

数据流，怎么流

■ 谷朋

成衣再华美，也套不上“千行百业”的特殊身形。数实融合是大势所趋，但融的方式不能一概而论。

“导航到附近的天津菜馆”“播放我喜欢的音乐”……在中汽研软件测评(天津)有限公司，工程师鞠伟男正用AI合成的各国真人语音包，测试一款新车语音交互系统。以往这类测试只能靠人工，整个系统测下来，至少需要半年周期。如今，借助天津市人工智能计算中心定制的算力服务，两三个月即可完成，大幅加速了新车上市进程。

算力作为数字化转型的“底座”，要真正转化为生产力，离不开从技术到应用的生态构建。过去，部分算力中心与企业需求错配，导致算力闲置。天津智算中心聚焦汽车、生物医药等重点产业，定制开发了20多个垂直领域大模型，构建起算力赋能—场景孵化—产业落地的闭环，实现从“算力出租”到“智算服务”的增值。可以说，数字

经济赋能产业升级，并非堆砌算力，唯有深耕应用场景、匹配产业需求，把算力、算法、数据“裁成合身尺寸”，才能从表面的相加迈向深层的相融，让算力真正“活”起来，激发产业升级新动能。

数实融合，不是简单适配，而是深度把握产业升级的痛点，让数据要素精准嵌入生产链条，本质上是一个从“隐形资产”中掘金的过程。车间机床的震动数据里藏着设备升级的信号，从温室大棚的土壤温湿度数据中能读出作物生长的最优解……看似琐碎的数据，有针对性地挖掘，也能成为驱动发展的动力源。对于文化型企业来说，常常面临融资难的困局。前不久，我市一家企业凭借传统技艺、传统美术等非遗数据资产引来金融“活水”，拿到一笔上百万元的银行贷款。

数字产业匹配实体经济之需的过程，需要技术的升

级、生产要素的融合，更离不开生产方式、管理制度等生产关系层面的完善。就智算产业而言，算力高地不是“孤岛”，数据只有跨地域流动起来，调用算力像用水用电一样方便，才能精准滴灌到实体经济。深夜，当城市的灯火渐次暗去，武清高村数智创新园的数据机房里，依然流淌着炽热的数据流，园区融入了京津冀蒙算力供给走廊，形成“即时响应、弹性调配”的跨区域协同新模式。哪里有需要，算力资源就流向哪里，这种打破地域藩篱的算力共享，让流动的数据、弹性的算力，成为滋养实体经济茁壮成长的“数字养分”。

从传统产业到新兴领域，乘“数”而上的浪潮中，没有放之四海而皆准的转型模板。因地制宜、因产施策，当每份数据都能在产业土壤中找到生根发芽的节点，数字与实体的融合便能催生更多可能。

思想会客厅

对话人：
丛 屹 天津市委党校副校长、教授
李 娜 本报评论员

提升城市文化软实力，以城市文化滋养城市文明，城市发展有特色、有温度，也更有活力。

李娜：不久前召开的中央城市工作会议，将“着力建设崇德向善的文明城市”列为重点任务之一，并将加强城市文化软实力建设作为重要要求。保护、传承和利用好城市文化，对提升城市文明具有深远意义。

丛屹：文化是一个城市内在的、最持久的魅力所在。优秀的城市文化承载着历史积淀的价值观、伦理观、审美观，能潜移默化地塑造市民的道德情操，为崇德向善提供精神土壤和价值坐标。同时，独特的城市文化也是市民的精神家园。当历史记忆融入人们的情感体验和价值认同，带给市民的不仅是归属感和自豪感，更有利于增强社会凝聚力。深入挖掘历史文化，对内可以通过文化认同激活城市发展的内生动力，对外借助城市文化的传播也将增强影响力和吸引力。

李娜：天津因河海而生，不仅孕育出“畿辅门户”的通达气度，更有河海文化、红色文化、建筑文化、民俗文化等特色鲜明的津派文化形态。以文化滋养文明，在活态保护中守好城市文脉是前提。您如何理解活态保护？

丛屹：在发展中赓续历史文脉，是活态保护的内在要求。历史街区、非遗的保护，不只是让人来观摩，而是要使其与城市文旅休闲、居住等功能相融合，成为生活的一部分。就像历史建筑引入咖啡馆、设计室等业态，成了现代生活的空间载体，传统剪纸艺术与服饰结合也能令人耳目一新。从另一个层面来看，文化的真正载体是人，实现活态传承保护的关键是广大市民的共同参与。当城市历史文化以可感可及的方式融入现代生活，当社区、群体、个人在历史文化保护、延续和再创造方面发挥更重要的作用，“活”就有了基础和动力源泉。

李娜：以文化滋养文明，守住城市文化的根，要运用现代设计、科技、商业模式等创新手段，激发其当代价值。如今，相声也能坐着巴士听，以文物为原型的文创产品吸引了众多年轻人。推动文化创意转化的方式很多，其中的关键是什么？

丛屹：文化的创意转化要服务当下人的精神和物质需要，也就是说，不仅要把它的内容和价值符号挖掘、梳理、提炼出来，还要深入研究人们的生活方式、消费习惯和心理诉求，将两者进行创造性对接。当然，找准了方向，还要创新方式和手段，用好数智赋能，讲好当代故事。这是一个市场化的过程，需要构建文化产业的产业链，搭建起文化产业发展所需的生态圈，需要设计、策划、技术、营销等各类人才补充进来，形成创意转化的闭环。

李娜：文脉即人脉，以文化滋养城市文明，其内核是滋养城市中的人，是以文化凝聚人、提升人、服务人。说到增强城市文化软实力、滋养城市文明，提升信息化条件下文化领域的治理能力，已是必然要求。

丛屹：以文化滋养人、滋养城市文明，需要的不是简单的管理思维，而是有效回应需求的治理思维。尤其在信息化条件下，新技术的发展为我们精准分析需求、创新供给提供了更多可能。就像数字图书馆、数字博物馆等利用服务模式的创新，打破了时空限制，正在提升文化服务的覆盖面和可达性。人们对文化产品的需求趋向信息化和数字化，为文化发展提供了巨大的空间，相应地也带来挑战。文化需求呈现分众化，应有效识别并加以精准推送；文化产品网络化，需建立更加公开透明的监管体系……这些都是文化领域的治理命题，也是传承发展城市文化、培育滋养城市文明的内在要求。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

大集，靠什么升级

■ 武铁峰

不久前，宁河区芦台大集升级了。暮色四合，芦台大集夜市喧嚣渐起——特色美食、歌舞杂技表演、抽奖促销活动与熙熙攘攘的人群勾勒出一幅生动的市井图景。

从白天的集市到晚上的夜市，一个“集”串起了人们的日与夜，也让城市与乡村联结得更加紧密。大集升级，靠的是什么？升级，靠的是一个“新”字。创新业态融合，打造新场景，突破“摆摊卖货”的传统模式，引入非遗手作、文创产品、亲子互动等新兴业态，既吸引了本地老乡，也吸引了城市里的年轻人，让“回头客”成了“回头客”。

升级，靠的也是一个“特”字。持续挖掘地方文化，强化本土特色标签，引入非遗文化、地方特色小吃，让游客品尝到别处难寻的美味，收获独特体验感。

为大集升级，并非简单的延长营业时间，也不是什么项目火就引进什么。保持本土特色，探索创新表达，大集就能点燃新的经济增长点，成为一张魅力名片。

金之平 视线

寻找“行”的新可能

■ 金之平

有没有发现今年会展更多了？

随着国家会展中心(天津)、梅江会展中心的升级，截至7月底，全市会展规模同比增长23.6%，平均3天就有1场大型会展活动。会展更多，审批更快，如今最快仅需4天，便可申请办理一场大型会展活动，一年多次举办相同规模会展的主办商，还可以一次性申请，进一步减少申报次数。

从国家规定的20天到最快4天，压缩时限并不容易，尤其是很多部门已经实现“一件事一次办”，还能怎么压缩？

于是，突破点定在了“联动办”——各部门坐在一起，各自拉出审批事项，逐个研究能否进一步简化手续、优化流程，同时打通数据平台，共享要件。从过去的告诉企业能不能行，变为各部门一起研究怎么才能行。

突破并不局限于会展审批。许多看似不相关的事项，可以通过一个平台关联在一起；许多业务不同的单位、部门，可以通过创新机制拧成一股绳。近日，天津星河永旺食品科技有限公司拿到了“环评+排污”联合许可证，这是北辰区首个环评和排污许可“两证合一”审批案例。一套材

料、一窗受理，仅用5个工作日，以往需要依次办理的手续一次办结，速率提升78.3%。以企业当下的急难愁盼倒逼工作流程、方法的优化，更多看似不可能办到的事，将更快更好地办成。

项目分秒必争，服务同样时不我待。优化服务机制，帮企业“省出”更多时间，除了让“一件事”办得更加顺畅，还需要做好“事外”的文章。近年来服务企业的便利举措越来越多，但企业有时难免还会遇到一些不懂的政策问题，这时便要做好审前服务，提前预审材料、研判问题。前不久，宝坻区天宝工业园一家企业提前4个月拿到施工许可证。这么快的速度，不只是审批流程的优化。当地成立“陪跑工作室”全周期服务，多部门一室陪跑、多证照一室通办，还对潜在风险进行预先提醒，如此一来，审批方案和企业需求更加适配，企业心里更有底。

充分发挥主观能动性，让服务跟上企业“奔跑脚步”，营商环境更加优化，经济发展也将焕发更大活力。

新视野

■ 闫峻诚

嘀嘀……夜色中的津湾广场，一辆双层观光巴士缓缓驶来。只见车上站着两位身穿蓝色褂子的相声演员，结合车辆途经的景点进行即兴表演。没错，这就是天津全新上线的“相声巴士”，也是全国首个“移动相声剧场”。这辆巴士，用流动的笑声勾勒出城市文化创新的生动剪影，展现津派文化的勃勃生机。

津派文化中，无论是相声的“说学逗唱”，还是杨柳青年画的“勾刻印绘”，抑或是泥人张彩塑的“触手成像”，都凝结着历代匠人的智慧。这些技艺的传承，从来不是简单的模仿复制，而是需要从业者沉下心来打磨，在日复一日的练习中体悟其中的门道。“画家的一笔，就是绣娘的千针万线”，刺绣工艺繁琐，天津一家非遗老字号仍一丝不苟坚守着针尖上的艺术，换来老手工艺的崭新生命力。传承传统技艺，守护非遗根脉，津派文化才能不失其本色，深厚的历史文脉也才能得以赓续。

兼容并蓄的津派文化，讲究的是继承但不守旧、创新但不忘本。如今，文化创新空间更加广阔：杨柳青画社推出“哪叱系列”数字藏品，上线仅15

分钟即售罄；评剧演员尝试用短视频平台演绎经典唱段，在互动中了解年轻观众的审美偏好。这些融合不是对传统的解构，而是运用新载体、立足新语境激活文化符号的当代价值，拓展其传播半径。正如前不久开门迎客的“津派国际文化交流中心”所展示的那样，传统文化的表达可以愈发国际化、现代化。

文化的生命力，还体现在与生活场景的深度交融。正如津味幽默体现在每一位天津人身上，津派文化本就深植于日常生活，充满着市井文化的鲜活气息。而文化的“生活化演绎”需要更多主动设计——在城市更新中保留烟火气，在文旅发展中融入天津味，在社区建设中加入非遗元素，让津派文化身边见、天天见。当茶花女在百年洋楼阳台上唱起咏叹调，当海河畔上演《贵妃醉酒》，当相声快闪演出走进古文化街，整个城市成了一座沉浸式观演大舞台，增添了赏心悦目的文化体验。

从相声巴士的流动舞台回望，河海津韵的别具一格尽收眼底。海纳百川、多元包容的津派文化，在守正创新中实现创造性转化、创新性发展，在融入日常生活中实现润物细无声的传承，与城市相互滋养、相互赋能。

漫话



叫好又叫座，
暑期档真“燃”

据统计，2025年暑期档电影票房为119.66亿元，观影人次为3.21亿，同比分别增长2.76%和12.75%，超过去年同期。除了票房节节攀升，周边衍生品大卖、票根经济火热，银幕内外的深度联动，让暑期档“燃”起来。

王宇 画

深一度

试岗“无薪” 坑人“有心”

■ 杨建楠

“听到‘无薪试岗’直接走人。”“今天遇到试岗了，转身就走。”“避雷‘无薪试岗’，全是垃圾公司”……打开社交软件，关于“无薪试岗”的吐槽比比皆是。

试岗期7天，在第6天被辞退，求职者不仅失去了工作、没有工资，有的还因此陷入精神内耗，怀疑被辞退是因为自己能力不足，承受着经济、精神上的双重伤害。某县城一酒店一半是正式工，一半是临时工，这临时工究竟有多“临时”？无薪试岗一周，受聘者就会被告知不合格，酒店就这样“半正式，半临时”地运行了好多年。

有专家表示，按照法律规定，用人单位自用工之日起即与劳动者建立劳动关系，也就是说，不管是以试岗的名义还是其他形式，哪怕只是短暂地存在用工行为，用人单位就与劳动者建立了劳动关系，应当向劳动者支付劳动报酬。明知违法，却丝毫不把法律当回事，更有经营者扬言“可以随便打电话投

诉”。他们如此“头铁”，很大程度上是因为维权耗时又耗力。甘肃的温女士曾为要回试岗期工资打过不少电话，咨询过许多部门，她坦言：“一个多月都在投诉和等回复中度过，为这几百元钱不值得。”

“无薪试岗”，一个“无”字中包含了很多问题。求职者少的是薪水，招聘者缺的是良心。“无薪试岗”只是就业市场、职场问题的一个“小面”。小到“看见领导需90度鞠躬，否则扣钱”“鼠标静止15分钟不动就报警”等奇葩规定，大到强制加班、逼迫员工主动离职，看似不同的事，症结却都直指违法成本太低，而维权成本过高。面对职场中的违法行为，除了受害者要细心收集证据、大胆维权外，管理部门明确职权、劳动监察部门及时介入，对企业进行监督、检查等也十分必要。

“法律武器”的获取渠道多一些、“拿起来”容易一些，“无薪”的工作和“无心”的招聘者才会越来越少。

一味拼低价，没有赢家

■ 闫丽

“看，这就是外卖大战的结果。”视频中，一个男子用一根筷子挑起一整坨面条，对着镜头无奈地说。他中午11点下单，因快递小哥手中的订单过多，将近13点30分才收到餐食，致使外卖已经凉透。最近，网络平台上一些消费者吐槽外卖的视频，引发众多讨论。

近几个月以来，外卖大战此起彼伏：一张张0元券、满减券如同雪花般飘进消费者账户，“似乎不点个外卖就对不起自己”；外卖小哥忙到“飞起”，有的日赚1700元；各大平台，你方唱罢我登场……

一种声音认为，新平台的外卖大战，如同放一条鲇鱼在市场中，刺激消费活力，消费者也能“渔翁得利”，羊毛薅起来不停，何乐而不为？事实真是如此吗？

短期看，超低价确实点燃了消费激情，让消费者获利、商家涨单、骑手增收。拉长视角观察，这样的流量狂欢，实则付出了多重代价。“爆单”不仅让送餐时间变长，更严重的后果是

品质下降。价格战之下，商家利润被压缩，部分从业者开始采取低质少量的策略。有业内人士透露，“现炒现做类餐品在部分商圈占比降至12%”。

单纯“卷”价格，最终没有赢家。当价格不再体现价值，一味拼低价的无序竞争，最终将带来行业生态的萎缩、消费生态的破坏。那些眼前的“实惠”，很可能被未来的市场加倍收回。

健康的竞争，是向上的竞争，意味着企业不断提升质量，创新产品，推出更符合市场预期、更优质的产品和服务。这也正是平台、商家、消费者实现共赢的关键。目前，一些有益的探索已经展开。有的地方聘请外卖员担任食品安全监督员，鼓励骑手随手拍；有的行业协会引导企业签署控产自律公约，探索建设价格协调机制。跳出“低价陷阱”，在品质、服务、效率上深耕细作，一个有活力、有秩序、更公平的市场环境，不仅是消费者的期盼，更是发展的必需品。

多看看市场趋势、用户需求，多想想产品差异性在哪儿，比研究几张券、便宜几块钱更有价值。