



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

城市形象看“颜值”，更看“气质”。内外兼修，坚持走内涵式发展的路子，既修外功，又练内功，城市会更加宜业宜居宜乐宜游。

杨建楠：城市形象内涵丰富，关联着生产与生活。打造一座近悦远来的品质之城，离不开对良好市容市貌的塑造，也需要涵养内在文化底蕴，您怎样看待修外功与练内功的关系？

刘刚：市容市貌、文化底蕴就像城市的面子与里子，两者内外统一、相互赋能。向内看，天津这样的现代化城市应当是历史文化与现代科技的结合体。科技为历史文化的弘扬提供了新的表达形式，反过来，不同文化载体又为新技术拓宽了应用场景。在津港印象文旅综合体验馆，游客通过5D影院观河海风韵，体验航运文化；在和平区三盛里社区，虚拟数智大使“AI和小棠”向市民娓娓讲述五大道的历史文化。这些都是生动案例。向外看，城市颜值是城市气质的外在表达，有什么样的文化、业态，就会呈现出什么样的城市风貌。可以说，练内功也是在修外功。

杨建楠：塑造良好市容市貌也是一个焕新更新的过程。修外功，不是简单地对硬件设施修修补补，而是导入新产业、发展新业态，让城市更具“年轻态”，更有“精气神”。

刘刚：是这样。修外功，表面看聚焦的是群众的便利生活，是老街区、旧设施的改造，背后做的是盘活、更新的文章。盘活存量的过程其实是一个传统与现代相结合、相贯通的过程，既需要我们抱着敬畏历史、敬畏文化、敬畏生态的理念，在保护中发展、在发展中保护，深入挖掘文物和文化遗产的多重价值，又要在存量中导入新产业、培育新业态、拓展新场景，借盘活与更新，因地制宜发展新质生产力。河西区柳林街区，通过城市更新，提升服务配套，产业先导区引入了数十家科技企业和文化艺术团体，为区域发展引来新活力。实际上，不管怎样盘活、如何更新，最终指向的都是内涵式发展的路子，是城市业态、功能、品质的提升。

杨建楠：文化是城市的灵魂。从特色街区到名人故居，再到老字号老品牌，文化的载体是丰富多元的。如何让不同的载体联动起来，碰撞出大都市的天津味儿、现代范儿？

刘刚：提到联动，很多人会想起一个词叫“串珠成链”。如果说特色街区、老字号是“珠”，城市的历史文脉就是“线”，将散落各地的文化资源、载体串联起来，可以形成集聚效应。天津深挖河海、红色、工商等八大文化基因，推出“河海风情之旅”“古风津韵非遗之旅”等30条精品文旅线路。每一条线路都以一种文化基因作为灵魂，让不同文化载体联动起来，也满足了游客吃住行游购娱等多种消费需求。伴随着文旅商贸深度融合，圈、街、楼、店、网迎来更高人气，汇聚起更多商气，“小店经济”、夜间经济、街面经济也愈发繁荣。因地制宜深挖城市历史文脉，树立大消费、大文旅、大商贸观念，增强消费供给能力，文化之魂会唤起城市的活力与吸引力。

杨建楠：实现“近者悦、远者来”，关键在于满足人的需求。今年天津将新建和提升80个口袋公园，满足居民休闲、健身等多重需求。同时，沉浸式艺术展、科技感十足的体验馆项目接连推出，也丰富着人们的精神生活、满足新的消费需求。把赋景赋能和便民惠民结合起来，更懂人的城市，才会更有魅力。

刘刚：更懂人的城市说到底更懂需求的城市。以“景”为载体，释放城市之“能”，就要弄明白什么是“景”和“能”。其实，服务于百姓的各种设施、载体都可以称为“景”。这既包括刚才提到的口袋公园，也包括特色街区、绿道系统、历史建筑等，不同的地域文化、生活习惯塑造了独具特色的城市之景。就像天津的早点文化让西北角成了热门打卡地，这道景，既满足了居民生活需求，又满足了城市发展需求。赋景也要赋能，“能”的内涵十分丰富，包含生态、经济、社会等多重价值。城市绿地、口袋公园不仅是生态空间，也是可供居民驻足、休憩的生活空间。从多维度、多视角去理解“赋景赋能”，就能为便民惠民找到更多切入点，使城市变成一座充满人情味儿和烟火气的品质之城。

三言两语

本期主题：城市微更新

“小空间”激发城市活力

王昊

废弃铁路的沿线、桥下闲置区域，空间虽小，潜力却不小。通过微更新，这些闲置地块变身线性公园、便民停车场等，为居民生活带来便利。盘活“小空间”要注重与周边环境融合。因地制宜挖掘潜力，小空间也能激发城市的新活力。

为口袋公园喝彩

王开义

据报道，今年天津将新建提升80个口袋公园。口袋公园虽小，却承载着居民的高品质生活，让市民推窗见绿，出门进园，转角见美。希望相关部门能做好常态化管护，维护好居民家门口的绿色会客厅，进一步提升居民的幸福感。

“微小”改变，赢得“微笑”

齐忠敏

自来水管和下水道换成塑钢材质，避免了恼人的跑冒滴漏现象；社区内健身设施多了，方便居民强身健体……日积月累的“微小”变化，换来了住户的微笑。与居民息息相关的小事不可小视，微更新背后承载的是大民生。

微更新里有“绣花”功夫

昭解

近来，河北区对18个小区“平改坡”屋顶进行修缮整治，从平顶到坡顶，房屋渗漏、冬冷夏热等“老大难”问题得以解决，老旧小区颜值更高、更宜居。这是大城细管的缩影，“绣花”功夫织就的是城市新貌，更是民生温度。

内外兼修，打造近悦远来的品质之城

大姨们“管得宽”

——“故事”里的津韵③

闫丽

在河西区，有这样一群大姨：她们个个都是社区“活地图”，每天一大早，走街串巷、拉着家常，把小区里的不文明行为、安全隐患一一“消灭”。她们就是“河西大姨”消防志愿服务队的志愿者。

一座城市的韵味和魅力，不只在于自然风景和文化，也在于人的言行、在于文明程度。大姨们“管得宽”，管出社区的文明范儿，管出居民的品质生活。如今，河西大姨们的脚步已经走遍全区14个街道，志愿服务队壮大到1200余人，她们犹如蒲公英，融入社区，天天在线，为独居老人提供帮助，劝阻电动自行车上楼，化解小区“飞线”难题……社区的边边角角是一把尺子，量出了城市文明的短板，也量出志愿服务的温度。不久前，这个服务队荣获“2024天津市十大爱心公益

项目”。大姨们的热情感染着、服务着社区居民，背后是文明的影响力，穿透力，是规则意识的培养与形成。当劝阻不文明现象成为文明自觉，当文明行为成为生活习惯，一座城市的颜值与气质会更吸引人、凝聚人。

每个人都是文明的因子。尤其是在一个人口密度大、空间资源有限的大都市里，完善的基层治理体系是“刚需”，而人与人之间互助、互促的和谐关系，同样是一种刚需。在和平区朝阳里社区，“百姓志愿”已成为一个成熟的品牌，志愿者送岗位、送知识、送健康，也送快乐、送品牌、送服务；在武清区东马圈村，有一支村民规约监督志愿服务队，点赞移风易俗，吐槽大操大办不文明行为，助力荒废的集贸市场变身整洁的步行街……文明，是城市的内涵，也是幸福生活的底色。将文明提升与群众

的美好生活需求、发展的更高要求对接，文明之美会变成向上向善的生活之美、精雕细刻的城市之美。

文明这朵花，靠群众自己来绣，也离不开机制的穿针法。在越来越多的社区，文明超市成了居民们常去的地方。在蓟州区下窝头村的积分兑换超市，货架上整齐摆放着香皂、衣架、卫生纸等生活用品，人们可以用积攒下的文明积分兑换。治理的刚柔并济，体现于机制的完善，体现于自律与他律的结合。一座城市容纳善意的能力强，释放善意的能力也强。

以良好风气成风化人，用一言一行传递质朴的善意与暖意。这份“善”与“暖”里，有更好的日子、更美的城市、更大的意义。人人有责、人人尽责、人人享有，这不就是我们期待的美好生活吗？

中国制造，都有自己的独特卖点。以高精尖技术筑牢自身竞争优势，把别人做不到、做不好的事做好，扬帆出海的“中国智造”，将在国际舞台上更好地展现自己的风采。

难点的突破是一个持续不断的过程，无论是“跟跑”还是“领跑”，都需走出舒适区，瞄准行业前沿技术，在攻坚克难中持续巩固、放大自身优势。与时俱进的过程，也是让“实验室”与“生产线”精准对接的过程。技术是用来解决问题的，重视技术、打磨技术，并非单纯地“炫技”，而是将更多的科技成果转化为实实在在的生产力。在产业发展中，许多技术看似“高大上”，却无益于解决问题，许多技术虽“不起眼”，却能发挥大作用。

难点是挑战也是机遇。以市场为导向，让技术与产品更好地融合在一起，企业也将更好地从市场竞争中脱颖而出，实现更大突破。

漫话



盲道需要色彩吗

近日，彩绘盲道引争议。有视障人士表示，色彩鲜艳的道路会影响他们对路况的判断，造成不便。让盲道真正贴合盲人需求，才是最重要的。

王宇 画

新视野

“圈粉”的门道

谷朋

在西青区经纬恒润天津工厂，每25秒就有一件小米SU7新能源汽车的控制器下线。订单供不应求，企业追加6亿元建设二期项目。按流程，要到5月才能开工。南站科技商务区联动多部门，开路口、调管线，多项准备工作同步推进，项目提前了两个月破土动工。

企业“上新”跑出加速度，经纬恒润并非个例。春日里，我市一些产业园区建设热火朝天。不少尝到甜头的企业追加投资，布局二期、三期项目。这种优质项目的“二期现象”，其实也是一场企业与城市的双向奔赴。企业在短时间内扩产增资，投下的是真金白银，更是对城市的“信任票”。

城市“圈粉”，离不开“磁力”和黏性。高效协同的产业链，本身就是“自带流量”的金字招牌。来了就能“串门”，上下游抬脚就到，左邻右舍全是伙伴，企业自然愿意在这样的产业生态中扎根。当好服务产业链的“园丁”，画好产业“图谱”，助力企业精准定位，引进一个、牵出一串，形成

链上企业争当龙头、延展龙身，整个产业链协同共进的良好局面。

近者悦，远者来，城市“圈粉”，重在“圈住人心”。营造暖心的营商环境，需要以长远眼光谋篇布局，也要俯下身去关注细微之处，在助企便民中不断提升服务水准。就拿城市空间的盘活来说，一座老厂房的焕新路，也是将服务做实做细、精准对接需求的蝶变之路。前不久，黄河道上一处闲置多年的厂房腾笼换鸟，变身活力十足的科创园。值得一提的是，园区尚未完全竣工，出租率就超过85%。如此高效背后，是运营方对初创团队刚需的精准捕捉；装修与招商同步进行，降低企业时间成本；提供“保姆式”服务，减轻企业负担；打造“楼下商业、楼上办公”模式，一站式满足企业员工工作与生活所需。找准服务的落点，以浓郁生活气息和暖心的人文关怀增强吸引力，人才与产业同频共振，创新力将会被充分激活。

好珠也要好线“穿”

李娜

春暖花开，坐上马车，穿行乡间小路，到农场体验趣味采摘，再去“非遗馆”与传统技艺来个亲密接触，还能遇上“沉睡”近300年再次发芽的同心古树……宝坻区新开口镇以“马上游”为线，将域内养马经营户、特色农业、人文历史等资源串联起来，给游客带来不一样的体验。

好珠也要好线“穿”，串珠成链可不要小瞧中间那根“线”。好线之“好”，好在创意、特色。四川凉山每年举办火把节，当地以“节”为媒，把彝族民俗竞技、地方美食等各种资源整合进来，通过错峰、错时全域协同，演绎最炫民族风。因地、因时制宜，“线”可以是一驾马车，也可以是某个契合的主题、理念等，在“一珠一韵”基础上，将不同层面、具有地方特色的生态、产业、人文资源有机整合，让分散的场景“片段”成为更具体验感的“连续剧”，可以

咖啡，不是『爆改』的密码

孙一琳

近年，在“爆改”界，咖啡馆无疑是最受经营者欢迎的。但咖啡馆见多了，难免让人审美疲劳。最近就有网友在社交平台吐槽，“管你什么建筑，统统弄成了咖啡馆。”

所谓“爆改”，创意是关键，“出圈”是目标。百年教堂、旧厂房、古镇老屋……咖啡馆与老建筑的新搭配层出不穷，时不时就能在互联网引发热议，“收割”一波线下流量。但这样的“新”中却有“旧”的味道。任咖啡馆的“外壳”如何新颖，混搭如何有冲击力，推开门，精致有格调的装修风格里，是模板化的思路、同质化的模式。大多数人来到店里，就为了打卡“出片”，相册里的照片一多，日子久了甚至记不清是在哪家店拍的，咖啡味道如何，更别提会不会去第二次了。

老建筑活化是个极其复杂的课题，“爆改”成咖啡馆看似是一个“不会出错”的解决方案——变现快，无需深挖建筑历史，不必协调多元需求，大量成功的案例也降低了创新的风险。但固定的模式堵住了更多求新求变的道路，路反而越走越窄。一栋老建筑可以有咖啡香，还可以有书香、花香，更重要的是有文化香、烟火气。苏州双塔市集建于1956年，改造后保留大量原有的市场商户，还引入手作工坊、书店、花店，还有稀奇古怪的古董珍玩和年轻人喜欢的潮玩，成为年轻人追捧的文艺打卡地。那些需要花费更多心思运营的传统茶馆，需要长期培育的手工艺作坊，都是本土文化的载体，有了它们，一座老建筑的文化价值才不会被流量消解，城市的记忆得以保留。

当“爆改”有了所谓密码，透露出的是开发者的懒，懒得想新招法，懒得尝试新办法。一旦懒的思维成为工作主导，带来的影响会远远超过商业同质化。如果每次都选择“抄作业”，不同的场景“塞”进相同的内容，“工具箱”里的工具会生锈。

近日，一些地方的文旅局工作人员靠跳舞火出了圈。用更潮流、更个性化的表达方式去推介自己的家乡，何尝不是一种“爆改”？“爆改”的路径，可以有很多。