

渤海潮

出片又出圈，文化“富矿”怎么挖

杨建楠

“太美了，一入夜，天津就浪漫了起来！”……网友们不吝词藻。夜天津，越夜越出圈、越夜越出彩。解放桥、世纪钟迎来了“亿点点”人；一栋栋高楼大厦化作动态画卷，海河灯光秀处处出片。

难怪有人感慨：“天津这座城市的含金量还在上升。”一座城市的“含金量”节节攀升，靠的不只是夜景。人们享受“海河之夜”灯光秀的精彩，看的是灯光与建筑、水波与桥梁之间的巧妙联动，是活灵活现的非遗年画、万鸟翱翔，又不仅是这些……在万花筒般的奇幻光影里，河海文化、工商文化、休闲文化、民俗文化等不同的文化形态一一呈现，人们赏的是夜景，品的是河海津韵。

每座城市都有属于自己的文化“富矿”，将其转化为城市吸引力，怎么挖是关键。

有人说，人、文化、经济的结合点，在于消费场景的创

造。美食、美景、演出、赛事，都可以看作一张城市邀请函。有了这一张张邀请函，吸引人来并非难事，难的是当人们饱了眼福和口福，还能为什么而停留。多元场景、丰富业态成了破题点。在天津，买一张船票，从古文化街码头登游船，甲板上体味海河风情，船舱内听津派相声。下船后，拿着票根还可以去商场，享受专属的消费权益。在全领域、全地域、全时域资源的互联互通中，一座城不仅要经得起看、经得起问，还要经得起品，而且越品越有滋味。

把到此一游变成深度游、多次游，营造新鲜感很重要。这是一个给历史文化“制新衣”的过程。相声可以坐在巴士里听，故居、博物馆内开市集，可以体验沉浸式夜游，豆腐脑、熟梨糕与咖啡“联姻”……打破固有印象、大胆跨界融合，能激发文化的“张力”。以这些“反差”为切入点，透过新业态、新产品、新体验为历史文化寻找新表达，向创意要效

益、要吸引力，让文化润物无声地流淌进人们的心田，不断带来惊喜，才会有“来了一次还想再来”的回应。

但值得深思的是，有些地方明明“诗和远方”兼具，却还是让人生出“来一次就够了”的失望感。究其原因，是服务上掉了链子。城因人而建，市因人而兴，提升城市吸引力，终究要回归人的需求，服务人们的美好生活。体验感的好坏，往往由细节决定。把公厕标识做得更显眼、增加垃圾桶的数量、为游客提供寄存行李服务、对街区进行适老化改造……一些看似不起眼的调整，恰恰满足了人们的“刚需”，往往能触动人心。“小事”不可小视，一座城市的温度就从这些“小事”中体现。

因何奔赴一座城？为何爱上一座城？当我们透过景色，感受一座城市的历史积淀、文化韵味、人文温度，相信每个人都能找到答案。

思想会客厅

对话人：
梁学平 天津商业大学经济学院院长
郭 振 本报评论员

营商“软环境”提升发展“硬实力”。懂企业、懂市场、懂需求，着力提升服务能力，对于激发各类经营主体的内生动力和创新活力至关重要。

郭振：不久前，我市出台《关于进一步优化营商环境的意见》，发布一揽子措施。从“有什么给什么”到“需要什么给什么”，服务企业的政策措施越来越精准。市场在变、企业在变，需求也在发生变化，您认为应如何读懂这些新变化，更好地为经营主体赋能？

梁学平：读懂这些变化，更好地为经营主体赋能，不仅包括理念、工具的转变——从给政策到给场景、善用大模型等新工具，提供靶向服务，还包括模式、生态的转变——从过去的单点扶持、部门单打作战，到多部门联合为企业全生命周期、产业链全链条赋能。企业的需求是多元的、动态的，只有站在企业角度思考问题，创新工作方法，通过大数据、人工智能等手段进一步提升动态感知能力，摸清企业在不同发展阶段的需求等，才能更好地为企业提供精细化的服务。

郭振：强化应用场景供给，是当前服务企业的一个重要方向。探索更多场景落地路径，支持各类经营主体在发展中加强对接合作，共创共建共享应用场景，不仅可以服务现有企业，还有助于招商引资。

梁学平：应用场景是科技成果转化的核心环节，场景建设是优化营商环境的重要组成部分。聚焦科技创新、产业升级、“两业融合”等领域挖掘一批场景资源，加大跨部门跨区域协同力度，可以更好满足企业对全域性系统性场景需求。天开高教科创园成立不久，便与我市12条产业链重点企业联合成立天开应用场景联盟，通过一对一应用场景对接，促进高校、院所、企业深度沟通，从而帮助初创企业更好成长。当然，场景建设需因地制宜，以需求为牵引，让企业、高校院所、行业协会等更好联动。此外，推动场景建设还需在审批流程、风险分担等方面不断优化，在深化改革中打造更多应用场景。

郭振：大数据时代，数据要素既能优化资源配置、帮助企业降低生产成本，又能成为公共服务的“倍增器”，让服务更加精准高效。用好数据要素，将更好赋能营商环境高质量发展。

梁学平：数据的作用不只是优化流程，当各种数据汇聚关联，相关部门可以为企业精准画像，监管和服务也会更有针对性。过去，有些企业在申报项目时，可能不知道够不够条件，不知道该做哪些准备，甚至不知道自己可以享受哪些优惠政策。现在通过大数据、人工智能进行对比匹配、智能分析，可以让企业享受更多“免审即享”政策红利，同时还可以有效降低上门频次，更好实现“有求必应、无事不扰”。

郭振：营商环境不仅需要具体而微的措施，还需要整体氛围的营造。小店经济、街面经济越是健康、繁荣，发展的韧性就会越足。

梁学平：优化营商环境是一个持续升级的过程。服务的升级、政策的供给，为的是打造良好的生态，这个生态不仅要有质量，也要有温度。相关部门为企业解决问题，与企业共同成长，城市也不断“旧貌换新颜”，汇聚人气、商气。在城市更新改造的过程中，无论是热电厂老厂房改造为现代商场的金茂汇，还是从棉纺厂厂房焕新为创意街区的棉3创意街区，工业遗产重获新生，在改善城市风貌、提升城市能级的同时，赋予城市更多人情味儿和烟火气，让城市更具年轻态、更有精气神。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

旧墙焕新的启示

付昱

“真想不到，家门口的胡同能这么有‘文艺范儿’，好多人逛完滨江道特地过来看看，感觉比旅游景点都火！”家住和平区兆丰路社区的陈女士最近特别自豪。她的自豪感，来源于一场以“旧墙焕新”为主题的创意活动。

不久前，和平区兆丰路社区联合共建单位和志愿者，用画笔对历经百年沧桑的兆丰路胡同进行改造，将这里变成了艺术感十足的活力画廊。原本沉寂的胡同人头攒动，连巷口的餐饮店也因此生意红火。

这种微更新，恰似一次精准的“城市针灸”，通过一墙之变，让老街巷迸发新活力。所谓“城市针灸”，顾名思义，就像中医针灸一样，通过对城市关键节点进行微小、精准的介入，疏通淤塞的经络，激发整体系统的活力。它区别于大拆大建的“手术刀”模式，一根小小的“银针”蕴藏的是四两拨千斤的智慧。

这根“银针”首先精准刺中了人居环境的穴位。那些曾经黯淡凹凸的墙面，是居民日常生活中的一处视觉痛点，影响着社区生活品质。精美的墙绘，是一场社区、共建单位、志愿者等多方力量协作的“创意接力”，打通了各方协作的良性互动渠道。墙绘巧妙地城市地标和卡通形象植入社区肌理，形成了“拍照—游览—消费”的闭环。

施好治理“针灸术”，细微之处见真章。当一个又一个“兆丰路胡同”被激活，我们的城市将会更加“容光焕发”。

新视野

津味儿，在于回味

蒋丽莉

在火车站、地铁站，天津话的展示牌前，不少年轻人打卡拍照，让刚下车的外地游客立刻感受到这座城市的热情与幽默，扫一扫还能体验AR效果的动画和天津话语音。夜幕降临，海河两岸灯光璀璨，游船上的曲艺节目接连不断，传统与现代交织，成为游客“津夜记忆”里的独特浪漫。

这些场景看似零散，却拼接出一个关键词——津味儿。这是一种文化上的亲切感，也是一张独特的城市名片。天津正通

过文化元素把“来了记得住，走了还惦记”变成真实体验。

城市的魅力，从来不只是高楼林立、交通便利，而在于那份独一无二的气质与情感认同。天津的气质，藏在天津话的俏皮劲儿里，融在海河的夜色中，写在老街的砖缝里。如今，津味儿的表达方式越来越多样化，从公共空间到文旅产品，从节日演艺到夜游体验，都在讲述这座城市的故事。

差异化是竞争的法宝。当城市间的硬件差距不断缩小

时，真正拉开差距的，是文化软实力。上海有“海派”，成都有“巴适”，西安有“大唐风”。天津的“曲艺味儿”“幽默劲儿”，就是最具辨识度的资源。只有让这些特色走进街头、走进游客的心里，才能把一时的流量变成长久的“留量”。

差异化要靠创造力延续。文化IP不能只停留在“有梗”“好看”，更要有持续创新的能力。灯光秀可以结合节日、时事讲述新故事；沉浸式演出要不断推陈出新，让游客有“二刷三刷”的冲动。唯有不断注入创造力，文化IP才能生生不息。

差异化更需内外兼修。一方面，要让游客感受到“来了就是朋友”，带着温暖记忆再次回来；另一方面，要让市民在日常生活中真切感受到文化的温度与自豪。毕竟，最好的城市代言人是生活在这里的人。

这也意味着，“津味儿”的塑造不是文旅部门一家的事，而是要靠全社会的合力。文创的创作者、市井里的商户和生活在

评论员 在现场

谷朋

“内径20.5毫米，V型沟槽……”设计人员马超仔细核对参数、绘制图纸，面前的金属切割机精准走丝，一个卡箍模具关键零件轮廓渐显。在天津市国中卡箍有限公司，工作人员正在为订货量不大的几款异形件更新模具。这类“小单子”单价不高、开模费时费力，为何非但没被拒之门外，反而备受重视？

车间负责人崔希月道出其中门道：一件起定，这种“私人定制”虽然增加了成本，却能借此拓展客户资源，练就柔性生产的能力。如今，这些看似不起眼的卡箍金属环上演“变形记”，长出耐腐蚀、耐高温等“新本领”，在高铁、船舶、汽车及能源装备中大显身手。

一件起定的底气，表面看是企业不怕麻烦，本质上是精准捕捉需求、快速响应市场的能力。没有永远的小众赛道，只有尚未被满足的细分领域。一个个看似零散的个性化需求背后，往往孕育着新技术、新场景。企业若能接住这些需求，将每一次定制，都变为一次技术预研、一次流程淬炼、一次客户绑定，便能在细分领域锻造独特优势。当生产线能与个性化需求同频共振，企业便掌握了重新定义场景、引领需求升级的主动权。

从一件到万件，并非简单的批量复制，而是新需求驱动下的持续迭代，这是一个以小聚新、向新要增量的“进化”过程。天津普传铜业有限公司的转型就是很好的例证。这家靠风电配件起家的企业，曾面临订单不小但附加值不高的困境。几年前，企业引入数字化排产系统，既搞定了产品定制生产，又通过一个个小订单预判趋势、储备技术，把市场拓展到新能源、人工智能等新领域。由此可见，在存量里找增量，关键就是要激活这些未被满足的“小需求”，从中增长本领、拓宽边界，让传统业务跳出原地踏步的循环，小体量也能释放大能量。

一件起定，考验的是企业灵活响应、快速适应的硬功夫，可以锻造韧性十足的适应性，形成错位竞争的新优势，把转瞬即逝的风口变成自己的主场。在浙江义乌，有人专门给玩偶做“挂衣”。前段时间，LABUBU玩偶走红，有商家迅速调整设计方向，每天推出几十款挂衣新样式，从设计到成品最快只需3天。这家原本处于产业链边缘的厂商，一跃成为细分领域的头部供应商。

说到底，市场的风浪从不可怕，可怕的是把自己困在一成不变的舒适区。只有主动适应趋势、锻造对差异化需求的适应能力，才能将“多变”转化为“多能”，在错位竞争中长出新的翅膀。

金之平 视线

当好风景遇上好赛事

金之平

当好风景遇上好赛事，会碰撞出怎样的火花？

宁河区的永定新河旁，来自中国、俄罗斯、哈萨克斯坦等国的自行车骑手穿行于层林叠翠中，骑行路线巧妙串联起绿屏驿站等生态地标；蓟运河边的绿茵场上，一场草根气息十足的“村超”激情上演……

挥洒汗水，品味文化，一场场赛事中，我们看到的是竞技，也是这里的特色，当地的生态人文风貌分外显眼。麋鹿文创、芦台春酒，甚至刚从地里摘下的西红柿，都是赛前礼物；芦台大集夜市直播是场外“气氛组”。体育，以富有本地特色、为大众所接受的形式展现出来；发展，以体育与生态文旅的融合营造出一种良好氛围。竞技体育也好，大众体育也罢，引发一波波热潮不难理解：打动人心的，始终是人们发自内心的热爱。体育+生态，是一道经济效益、人文底蕴、社会活力的综合考题，让本土文化在竞技激情中焕发新生机。

好生态，本身就是好赛道。好山好水好风景，不仅是自

然财富、社会财富、经济财富，也蕴含着城市的品质与特色、发展的空间与优势。行走于“东风过岭来，满地翻晴雪”的盘山，可以来一场登山越野，以脚步丈量山野之雄浑灵秀；感受着海风拂面，可以在碧波荡漾的海边绿道来一场健康跑，感受蓝绿交织、河海相连的城市风貌。高品质的“绿”可以成为城乡之间、产城之间不断流动的“金”，这是一种更高境界的“富”。

好生态+好赛事，关键在于怎么加，这是一环扣一环、一业带百业的“链接”。这样的“链接”，意味着对消费热点的捕捉，让生态资源与市场潮流同步；也意味着链条的咬合，以一场赛事串起文旅产业链条，以景引擎、以赛促游、以游促产，静态的绿色可以变成动态的发展活水。

进一步打开文体旅商融合发展的思维，从赛场内到赛场外，讲好一场以体育为笔、以山水为卷的城市叙事，澎湃的赛事将成为地方发展的深层动能。



“解压”要防中毒

近期，不少家长反映孩子网购的“解压”软泥类玩具散发刺鼻气味，导致孩子过敏。商家承认，此类玩具含有硼砂。硼砂是一种有毒化合物，长期接触会影响孩子的肝肾功能和生长发育。

孟宪东 画

锐评

被点赞的，并非“蹭饭”本身

李娜

河南省鹿邑县庄庄村驻村第一书记董桂林端着碗到村民家“蹭饭”的视频火了后，一直热度不减。从今年6月到现在，跟风的也有很多。

一些驻村干部、村干部跃跃欲试，连网络主播也打起“蹭饭”的主意。有摄影跟拍、工作人员跟随，到村民家像去视察工作；上门自带大包小包、成箱成件，给群众带来麻烦……这样作秀，“蹭”了流量，却将群众越推越远。

被点赞的从来不是“蹭饭”本身，而是放下架子的真诚。不得不说，“蹭饭书记”是懂得追赶潮流的。除了陪伴老人，他还把村里的彩椒酱、芝麻盐、菊花等农产品带到全国网友面前。这与之前村干部在花海跳舞、文旅局长使出十八般武艺送家乡上热搜，有异曲同工之处。从乡村到都市，从地方物产

到特色文化，各地都有不少看家宝。把特色资源变成致富产业，需要因地制宜创新打法。给土特产创造“更多人看见”的机会，这也是“蹭饭”的另一个效应。

模仿也好，借鉴也罢，跟风“蹭饭”如果只借到“形”却丢了“魂”，不仅不会带来正向作用，还可能陷入东施效颦的尴尬。如果是为作秀去的，自然不会把关注点放在百姓的真实需求上，更不会在意群众镜头外的脸色好不好看。切实为百姓着想，才能明白流量该从哪里来。

精心编排的虚假表演，带不来持续的关注度，而真心到底有几分，百姓心里有把度量尺。少些“浓妆艳抹”、多些“本色出镜”，少些浮躁心理、多些脚踏实地，才能以真心换真心，用实干赢得信任，留下好的口碑。