



渤海潮

思想会客厅

一滴墨的点睛之笔

——“故事”里的津韵⑤

■ 杨建楠

夏天，是朝气蓬勃的。苏轼说，“绿槐高柳咽新蝉，薰风初入弦”。周邦彦说，“风约帘衣归燕急，水摇扇影戏鱼惊”。一句诗就是一个故事。如果把诗意融入产品，借文化这股东风，一家企业能走出什么样的“风景”？

天津市鸵鸟墨水有限公司的答案是：从国内走到海外，走向世界各地。

好故事也是竞争力。打动海外消费者的不仅是产品质量，还有蕴藏其中的历史文化底蕴。去年，鸵鸟墨水的一批文创产品——二十四节气层析彩墨水出口海外。将“小满”墨色命名为“绿槐”，“小暑”墨色命名为“竹喧”，“大暑”墨色命名为“微晴”……二十四个节气对应二十四种墨色，每一种墨又与一句诗词或典故有着深厚渊源。研发团队用新创意、新技术留住中华传统文化的故事感。近两年来，鸵鸟墨水的海外市场销售额增速保持在15%至20%。2024年，企业整体营收规模增长12%左右。

讲故事，说到底是在讲文化、讲特色。文化，常常成为产品更独特、更有质感的“点睛之笔”。近几年，国产茶饮品牌相继出海，有的已在海外开出数千家门店，成了顶流。一位产业分析师这样剖析其中的成功之道：“中国茶饮出海，不能是奶茶味，那样无法和海外奶茶、咖啡品牌形成竞争。必须有中国味，或者说中国茶味，方能凸显中式茶饮的独特价值。”我们源远流长的茶文化，成为每个国产茶饮品牌出海的底气。中华文化博大精

深，任何行业都能从中汲取能量，找到行业与文化、市场的契合点，一滴墨、一杯茶、一块布都可能撬动大市场。

对企业和产品而言，故事来自于中国，但不止于中国。到什么山就该唱什么歌。

一家爱尔兰建筑企业，去年需要两台重载自动导引车，要求“可以联动”“同步举升到3米高度”，寻遍欧洲没有企业接单。专注重载细分领域的天津朗誉机器人公司很快拿出了方案图，而且产品使用体验良好。与世界各国的企业比拼，竞争是全方位的。与海外客户谈判前，朗誉会分析用户需求和使用习惯，定制详细的宣传图册，大到产品规格和技术规范，小到一颗螺母的尺寸、零件更换的方法，都解释得清楚明了。目前，朗誉生产的机器人已经成功出口到了德国、瑞典、日本、韩国等十多个国家和地区，并在全球多个国家建立了代理商。

高手过招，唯有技高一筹者胜，除了知道自己能讲什么故事，更要让听故事的人明白，“一切都是为你而讲”。正因为有企业“讲”出定制化、差异化的“故事”，才在海外拓展出了一条属于自己的路。

“我们三个业务员从早晨忙到现在，每人都接待了十几拨客户，中午饭都顾不上吃。”第137届广交会二期展会开幕当天，天津天泰餐具有限公司展位上，来自欧洲、中东、南美等地的采购商络绎不绝。公司有几千种模具，每年都要开发上百套不同类型产品，能满足不同地区、不同行业的客户需求，因

此收获了更广阔的市场。

市场是找出来的，不是等出来的，找需求就是找市场。有的企业进入海外市场后推出与本地品牌联名的限定款，有的将产品和服务本土化，针对不同地域的用户需求推出个性化“菜单”，还有的从在地文化中汲取灵感，在新产品中讲出了新故事。文化，本就千变万化。从中国而来，但不拘泥于身上的中国标签，多些创新融合的思路，出海的企业才能更接地气。

讲出好故事、新故事，释放文化的无限魅力，要靠科技创新这个硬核实力。就拿鸵鸟推出的二十四节气层析彩墨水来说，一种颜色一个典故，诗意故事的背后，是整个研发团队通过大量色层分析和原料匹配，融合墨水、国画颜料、西洋水彩三方优势，以技术之力实现了“意象与色彩的融合”。产业向高端化、智能化、绿色化迈进，从新技术、新生产方式，到新产业、新产品，一系列“新”的连锁反应，为历史文化的表达拓展出更多场景和载体。当故事的主题越来越多元，越来越“有料”，何愁没有竞争力？在产品漂洋过海的“旅途中”，深厚的文化底蕴与朝气十足的新质生产力牵手，老与新的碰撞中，产品出海，品牌“出圈”，产业发展找到了新出路。

文化能够转化为企业出海的竞争优势，千千万万个出海企业也在成为国家文化软实力的一部分，一家企业、一个产品就是一张中国名片。如今，高铁、手机、汽车等高端产品享誉世界，中国制造也在书写着中国文化在新时代的新表达。

对话人：
罗海燕 天津社会科学院文学与文化研究所副研究员
李娜 本报评论员

城市文化是一个城市的精神特质和文明标识。打造城市文化品牌、展现城市文化特色，把文化资源优势转化为发展优势，将有力彰显一座城市的现代化新风貌，助力高质量发展。

李娜：春夏之交，津城无处不沉浸，处处是舞台。在海河畔听音乐会、逛公园“邂逅”《西厢记》……透过这些鲜活的事例，我们更能理解激活文化资源、以文化赋能城市发展的重要意义。

罗海燕：现代化进程中的中国城市千姿百态、各美其美，很大程度上就是美在城市文化的不同。以文化创新为城市经济注入新价值，创造高质量文化供给，在城市更新中赋予历史建筑新生命，将保护历史文化与改善人居环境融为一体，提升的不仅是城市功能、品质，还有人们对城市的认同感。注重文化赋能，让富有特色的城市文化更广泛地融入生产生活，实现发展有形有神、生活有滋有味，这样的城市会因为文化而焕发独特魅力，增强吸引力。

李娜：充分挖掘城市文化特色，是变文化资源优势为发展优势的关键。有人建议打造非遗主题旅游线路，也有人提出对历史建筑进行现代功能的多样化开发，这些都与城市文化特色的“挖掘”有关。

罗海燕：打造特色鲜明、内涵深刻的城市文化品牌，就要精选一批体现地域文化特质的标志性符号，这首先是一件以研究、整理为内容的基础性工作，需借助高校、科研院所等力量，弄清特质到底“特”在哪、有哪些标志性符号。同时，引导重点“选品”进行内容题材、表现形式、应用场景、营销方式等多维创新，使它们更符合当下需求。以杨柳青年画经典形象“莲年有余”为原型打造电视动画片，带人们换个视角看年画，就属于这类尝试。“特”是文化内涵的彰显，也是表现形式的不断创新探索。于城市而言，善用青春的语言讲好历史故事至关重要。

李娜：把文化资源优势转化为发展优势，产业是支撑。文旅商深度融合带动文化与经济“齐飞”，让我们看到了文化赋能城市发展的更多可能。对此，您怎么看？

罗海燕：从文化资源到新文化产品供给，依赖于产业的高质量发展。而文化与旅游、商贸的融合，就是产业联动、产业交互赋能的典型模式。文商旅融合，文居词首，商旅随其后，仍是以新的形式载体来展现文化之美。年轻人奔赴中医文化市集，体验中医把脉，到数字艺术博物馆打卡，通过虚拟技术感受“活起来”的文物，正是源于新场景、新模式、新技术让城市文化有了更新潮、更具象的表达。如果把优质的文化资源比作高品质食材，需要思考的，恰恰是怎样找到更多与个性化需求的契合点，将它们做出对时下消费者“胃口”的菜品来。

李娜：刚刚您提到创新的问题。无论是与文化有关的科技创新，还是产业创新，只有根植生活、把群众的创新创造活力有效激发出来，才能更好地实现文化与城市间的相互成就。

罗海燕：是这样。群众对城市文化的认同感越强、创新创造的热情越高，文化资源优势转化为发展优势的可能性和空间就越大。认同，源于接触和了解。市民文化艺术节、海河戏剧节、非遗展览馆等不仅是文化展示平台，也是推动文化深入百姓生活的载体。说到底，群众是文化创新的源头活水。能否推动与文化有关的激励机制创新，营造更加良好的文化创新创造氛围，回答好这些问题至关重要。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

转角遇见美

■ 万彤

清晨，几位银发老人沿着步道悠闲散步，一旁的游乐设施区传来孩子们的嬉笑声，还有几位家长坐在休闲座椅上闲话家常……在河西区，一个个精致的口袋公园正悄然改变着人们的生活。

口袋公园的建设，远不止于功能补位，更是生态修复与文化传承的载体。它们是城市生态的“微调节”，缓解热岛效应、净化空气；是居民关系的“黏合剂”，让邻里在休闲空间中增进情感；是文化传承的“活载体”，文化基因植入公园设计，既缓解了“千园一面”的审美疲劳，又潜移默化地唤醒社区记忆、传递城市精神。

寸土之地承载市民对美好生活的向往，细微之处彰显城市治理的智慧与担当。当越来越多的口袋公园在城市“绽放”，带来的不仅是空间形态的改变，更是城市温度的传递。未来，随着更多“小而美”的口袋公园建成，这份“转角遇见美”的惊喜，将成为市民幸福感的持久注脚。

把种子“种”进数据里

■ 谷朋

“长了四片叶，可以取样了。”在天津科润黄瓜研究所的大棚里，科研团队采集叶片样本，进行基因分析。实验室里，科研人员将数据“投喂”给育种模型，借助算法，育种变得更加精准高效。

过去，为了找到优良品种，往往需要多年的田间试验，有时甚至只能碰运气。如今，借助基因编辑、人工智能技术，把种子“种”进数据里，“按需定制”作物特性，正在从设想逐步成为现实。

从“经验驱动”到“数据赋能”，育种手段之讲述着产业转型升级的新故事。数据、算法成为新工具，正在改写着传统产业升级的“脚本”。数字化、智能化带来的不仅是生产效能的提升，也是生产过程的精准适配。“种”进数据里的种子，有了更强的适应性，长出的是适应能力更强的“新苗”。

在产业转型的大势中，数字化是点睛之笔。用数字化“改写”传统产业，是一个以老为基、向新而生的蜕变过程。过去老师傅炒

药，火候全凭掌心感觉。如今，在天津红日康仁堂药业有限公司的生产车间，传统的“文火慢炒”有了数字标准，数智化产线让中药配方颗粒产品不良率下降三成，产品更有竞争力。把经验转化为数据，让手艺升级为标准，激活传统产业的一池春水，带来的是创新活力。

从人工操作到人工智能，生产线的数据化、智能化锻造出更强大的产业适应性。消费需求日益多元化，订单呈现个性化趋势，传统生产线难以适应这种快速变化，数字化技术成为传统产业转型的关键。一些服装厂引入智能设备，缝纫机接入网络，生产线如同灵活的变形金刚，无论是简约的T恤，还是工艺复杂的礼服，“一件起订”不再是奢望。通过数字化变革生产方式，实现“小单快反”与规模效益的兼容，为制造业在个性化时代开辟新路径。

当越来越多的“种子”在数据的滋养下开花结果，传统产业正焕发出蓬勃生机，为经济发展注入源源不断的动力。

指示牌指错地儿，是小事吗

■ 金之平

一“渔”也可多吃

■ 金之平

人们常说“一鱼多吃”，其实，一条渔船也有捕鱼之外的用法。不久前，渤海正式进入休渔期，但许多渔船并没有闲下来，天津中心渔港码头的23艘渔船在增加座椅、加固护栏后变身游船，从海上串起了航母公园、大沽口炮台、东疆沙滩等热门景点，为游客带来别样体验。

开海季捕鱼、休渔期观光，是第一产业“接二连三”的缩影。在农业生产中，一种资源往往具备多种用法，不断创新资源

利用方式，更多资源将摆脱“休眠期”，创造更多优质增量。如今，轮作套种十分普遍，林下产业蓬勃发展，大段“空窗期”利用已不再是问题。但在农村，还有许多容易被人忽视的碎片化资源，柳条、玉米皮、高粱秆如此，农忙间隙的“时间”也是如此。这些资源看似不起眼，却蕴藏着巨大潜力。在静海区胡连庄杨氏柳编工作室，柳条、麦秆等“边角料”变废为宝，成为一件件艺术品，前来研学参观的人络绎不绝。非遗柳编

技艺不仅盘活了众多不起眼的材料，还填满了周边村民的农闲时间，带动闲散劳动力增收致富。以精打细算的心态，不放过每一份碎片化资源，这些“碎片”将凝聚成一个整体，为乡村产业发展注入澎湃新动能。

这是一鱼多吃的过程，也是产业融合的过程，围绕“鱼”这个连接点，去牵引更多业态，农商文旅深度融合，周末经济、后备箱经济也将越来越“热”。一片桃园，不只是三四月赏花，七八月摘桃。在武清区晓森家庭农场，与桃花一起“出圈”的，还有“小猴摘桃”品牌桃汁、桃干、桃罐头。在宝坻区八台港村万亩桃园，桃花雪糕成为打卡标配，“福桃”系列文创成为游客追捧的“潮品”。小资源背后是大产业，向产业链纵深持续推进，更多新场景、新业态、新模式将进一步激发乡村活力。

农业生产中可以挖掘的场景有很多，不断丰富手里的“烹饪方式”，看似寻常的资源，也能为我们带来更多惊喜。



“我的论文不是AI写的”

有网友反映，自己原创的论文经过系统检测之后，竟被指出AI生成内容比例过高。据媒体报道，连朱自清的名篇《荷塘月色》片段，都被检出AI率过高。如果将AI率检测作为论文评价的“把关人”，显然存在局限性。

单君 画

新视野

劳动教育，不是“没苦硬吃”

■ 闫丽

生火、切菜、颠勺一气呵成，排骨炒得香气四溢，土豆炖得软烂可口，田间土灶烟火升腾……乍一看，还以为是美食节目，其实，这是小学生春游时的一幕。最近，一则重庆小学生背着锅碗瓢盆徒步4公里野炊的视频火了。视频中，孩子们带着食材、柴火，自己生火做饭，吸引了众多网友的讨论。这场带着土味的春游活动，为什么火了？

这要从教育焦虑的问题说起。随着时代的书页翻转，今天的孩子在教育上起步更早、压力更大，有些过早站上了“内卷”“抢跑”的赛道。但同时，一些必需的生活技能和生活常识的培养，反而被抛在了加减乘除与琴棋书画之后。从一定程度上来说，这场妙趣横生的春游，不仅为学生们打开一扇通往自然的

窗，也戳中了当下家长对劳动教育的需求痛点。

春游未尝不是一个素质教育的良机。在山川田野之间，孩子们不仅能更深刻地感受万物的生长、泥土的芬芳，还亲自动手准备食材、搭建炉灶，尝试烹饪。他们在实践中学习，在自然中成长，在团队中协作，这是书本上难以获得的。

当孩子们走出校门、走向辽阔的大地、走进火热的实践，教育也就走向了更宽阔的天地。劳动教育，不是“没苦硬吃式”“体力消耗式”教育，而是在社会、科学、艺术等领域融入劳动实践的元素，让孩子更好地去感受外界、关注内心，也让教育本身变得更加完整。

教育的真谛，或许就藏在泥土与烟火之间。

■ 谷朋

把种子“种”进数据里

道路建设和运维的部门众多，这也导致部分环节容易权责不清、协调不畅。有的城市运用物联网技术，把路牌接入“一网统管”系统，实时监测牌体状态，还有的城市联合多部门开展普查整治，14个月更换了上千块破损、标识有误的指示牌。把工作流程做细，实现更精细的管理与动态化调整，才能感知更多细节。这些向前一步的实践，正让治理的针脚更加细密。

指示牌指错地儿的事，大家都盼着不再有。