



一片湿地的美丽密码

——“故事”里的津韵⑨

■ 闫丽

在充满负氧离子的天然氧吧奔跑,是什么感觉?不久前,一场国际马拉松赛事在七里海落幕。近万名跑友一同穿行苇海,奋力奔跑。赛程中,最令人难忘的莫过于美丽的七里海。一碧万顷的水面上,一只只大雁、野鸭与苇海中时隐时现的麋鹿群落,共同勾勒出一幅美妙的生态画卷。“消失十多年的震旦鸦雀、文须雀、北长尾山雀、黑天鹅、黑脸琵鹭等,纷纷重返七里海,白琵鹭等候鸟不再北飞,留下栖息,这让我们很惊喜。”在七里海湿地自然保护区工作人员看来,多年生态修复后的七里海不仅是候鸟的“服务区”,也是鸟儿们的“新家”。

从“过客匆匆”到“住客盈门”,不仅是鸟类家园的重生,也是城市发展的启示:城市的美感与韵味,不仅从高楼大厦中来,更从绿水青山中生长出来;不仅成就独特的城市气质,也为发展打开新空间,激发新潜能。

一片绿意,织就诗情画意。在中新天津生态城,遗鸥公园成为鸟类的天堂,八卦滩是候鸟迁徙的必经驿站。中新天津生态城管委会主动调整国土空间规划,恢复八卦滩自然岸线和湿地功能,建设遗鸥公园,划定540公顷

的遗鸥生态保育区。如今,每年种群数量达1万只的遗鸥在此栖息越冬,记录在册的鸟类从过去的106种增加到现在的215种。

一片绿意,成就美好生活。在红桥区,子牙河像一条生态丝带穿过整个红桥区。曾经,生活污水直排让河道“病”得不轻。多方协同推进水环境综合治理,老渔村变身滨河公园,休憩、游览、娱乐、健身,满足不同年龄人群的需求。一条河的蝶变,提升的不只是景观,不只是生活品质,也是城市的气质与内涵。

城市披绿、林海生金,背后是内外兼修、赋景赋能的发展思路。换个角度看美景,我们看到的不仅是城市颜值,也是品质、功能与业态。放大视野看生态,我们收获的不仅是一张富有灵气的“城市面孔”,也是一种潜力无限的发展增量。保护生态环境,也是保护生产力。提升生态美,也是提升城市发展的软实力。生态要素可以成为生产要素,生态优势可以转化为发展优势,生态财富可以转变为经济财富。这样的生态富是一种高境界的富,这样的生态美是一种和谐共生的美,它让宜居宜业宜游成为可感可知的现实。

绿水青山变为金山银山,还得摸清转化“门道”。抓住特色做文章,因地制宜选择好产业很关键。在宁河区板桥镇盆罐庄村,林下空间“玩出了新花样”,680亩芍药种植区“生长起来”,一排排树木郁郁葱葱,一株株中药材长势喜人。在滨海新区胡家园街道,八堡绿廊风光秀丽、空气清新,依托良好的生态环境,这里推出了骑马等文旅体验项目,吸引游客纷至沓来。不仅保护生态,还让生态“生金”,结合资源禀赋,找准适合当地生态特色的发展路径,让好生态适配好产业,才能以“含绿量”提升“含金量”。

延长链条、搞好配套,好产业能带来好效益。跳出生态看生态,跳出产品看产业,能够看到产业发展的广阔空间。宝坻区西刘举人庄村是远近闻名的“玫瑰村”,但玫瑰村里不只有玫瑰。该村从最开始的花卉种植,到开发鲜花饼、玫瑰花茶等,推动食用玫瑰全产业链条发展,后来又引入生姜、芋头种植项目。种好一朵花的同时,实现产业多点开花,一朵花也能种出大产业。

好生态,是好生活,也是金饭碗。城市在绿色发展中实现价值跃升,这座生态之城将焕发更加迷人的魅力。

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

消费是拉动经济增长的基础性力量。把握消费新趋势,以新供给激发服务消费新动能,打开需求空间,释放的是消费潜力,撬动的是发展增量。

李娜:时下,“跟着赛事去旅行”热度不减,特色文化体验项目频频出圈,康养、健身市场热潮涌动,这些都折射出服务消费的潜力。服务消费正日益成为促进经济增长的新引擎。对此,您怎么看?

梁学平:消费是促进经济增长的引擎,也可以是底座。当消费需求从生存型、物质型向服务型、发展型、质量型转变,会带来消费结构变化,这个过程中,服务消费进入快速增长阶段,反向影响生产端。借助场景创新、模式创新等增加优质服务供给,就是在挖掘消费潜力、拓展需求空间,而消费潜力的释放,将进一步带动相关领域的生产和服务,形成供互促的良性循环。

李娜:到菜市场买菜,有代炒服务;坐上海游船,有津味早餐、相声演艺,这些都让人觉得新意十足,“新”字里有消费新趋势、新需求,也有服务消费扩容提质的方向。

梁学平:是的。消费需求呈现明显的个性化、体验化、品质化趋势,人们更加追求“质价比”消费、个性化产品体验和兴趣圈层消费,对服务供给不仅有“量”的要求,更强调“质”的提升。因为消费者看重情绪价值,有的地方便把吃饭的空间同时变成休闲空间、社交空间,融入音乐、曲艺等内容。服务消费的扩容提质,往往就是在与新需求的多元互动中实现的,包括首店、首展带来的新体验,国货潮品跨界创新引发的消费热潮,还有数字技术加持下对消费场景的丰富、拓展,以及服务业扩大开放,都在重新定义服务消费产品供给的形式和内涵。

李娜:释放服务消费的潜力,离不开对本地资源的充分挖掘和利用。尤其是在文旅消费越来越热的当下,打造高品质、差异化、有魅力的服务消费品牌,更加强调在地文化与消费的深度融合。

梁学平:确实是这样。一种文化就是一个赛道。服务消费也讲“在地性”,通过挖掘特色文化资源来布局相应的消费业态、服务、场景,可以形成有竞争力和吸引力的品牌。天津也在探索自己的品牌路,以五大道、小洋楼、海河、邮轮、曲艺、早点小吃等为载体,通过业态融合、场景融合培育有辨识度的地标,让服务消费供给不仅有品质,更有特色。从“非遗+”到“游船+”“赛事+”“乡村旅游+”等,依托地域文化资源做融合文章,构建“大消费、大文旅、大商贸”格局,挖掘、利用、转化特色资源的方法活了,消费活力也就有了。

李娜:好的消费环境是打开需求空间的关键,但消费从来不只是与消费者有关。针对服务消费呈现的新特点,您觉得应该重点从哪些方面着力?

梁学平:消费环境是一个大概念,涉及设施环境、市场监管环境、消费者权益保障环境等多维度,既与治理有关,也与城市更新有关。推动老旧商圈向智慧商圈、沉浸式体验空间转型,完善入境消费的便利化设施体系和服务体系,加强旅游、家政、预付式消费等领域的信用监管,等等,都涉及消费环境的建设。消费环境是生活环境,也是发展环境。有了对人的更多关注,就能找到优化消费环境的新路径,进一步打开需求空间。

一本明白账 拆了“隔心墙”

■ 蒋丽莉

“过去物业公司‘捂盖子’,现在每一分钱怎么花、谁来干,居民说了算!”家住河北区海韵家园的赵阿姨指着手机上的“治小北”小程序,展示小区公共账户的收支明细。这个曾因物业纠纷纷纷登上投诉榜的小区,如今物业费收缴率突破95%,居民满意度从45%跃升至93%。

变化的背后,是一本明白账,拆除了横亘在居民与物业之间的“隔心墙”。

河北区创新推出“开放式预算+双密码监管”机制,将物业费、公共收益全部纳入小区公共账户,收支全流程透明化。“过去总觉得钱被‘黑’了,现在连换个灯泡的费用都看得明明白白,缴费自然心甘情愿。”居民李大姐感慨。

制度革新带来双向约束:物业公司必须“按质论价”,报酬与服务质量挂钩;居民则通过监督委员会参与决策,从质疑者变为共建者。

基层治理依赖技术创新,更需重塑“人”的角色——少一些“运动式治理”,多一些制度性设计;少一些“替民做主”,多一些“让民参与”,社区和居民之间就会在透明中建立信任,在参与中形成共识,在规则中实现共治。

打开需求空间 撬动发展增量

的内容、更深刻的体验为课堂添彩,学生的兴趣热情才能被充分调动。

让课堂更精彩,不妨多些“就地取材”。学校拥有诸多资源,不只是施工工地,哪怕一花一草、一湖一楼,稍加利用往往也能与学校专业课程衔接。因地制宜用好这些资源,校园里不起眼的边边角角也能成为趣味课堂。“快看,那有一只棕背伯劳!”鸟的叫声真是既嘹亮又好看!在大学校园,经常会

有手持双筒望远镜的大学生,他们带着笔记本和笔,有的还带了长焦相机。这便是许多高校都有的观鸟课,仅仅是校园内的鸟类,便能为课程增添不少趣味。校园内有很多“沉睡”资源,根据课程需要“唤醒”这些资源,传统课堂有了更多“活水”,学生们也能乐在其中。

走出校门,与更多场景联动,同样是激发学生学习兴趣的关键。“哪位同学想来模拟返回舱体验一下太空失重的感觉?”在天津城市建设管理职业技术学院,天津载人航天精神研学基地吸引着一批批不同学校的学生。寓教于乐中,学生们家国情怀与文化自信同步提升。有人说:“社会是最好的课堂。”走出校门,走进社会,让理论与实践无缝衔接,一场场别开生面的课堂,将给学生带来难以忘怀的体验。

课堂无处不在。挖掘更多兼具深度与趣味的新课堂,学生们将更好地踏入知识的殿堂。

漫话



“体测神器”管用吗

中考体育测试临近,碳板跑鞋等“体测神器”爆火。然而,对于骨骼发育尚未定型的青少年来说,碳板跑鞋并不利于脚部骨骼发育。能让孩子在体测中考出好成绩的,是日常锻炼。

曹磊 画

新视野

打开“大冰箱”,总共分几步

■ 杨建楠

小品《钟点工》有个经典片段:“要把大象装冰箱,总共分几步?”“三步。第一步,把冰箱门打开;第二步,把大象装进去;第三步,把冰箱门带上。”这个逗乐的段子令很多人记忆犹新,在东疆港附近的冷库,关于“大冰箱”的想象可不止于三步。

挪威冰鲜三文鱼、新西兰乳牛腿、澳洲牛排……当来自世界各地的美食从天津港登陆,锯骨机、切丁切片机、包装机轮番作业,冻品切片的切片、分装,初加工后如果有食客通过电商平台下单,这些才下船的生鲜又将“赶赴”新的旅程。

“只做‘冰箱’还是附加值较低,我们要推动‘冰箱’向‘餐桌’升级。”一位海关工作人员的话,道出了天津冷链企业在纷纷延链的原因所在。截至去年10月,天津共运营冷库155个,总库容约218万吨。巨大的“冷”容量背后,是潜力无限的经济增量。从这个角度看,打开了关于“大冰箱”的脑洞,也就打开了从物流通道向产业通道转型这条路。“大

冰箱”既当案板又当网购平台,还与线下店铺搭上了线,意味着单一的“冷”业态,正演化为热力十足的新生态。

“大冰箱”的终极价值,不在于储存了多少货物,而在于为城市带来了多少经济增量,为居民带来了怎样的美好生活。就像冷链的价值不止于“冰箱”,当农业尝试“接二连三”,一块地的价值也就跳出了土地本身。初级农产品或从田间地头走向加工厂,变身附加值更高的零食、饮品、调料;或以“游”破圈,借研学游、亲子游、采摘游等文旅项目发展周末经济、后备箱经济。想方设法在老本行之外开脑洞,就是换个角度找机遇。毕竟,赛道只需“货畅其流”,赛道却面临你追我赶的竞争,要俘获消费者的“芳心”,就要做出特色、做得多元,避免同质化。

打开脑洞、转变思路,当资源动起来、产业融起来,新的经济增长点就会“长”出来,最终打开的就是一座更有活力的城市。

智慧工匠是怎样“炼”成的

■ 闫丽

有一个无人值守计量系统,把称量车上货物的时间从10分钟降到30秒。这个“聪明”的技术,并非来自某个科研院所,而是来自生产一线。产业工人马丙讯就是发明人。这位从传统产业普通学徒成长为“智能工匠”,常说一句话,“不会就学”。透过人看产业,从制造到智造,产业升级,不仅是技术和装备的升级,也是人的转型、蜕变。

创新,不只是科学家的事。高素质的产业工人,在于技艺,也在于创新的意识与能力。以前,产业线上的工人,讲究的是熟能生巧。如今,发展新质生产力,要求的技能人才不仅是简单操作者,更要成为智能制造系统中不可或缺的技术应用者和创新参与者。

从偏重体力到强调脑力,从单打独斗到人机协同,从重复生产到创造研发……生产线上,哪里面临转型,哪里最需要创新,工人的技能就要同步更新。一系列“新意”中,既有

技术创新,也有流程创新、模式创新,支持高技能人才参与技术革新,鼓励开展面向生产全过程的创新活动,产业发展能够获得更强劲的人才支撑、技术支持。

产业工人与新质生产力的“适配度”,靠创新,靠创造。这一切离不开一个良好的发展环境。随着“新八级工”制度落地实施,不少从一线成长起来的首席技师带起了博士生。一线工人技师,科研博士为徒,双方强强联手,发挥各自优势,携手开展攻关创新。从个人成长上打破“天花板”,完善各项职业激励与保障机制,让成长有支撑、创新有舞台、奋斗有回报,当人才能够尽展所长,创新的热情将持续转化为产业发展的动力。

“我热爱高高的塔机,喜欢它那长长的铁臂、通往天路的神梯,热爱钢铁般的气息。”一位塔吊工人曾这样吐露心声。当更多的“智能工匠”怀着满腔热情与技术同步升级,与时代共同进步,我们的产业发展将走向更加开阔而美好的未来。