往形成“降维打击”。民营企业面对的转型升级的压力，实质上来自要素驱动的传统发展模式与创新驱动的新发展模式的分化。所以，只有及时抓住科技革命契机，增强创新发展能力，融入产业变革潮流，才有可能变挑战为机遇，实现快速、可持续发展。

民营企业是最具创新活力和市场活力的主体，尤其是成为行业翘楚的企业，正是通过不断增强自主创新能力，形成了发展的新优势。

**孙一琳：**天津友发钢管集团股份有限公司二十余年持续加强自主创新，从年产不到万吨的小焊管厂，成长为全球唯一一个千万吨级焊接钢管制造企业。企业的做大做强证明了，坚守主业、做强实业是民营经济实现高质量发展的内在要求。我们应如何理解坚守主业与做强实业之间的关系？

**丛屹：**我国是靠实体经济起家的，也要靠实体经济走向未来。做强做大实体产业，民营企业实现创新突破和转型升级很关键。这既是民营企业的生存之道，也是经济发展的根基所在。坚守主业是做强实业的基础，需要企业专注细分领域，靠创新不断“扎”下去，扎得越深越能构建起不可替代的竞争优势。当然，民营企业“扎”得下去，创新生态的构建至关重要。让民营企业“轻装上阵”，离不开优质高效的营商环境，需持续在亲商安商、助企便企上下功夫，在围绕产业培养人才上做文章。

**孙一琳：**您提到，要在围绕产业培养人才上做文章。今年政府工作报告首次提出“投资人”，您认为，“投资人”的指向，对激发民营企业创新活力会产生怎样的影响？

**丛屹：**功以才成，业由才广。投资人，最突出的一项就是针对产业、企业发展需求，加强在教育培训方面的投入，培养更多高素质、专业化人才，为产业升级和高质量发展提供人才支撑。天津具有产教融合发展优势，譬如天津市大学软件学院把企业与科研院所人才培养资源充分用起来，形成“产业链+大学科技园+众创空间”的新模式。一个众创空间连着教学科研，连着企业需求，也连着就业服务和科创服务。学生可以在这里实习，企业可以在这里获得“新鲜血液”。这种模式能大大降低民营企业在转型发展中人才引进和培育的成本，也能实现技术进步与产业升级的有机结合。

**孙一琳：**从实验室到生产线，再到产业链，民营企业的创新活力离不开金融“活水”灌溉。您认为，推动金融与全产业链深度融合协同，深度从何而来？

**丛屹：**在产业高端化、智能化、绿色化转型的趋势下，金融服务也要向高、向智、向绿，二者做到同向而行，协同才能有深度，对民营企业的支持，才能在“点”上。“活水”也是活力，本身是金融服务专业性的体现。特别是针对科技型民营企业，由于所处行业发展阶段不同，风险识别难度大，资金需求和自身运行特点不同，金融机构也要深耕专业赛道，与企业无障碍对话，才能不断推出适配科技创新企业特点和需求的金融产品。另外，专业性还体现在“链式”思维上，为核心企业和上下游企业构建一体化金融服务体系，更有利于引导民营企业深度嵌入到重点产业链的发展中，加快企业转型升级。

## 热点观察

### 体育课要对“口味”

■ 李娜

打八段锦、玩划船机、学跳竹竿舞、进行背篓绣球比赛……兼具趣味性与运动强度，这个春季学期，不少中小学的体育课以“新”吸睛。

过去，体育课多是“不被待见”的角色，遭挤占是常事，即使上课，也经常是“跑两圈”的传统套路，让学生提不起兴趣。如何让学生能出汗、爱上出汗“上新”是关键。

体育课“上新”，教什么、怎么教很重要。曾有学生吐槽，不喜欢体育，而是不喜欢体育课。这就抛出了一个问题——如何让体育课对学生的口味？立足特色，是许多学校给出的答案。吉林省一些学校在冬季会将体育课搬到户外冰场或滑雪场，把滑雪、滑冰、冰壶等融入体育课程。而河南以“武”闻名，有学校将太极拳、棍术等纳入体育教学，用“一招一式”强健学生体魄，也在学生心里种下了本土文化的种子。换句话说，体育教育也应因地制宜、因需制宜，将与体育有关的在地资源引入课堂，以有趣或适宜的形式丰富课堂内容，让学生爱上运动、主动去“出汗”，体育课的效用才能最大化。

体育课能不能“上新”，不只是一门课的事，背后连着教育理念的转变，更与整个社会的体育运动氛围有关。体育教育在课堂内，也在课堂外。城市中的智能化健身步道越来越多，出小区不远就能遇到足球场、篮球场以及各种健身器材……当运动更加普及，生活中的体育可以成为课堂教育的延伸。

一位奥运冠军说：“希望体育课像一扇打开的窗，而非一堵标注成绩的墙，让孩子看到运动的无限可能性。”有趣、有效的体育课，给孩子送上的不仅是“健康大礼包”，更是运动带来的美好。

民  
营  
企  
业  
靠  
创  
新  
『  
扎  
』  
下  
去

## 金之平 视线

### 用“智”理为治理破题

■ 金之平

清晨，河北区平安街上，一辆搭载智慧环卫系统的新能源清扫车缓缓驶过。环卫工人左维不到5点便开始作业。轻点屏幕，一键启动，系统根据路面脏污程度，自动匹配最佳清扫、冲刷力度，高效完成清洁。“一早起来，街道干干净净，夜里也没被吵到，心里舒坦！”出来遛弯的张维民大爷满意地说。

从满足“净”的刚需，到实现“静”的追求，人们对高品质生活有了新期待。以前，说到“智慧城市”，人们往往想到的是高端智能的“城市大脑”、无缝连接的物联网设备等。其实，“智”感不仅可以很酷炫，也能越来越接地气，让“智”感更有感。

## 深一度！

■ 闫丽

说起商场，老天津人总会提到劝业场。这个近百岁的老建筑，不仅是商场，也是天津人记忆中的文化符号。如今，劝业场开启了更新利用的进程，令无数天津人充满期待。

新时代浪潮下，传统商场何去何从？

曾经，网络上有个热门话题：你还在商场买东西吗？的确，随着电商勃兴、物流提速，“只逛不买”成为商场里的常见现象，传统商业模式难以为继，不少传统实体店关门歇业。然而，与之形成鲜明对比的是，一些新兴商超成为“网红”，河南胖东来带火一座城，盒马鲜生、山姆超市总是人潮涌动，忙坏了一帮代购。一冷一热的谜题，答案在于消费需求的变化。有关数据显示，当代人，尤其是年轻人的消费需求可以归结为“三精”：精打细算、精益求精、精神满足。

换句话说，今天的消费者眼里的“货”不仅是物质，还有精神文化方面的服务，需要的商场不单是购物场所，还是文化体验、社交休闲、亲子互动等一站式场景。

消费需求之变、理念之变，正在重塑商业逻辑。重现“八大天”、打造“历史博物馆”、数字科技场景、集合首店首发，翻开劝业场更新改造的设计图，我们不难发现老商场的新定位、新追求。数字经济浪潮之下，电商与实体店不是非此即彼的关系，而是互联、互通、互补，通过新业态的开拓，新服务的供给、新模式的引入，新型实体商业也可以创造新的“增量”。有的商场变身博物馆，以百年建筑为幕，讲述老字号的动人故事；有的商场变身景区，层峦叠嶂、曲径通幽，吸引消费者“探宝”……“商场+”，不管叠加哪些要素，归根结底都应切中人的需求，以满足需求为中心，探索差异化发展，老商场也能获得更广阔的发展空间。

老商场“变形记”，映照生活之变、时代之变。物质更丰裕、供给更高效、服务更优质，这意味着市场更大、机遇更大。那些处于困境的商场也许并不缺少好的产品，却缺少了主动创新、制造热点的意识与能力。从多样化的体验到多类型的消费，这是一个完整链条，脑洞大开的创意也需要贯穿始终。有些购物中心大胆引入“二次元”元素，吸引了不少年轻客流，但随后发现，单纯靠卖“谷子”（英文“商品”的音译），难以彻底取代传统商业的业态，于是又开始探索二次元融合展览、餐饮等多种形式，创造持久的影响力。

商场里除了有商品和服务，也可以有“诗与远方”，老商场探索的脚步，正在为城市的发展增添烟火气。

## 商场“变形记”中的发展之道

### 漫话

招牌不能用“红、蓝”！  
酒糟鼻也要涂绿漆！



如此“面子”要不得

河北省三河市城管部门要求商户门头牌匾禁用红、蓝、黑底色，给商户带来很大困扰。目前，三河市委主要负责人已被免职处理。城市治理，不能光看“面子”是否光鲜，更要看是否让群众安居乐业。王宇画

### 新视野

### “演”里有新滋味

■ 闫延

春日里，海棠花盛放津门，游客纷至沓来。与此同时，《海棠八音盒》机械装置艺术表演在和平路上演，沉浸式话剧《日出》在大铜钱地标前展现，津门文化魅力与花儿一同绽放。

天津，是近代工商业重镇、中西文化交融的窗口，素有“戏曲大码头”“曲艺之乡”“中国话剧摇篮”等美誉。演艺文化是天津八种文化形态之一，新时代如何开发利用演艺文化优势，使其成为“河海津韵”城市名片上的亮眼一笔？

场景刷新，使演艺融进城市气质。从“现场感”到“在场感”，这是当今文艺演新趋势。要打造更多“没有围墙的剧场”，打破精品艺术与日常生活的界限，在文化惠民中，使演艺触达更广泛群体。今年海棠花节期间，“津遇和平·戏聚海棠”主题系列活动同步举办，一百多场文化演艺活动为“洋楼+海棠”的浪漫氛围增添新彩。当更多街区、景区变身“城市剧场”，既彰显文化艺术自身特质，又融入百姓的烟火日常，这是令人期待的图景。

科技赋能，为传统艺术增添时尚元素。进入数字时

代，演艺事业振兴离不开科技，艺术表达需结合技术创新，迭代出符合时代趣味与审美价值、适应互联网传播规律的新作品。今夏，“哪吒号”主题船将在天津下水，提供AR、VR等沉浸式体验方式，带领游客进入哪吒的神话世界。既有老传统的四功五法，又有声光电的精彩纷呈，这样的大码头，魅力别具。

天津具有京津冀协同发展与“一带一路”节点城市双重优势，推进文化资源区域联动与国际交流的空间广阔。近期，市曲艺团邀请北京的评书演员演绎经典剧目，天津茱莉亚学院邀请世界各地学生与艺术家加入“城市之声”系列音乐会，均是有益尝试。无论是欢乐喜刷人还是青年戏剧人，交流多了、人才来得多了，就能带来新养分、释放大能量。

演艺文化，是天津宝贵的历史沉淀与独特魅力。融入更多新视角、新玩法、新要素，重塑现代性表达，“大码头”在新的时代条件下焕发新生，更好地“活”在当下，可以成为促进城市发展的活力因子。

### 化整为零，也是化繁为简

■ 郭振

天才蒙蒙亮，蓟州区禹道农场零下22摄氏度的冷库里却是一片繁忙。再过二十多天，新一茬“金玉兰菜”即可上市销售。由于水培需要避光恒温，过去普通农户的种植难度很大。

农场研发出一款占地8平方米的种植方舱，有了“缩小版”的恒温培育室，农户在自家后院即可操作，种植难度大大降低。

四散开来的种植方舱将农户家中的闲置土地利用起来，不仅为农场带来了利润，也能缓解农场在销售旺季的压力，保障市场供应。有“尝鲜”的农户测算，每月可增收1500元。

在化整为零的过程中，许多复杂的难题被拆解成一个个相对简单的环节步骤，各方也将实现更大共赢。

难题拆解不只是个技术活，也是个精细活。在农业生产中，不论是新品种种植，还是新设备、新技术的推广，总会遇到

各种各样的难题。在武清区黄花店镇甄营村，为了引进新的西红柿品种，三十多名农业行家里手每人承包2个大棚进行试种，测试水土是否适合以及成品上市后的市场反应，成功后，再推广到全村种植。人们常说“船大难掉头”，放下一艘艘灵活的“小船”去探索适宜的航道，整个船队将更好地行驶。

“整”与“零”是辩证统一的。集腋成裘、聚沙成塔，把农产品做出规模、做成品牌，推动农业“接二连三”，实现更大发展，都离不开一点一滴的积累。化整为零、化繁为简，看似是分散力量，实际上是积聚力量。让合适的人去做合适的事，每一股力量将得到充分的“成长”，他们在不同维度、不同环节的突破，能带动整体的提升。通过一个目标联动多方资源，凝聚强大合力，复杂的问题也能变得简单，实现“各美其美，美美与共”。