



渤海潮

打开消费场景的更多面

■ 闫丽

你试过坐船时一边欣赏流光溢彩的夜津城,一边听相声、品津味小吃、偶遇“哪吒”吗?

一段时间以来,海河游船屡屡“上新”,船上不仅多了传统的曲艺表演,还打造出“陈塘关”,请来“哪吒”“敖丙”,与观众亲密互动。就像有的游客说的那样,这里不仅有风景,还有故事、有体验。

很多人说,现在是一个消费升级的时代。从花样翻新的游船上,我们可以看到,现在也是一个消费“场景化时代”。不同于过去的“逛逛逛”“买买买”,如今,很多消费者更愿意在精心构筑的“场景剧本”中抒发情绪、感悟文化,找到身份认同。别具一格的新鲜感,让消费天地豁然开朗。这方天地里,消费者不再是橱窗外的看客,而成为沉浸其中的主角;这方天地里,“高大上”与“烟火气”并非对立,而是融合成一种

全方位的生活方式体验,进而为品牌赋能,为城市注入活力。这也正是创意市集、情绪消费等新型消费体验为年轻人所追捧的原因所在。

打开消费新空间的密码,在新需求里。沉下去,贴着年轻人找到需求的“沸点”,消费才能“燃”起来。说到免税店,很多人的第一反应是精致的装饰,奢华的氛围。不久前,一场免税市集走进人们生活,高端洋气的产品与津门特色非遗一同“摆摊”。免税店也放下身段,融入烟火生活,成为街区一景。如今,人们,尤其是年轻消费者不仅注重品质,也强调松弛惬意的氛围,“我在场”的沉浸感。消费供给并非越多越好,而是对即时需求的敏锐捕捉与高效响应,营造个性化、多元化的新场景,把文化符号、情感纽带与消费行为紧紧联系在一起,需求所向就是发展蓝海。

优场景、拓空间,要从需求出发,也要结合自身禀赋。“以前不知道,北方也能种植火龙果。”在武清区南蔡村镇天民田园火龙果种植大棚里,带孩子一起来体验采摘的游客收获惊喜。天民田园与天津农科院等开展产学研合作,实现了园区四季蔬果不断。在这里,游客不仅可以看到水培蔬菜、高架草莓等田园景观,还能参加科普教育、农事体验、亲子活动等。消费新场景不是浮夸布景的堆砌,更非噱头的生硬嫁接,而是时代需求与在地资源的巧妙融合,让市场之需与资源之特在场景中“相遇”,进而实现消费提质升级。

一个新场景就是一个引力场,文化、产业、消费紧紧吸附。多一些需求导向,多一些场景意识,把“消费者需要什么”和“我能提供什么”这道基础题做好了,消费挖潜就还有更多新空间和新惊喜。

思想会客厅

对话人:

张贵 南开大学京津冀协同发展研究院秘书长、教授
杨建楠 本报评论员

建设现代化人民城市,城市更新是一个重要抓手。坚持走内涵式发展路子,坚持改革创新,推进城市更新,当城市在更新中更具特色、更有内涵,现代范儿也会更足。

杨建楠:前不久召开的中央城市工作会议强调“高质量开展城市更新”,第一次把“城市更新”写入了中央城市工作会议的总体要求中。从过去的棚户区改造、城中村改造到现在开展城市更新行动,背后折射出怎样的发展理念之变?

张贵:从改造到更新,是城市发展方式“由外向内”转变的过程,即从外延式向内涵式发展转变。城市改造更侧重改进基础设施、改善群众物质生活,是量的增长,而城市更新则涉及基础设施、产业结构、环境品质、文化传承等多个方面,是对城市功能、品质、业态的全面提升。现代化城市不只要有高楼大厦,还要有文化底蕴、宜居环境、优势产业,乃至数字化、智能化的治理方式等,越来越强调以人为本,追求生产、生活、生态的协调发展。

杨建楠:以更新之力提升城市现代范儿,改革是关键一招。城市更新,是在求“新”,也是在革“旧”,很多新成果都需要改革之手去托举。

张贵:城市吐故纳新不只是改造物理空间,更重在体制机制、发展理念上的变革。天津第三棉纺厂改造为“棉3创意街区”的过程中,市区联动、部门联通,以解决盘活中的问题。除了体制机制的变革,发展思路的升级同样重要。对小洋楼等老建筑的更新中,也能看到商贸文旅的深度融合、街区街景生态效应的有序搭建……表面看来,这些更新让景观、业态焕然一新,实际上是改革之手在牵动旧的体制机制、发展思路不断升级,以适应城市的发展需求,实现新的平衡。换言之,正是改革的不断深入,让城市这个有机生命体不断生长,实现可持续发展。

杨建楠:刚才您提到了不同的更新方式。在天津,这样的例子还有不少。同样是老厂房,有的依托产业优势变身数字经济新高地,有的则应群众所盼改造成生活休闲区、文化博物馆。坚持特色发展,城市更新的模式不止一种。从城市更新的视角看,您认为我们该如何做好“特”字文章?

张贵:做好“特”字文章,就要不拘一格,在城市更新的过程中因势利导、因势而动、因势而为。从城市自身来看,不同的区位条件、资源禀赋造就了城市中不同区域的发展方向,在科技资源富集的地方突出创新创造的发展导向,在交通枢纽处推动站城、港产城融合,在文化底蕴丰富的老城区发展文化产业……宜工则工、宜商则商、宜游则游,各得其法,这是做出特色,让资源焕发青春的关键。跳出城市来看,尽管每个城市都能从科创、文化、交通等角度推进更新,但同一框架下侧重点也不尽相同。同样是产业聚集区,有的城市以信创、生物医药为主导,有的则以科技服务、新能源产业为优。加强城与城的协同联动,让城市之间的生产要素高效流动、合理分配,城市的特色就会被进一步放大,释放出更强劲的发展动能。

杨建楠:城市的现代感、更新的高质量,最终都体现在具体的人身上。大到智慧城市升级、新产业新模式的引进,小到在边角地带引入小修小补摊位、开办社区食堂,想让城市之新更好便民惠民,更新就要随着居民需求走,更精细、更有针对性。

张贵:如果把便民服务比作一桌菜,从前的要求是吃饱,现在则要求色香味俱全。更新更精细、更有针对性就意味着为民服务要更懂人、懂更多的人。现在一些口袋公园打造全龄友好场景,为的就是满足不同需求。这样的更新需要在前期仔细调研,也需要在建设中多方联动,它折射出城市更新已经从单一建设行为转向多元协同治理,改变的不只是物理空间,更是人们的生活方式。更新换新中,赋景赋能与便民惠民充分结合,城市的现代范儿、烟火气会更足。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

“刨冰地图”为何受热捧

■ 吴树群

暑期,各种特色刨冰成了游客到天津的“必打卡”美食。南开区借机推出“刨冰地图”,标注店铺方位,附上营业时间、招牌冰品等实用信息,为游客和市民提供了一份“清凉指南”。

地图发布后,众多网友直呼“太及时”,外地游客“按照索骥”,在品尝刨冰之余,顺便游览了古文化街、天津戏剧博物馆等景点。当“刨冰地图”将街头巷尾的清凉滋味与天津老城的青砖灰瓦相连,人们忽然发现:地方美食的文旅价值,从来不止于舌尖上的体验。

精准的细分服务是文旅发展的关键一招。深挖地方特色美食文化,串联起更多与美食相关的景点和消费场景,让美食成为连接游客与地域文化的纽带,将释放更多文旅价值。

地方特色美食不仅是味蕾的享受,更是地域文化的鲜活载体。刨冰地图之所以能引发热烈反响,正是因为它抓住了刨冰背后的天津夏日风情与城市记忆。天津拥有丰富的特色美食与热情好客的城市文化,通过细分场景的精准服务,让一碗刨冰、一套煎饼成为陌生人相识的契机、本地人与游客共鸣的纽带、城市文化传播的介质,游客尝到的就不仅是舌尖上的滋味,更是一座城市动人的“烟火气”。

以更新之力提升城市现代范儿

金之平 视线

空档期不“空”

■ 金之平

一个弓步刺,一记防守反击……“小剑客”们挥舞长剑,腾挪跳跃、疾速交锋,观众的加油助威声此起彼伏。前不久,一场青少年击剑公开赛开赛。这场比赛并未选址在体育馆,而是在国家会展中心(天津)。这段时间,正好是展会间隙,津南区会展经济区管委会见缝插针,引入专业赛事,既填补场馆空档,又能凭借自身完备的配套服务,让比赛进行得更加高效。

展会具有周期性和阶段性特点,当一场展会的大幕落下,如何让积攒的人气持续发酵、破解展去馆空的痛点?用展会的空档“以赛补展”,是个不错的思路。目

前,会展中心与赛事主办方、体育培训机构等多方合作,采用批量打包的模式让利于企,推进室内定向赛、旱地皮划艇等特色赛事落地,为会展中心“补白”。会展中心闲时不“闲”,热度不减背后,是资源活化利用的巧思,拓展的不只是场馆的功能边界,也让会展中心激发更多新活力。

人们常用“会下金蛋的母鸡”来比喻会展业,凸显其对产业的溢出效应。接住展会的资源流量,填补产业发展的空白,离不开“借鸡生蛋”的智慧。位于津南区的天津红人帮数字融合新电商产业园的“起飞”,便是一个例证。津南

区并非电商传统优势区,今年2月,国家会展中心(天津)举办的一场2025直播好物推介大会,为这里带来海量资源,激活了电商潜能。会后,区有关部门精准对接平台与企业,仅用4个月就织成一张直播电商、实体经济与智慧供应链的协作网,吸引二十多个平台、千余家品牌商入驻。以会带展、以展带园,把展馆的临时展台延伸为“产业舞台”,实现的是一次展会带动一个产业的变化。

闲时不“闲”的不只是会展中心,配套设施同样能焕发新商机。将其融入群众日常生活,让会展中心热闹化为寻常烟火,更能涵养城市的吸引力与亲和力。乌镇世界互联网科技馆以全年活动延续“科技狂欢”,受到市民和游客热捧;国家会展中心(天津)展馆旁的“生态会客厅”,在展会期间是商务洽谈的舞台,平日里是市民漫步休闲的亲水空间……从功能延伸到场景融入,让会展中心配套设施与市民日常需求交融,会展中心的活力从来不止于展会举办的短短数日。

延续会展中心能量,激活闲置资源,让“一时的热闹”转化为“持久的动能”,可以为城市发展注入源源不断的活力。

评论员 在现场

■ 谷朋

这天傍晚,南开区龙凤里社区的赵子贤一家到附近商场闲逛,走到入口处,女儿被一台图书自助漂流柜吸引。赵女士随即掏出手机,扫码、点选,只听“啪嗒”一声轻响,柜门应声弹开。前后不过半分钟,她就帮女儿借出两本绘本书。这是南开区图书馆在商场里设置的24小时自助书柜,不仅可以随借随还,还可以把书带走,在别的书柜就近归还。

把图书馆“搬”进商场、社区,这种“服务找人”的精巧设计,让公共服务更加可及、可感。据南开区图书馆馆长赵猛介绍,“闭馆限制”是个老难题,读者常因“时间错位”不便借还,即便图书馆推行延时服务,也难以解决根本问题。于是他们转换思路,开发了自助系统,嵌入买菜、逛街等场景,读者可线上办证、跨点通还,书籍在“漂流”中也带来了阅读氛围。这背后是公共服务从“等人来”到“送上门”的理念革新——延伸服务“触角”,让服务更懂人。

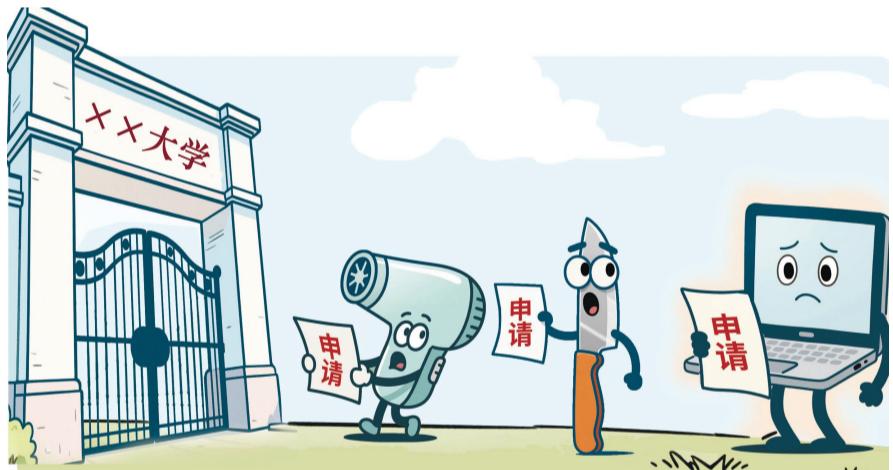
从人找服务到服务找人,需要打破“供给侧”的固有模式,转向以需求为导向的精准响应。变“端菜上桌”为“点菜下厨”,让服务跟着需求走,化作街头巷尾触手可及的便利。治理精度的提升,带来的城市发展新活力。

公共服务不能“剃头挑子一头热”,服务的“无形之手”不能缺位,也不能越位。在人口流动加速、需求碎片化的现代城市中,服务的价值不只取决于资源存量,更在于能否精准嵌入群众生活场景,真正解决用得上、用得好的问题。浙江杭州一街道曾为骑手建了“友好驿站”,配备沙发、微波炉、充电桩等设施,本是出于好心,结果忙活一通,使用率却低得可怜。街道干部经过一番体验式调研后发现,骑手根本没空充电,更不会远离活动区去歇脚、借伞。于是,街道转而到骑手活动密集的区域建驿站,增设充电桩,驿站的人气一下旺起来。由此可见,公共服务要从“好看”走向“好用”,需多一些换位思考的自觉、百姓视角的体察,如此,才能把服务真正落到群众心坎上。

服务因需、因时而变,多一些“小快灵”的及时响应,激活的不仅是低效的资源,也能带来服务供给方与需求方的双赢。最近常常能看到“瘦身”了的公交车,车身小巧灵活,乘坐体验更加舒适,也在一定程度上降低了能耗,节约了成本。不仅如此,打开公交App,还可以个性化定制公交线路,赶大集专线、观海专线等线路丰富,还有专为解决从“家门口”到“校门口”衔接难题的通学线路。这种响应式的服务,机动灵活、票价亲民,瞄准了部分市民刚性、量小、不集中的需求痛点,也为破解客流量下降、运营成本高等问题提供了解决方案。

多一些灵活适配的巧劲儿,服务效能便可再在供需平衡中持续释放。

漫话



“为你好”未必好

临近开学,有高校要求大一新生带电脑需提交申请书,引发争议。高校应摆脱“大家长”思维,理解学生需求,给予学生更多空间和信任。

单君画

新视野

从“污水”养鱼说起

■ 郭振

“污水”也能养鱼?

在天津石化的水净化车间,一片栽种20余种观赏植物的景观区引人注目,草木青翠欲滴,锦鲤水中嬉戏,这里的水都是处理过的污水。回用水还有更大作用,除了用于自身工业生产,企业还对外签署销售合同,每月外销达4000吨。

借污水处理的契机拓展新业务、在固体废弃物的基础上研发新产品……近年,许多企业在变废为宝的过程中更进一步,不仅把污染物转化为可利用的资源,还在此基础上发展起新产业,培育新的增长点。曾经困扰企业,甚至污染环境的“包袱”,变成企业拓展新赛道、进军新领域的跳板。

甩掉“包袱”,有了新的方式,这固然需要投入不少成本,可这些成本不会“沉淀”。在一些“吃垃圾”的热电厂,垃圾不仅可以贡献热能和电能,焚烧后的废渣还可以做成环保砖,甚至“变身”矿物棉保温材料。从污染物无害化处理,到回收资

源的精深加工,资源价值被重构,更多优质增量被创造。追新逐绿每一步都是新起点,不断向产业链纵深拓展,向价值链高端攀登,“化腐朽为神奇”的废弃物或许能打开更广阔的市场。

打开市场还需找准方向。着眼新兴产业、未来产业发展方向,因地制宜发挥自身优势,往往能为副产品找到更匹配的用法。以前重卡大多“喝”油,如今越来越多重卡“喝”氢气,这背后是一片广阔蓝海。渤海集团恰恰有着拓展氢能产业的条件——集团下属的永利化工合成氨酸脱、渤海石化丙烷脱氢过程中,均产生氢气。于是,企业成立新能源公司,以排放的废气为原料生产高纯氢气,建设加氢母站。如今,加氢母站一、二期均已投产,其生产的高纯氢气还可用于半导体等高端产业,助力企业开拓更多市场。

产业链处处是机遇,“包袱”背后也有无限可能。不放过每一个可以乘势而上的“跳板”,前方的路自然越走越宽。

深一度!

抄袭,假如没有曝光

■ 李娜

本该严肃的公文,却频频闹出抄袭笑话。几年前,就曾曝出两地环保整改方案除个别地名人名外,其余内容完全相同的事情。近期,这样的事仍在发生:山西五台县县长的一篇调研稿与他人稿件“撞脸”,还有广西平乐县发布的一份森林防火规划文件,连其他地方的乡镇地名都抄过来了。

事后,有的地方立即开展调查,启动问责程序;有的迅速表态,说责任在第三方公司,会及时修正,反应速度不可谓不快。但抄袭这事如果没有被曝光呢?是不是就能心安理得地作为“政绩”或“成果”被记录、被引用?公众关注的不只是迅疾的“灭火”姿态,更是背后“起火”的原因。

抄袭之懒,折射的是工作作风。从近期曝光的抄袭事件来看,无论是与防汛减灾有关的调研稿件,还是与民生有关的长期规划,对别人的材料换个名字据为己用,甚至出现事实性硬伤,竟能从起草到发布层层过关,这绝非一时疏忽可以解释。工作作

风不实、形式主义作祟,思想上的“根”不正,抄袭的笑话就会不止。

抄袭表面是笔端之事,实则牵涉审核、评价等多个环节,关乎整个工作链条。刹住抄袭歪风、拔除文字上的“懒根”,必须刀刃向内,动真格、下猛药——考核指挥棒向实绩倾斜,让闭眼审核付出代价;严格审核机制,让任性抄袭、企图蒙混过关者没有市场……

好的作风是战斗力,也是凝聚力。一篇用心写就、求真务实的调研报告,能解决真问题,一份贴近实际、高标准的规划文件,也可以有效指导实践、赢得民心。而作风的好与坏,往往就体现在这些细节中。调研稿件文字拼凑、规划文件抄袭闹笑话,看似是不起眼的文字错误,实则严重影响政府部门的公信力、消减工作的严肃性。一旦不信任的种子在百姓心中生根发芽,后果堪忧。

求真务实的工作,从来不是完成纸面任务,而是看能不能将文字内容转化为百姓的获得感。当“偷懒”的念头浮现时,不妨多想一想手上工作的真正意义和目的。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

“刨冰地图”为何受热捧

■ 吴树群

暑期,各种特色刨冰成了游客到天津的“必打卡”美食。南开区借机推出“刨冰地图”,标注店铺方位,附上营业时间、招牌冰品等实用信息,为游客和市民提供了一份“清凉指南”。

地图发布后,众多网友直呼“太及时”,外地游客“按照索骥”,在品尝刨冰之余,顺便游览了古文化街、天津戏剧博物馆等景点。当“刨冰地图”将街头巷尾的清凉滋味与天津老城的青砖灰瓦相连,人们忽然发现:地方美食的文旅价值,从来不止于舌尖上的体验。

精准的细分服务是文旅发展的关键一招。深挖地方特色美食文化,串联起更多与美食相关的景点和消费场景,让美食成为连接游客与地域文化的纽带,将释放更多文旅价值。

地方特色美食不仅是味蕾的享受,更是地域文化的鲜活载体。刨冰地图之所以能引发热烈反响,正是因为它抓住了刨冰背后的天津夏日风情与城市记忆。天津拥有丰富的特色美食与热情好客的城市文化,通过细分场景的精准服务,让一碗刨冰、一套煎饼成为陌生人相识的契机、本地人与游客共鸣的纽带、城市文化传播的介质,游客尝到的就不仅是舌尖上的滋味,更是一座城市动人的“烟火气”。