



今年春节9天假期 我市跨区域人员流动量超4000万人次

本报讯(记者 方红)昨天,记者从市交通运输委了解到,今年春节假期公众出行、旅游、探亲等需求持续释放,9天假期我市跨区域人员流动量达4080.84万人次,日均453.43万人次,同比增长14.63%,公路、铁路、城市客运均实现两位数增长,民航客运保持平稳。

今年春节假期,我市公路通行量大幅攀升,铁路、民航交通枢纽运转高效。假日期间,高速公路通行量达820.84万辆次,日均91.2万辆次,同比增长17.03%,其中

新能源车170.28万辆次,占比达20.74%;普通公路通行量达869.86万辆次,日均96.65万辆次,同比增长14.4%;公路人员流动量达3777.46万人次,日均419.72万人次,同比增长14.85%;铁路旅客到发量达250.23万人次,日均27.8万人次,同比增长15.65%;天津滨海机场旅客吞吐量达52.45万人次,日均5.83万人次。

城市客运服务方面,假日期间,城市交通客运量达2258.01万人次,日均250.89万人次,同比增长15.24%;其

中,公共汽电车客运量547.43万人次,轨道交通客运量954.37万人次,共享单车骑行量397.06万人次,同比分别增长11.04%、15.34%、46.58%。

值得一提的是,今年春节假期,我市文旅融合持续升温,2艘次“梦想”号邮轮靠泊天津国际邮轮母港,累计上下船旅客6900人次;滨海新区游船接待游客4915人次,同比增长182%;双层观光巴士累计接待游客2.57万人次,同比增长88.27%,交通与文旅深度融合让城市年味更浓。

涵盖全流程业务 打通全链条堵点

中国资环橡塑再生平台上线试运行

储量等信息,构建可视化数据图谱,破解资源分散、供需脱节的难题;信息资讯模块围绕企业决策需求,可实时更新行业政策、行情等内容,为企业提供“一站式”决策参考;资源撮合模块通过智能算法匹配全链条供需信息,缩短交易周期,解决企业找料难、找客户难等问题。值得一提的是,该平台“反向开票”功能可实现票据全流程线上办理,有效破解行业进项发票缺失、增值税抵扣困难等痛点。

“我们将在有序开展橡塑再生平台试运行的基础上,继

续推进该平台2.0版本的建设工作,新增碳资产管理、溯源管理、资产处置等功能。”资环塑料党委书记、董事长刘春祥介绍说,资环塑料统筹开展“资源发掘、循环利用、科技输出、平台生态”业务布局,与多地政府、优秀企业围绕橡塑资源高值化循环利用展开合作;同时构建“政企校研协”五维协同创新体系,与科研院所共建联合实验室,实现废塑料制绿色航煤、生物降解定向聚醚等关键技术突破,推动橡塑再生行业朝着高值化、绿色化、规范化方向发展。

本报讯(记者 王睿)记者昨日从中国资源循环集团有限公司获悉,作为橡塑循环利用领域的“国家队”,中国资源循环集团塑料再生有限公司(以下简称资环塑料)打造的全国性、功能性橡塑再生平台正式上线并启动试运行,涵盖废旧橡塑回收、再生产品交易、合规结算等全流程业务,旨在打通橡塑再生全链条堵点,为行业转型升级、循环经济高质量发展注入新动能。

长期以来,橡塑再生行业信息壁垒突出、税收抵扣不畅、资源匹配低效等问题,导致废旧橡塑资源回收率偏低,产业链协同不足,既造成资源浪费,又阻碍了循环经济规模化发展。

记者了解到,此次上线的橡塑再生平台包括资源地图、信息资讯、资源撮合3个模块。其中,资源地图模块依托遥感卫星数据,汇集国内低值废塑料位置分布、资源

“休假模式”转为“通勤模式”

公交全力保障市民节后出行

■记者 苏晓梅

“今天是年后第一天上班,车况必须万无一失。”昨天一早,30路公交车站里,早班驾驶员陆续到岗,正在做例保检查的车队副队长杨鹏叮嘱大家对营运车辆加强“体检”,为市民通勤把好出行关。

春节假期后首个工作日,为应对激增的通勤与返程客流,我市公交行业从安全保障、志愿服务、运力调配等方面护航市民“复工路”。

早7:30,空港地铁2号线公交枢纽站迎来客流高峰。“后面的车马上进站,大家往边上靠一靠,留出下车空间!”随着一辆公交车进站,公交管理人员立即上前引导乘客有序排队、先下后上,避免了因瞬时大客流造成的拥堵。

在天津公交第四客运公司公交智能调度中心的电子显示屏上,各线路实时运营状况一目了然。工作人员密切关注客流变化,并对重点线路进行科学统筹。“目前尚未开学,主干道整体通行条件较好,但通勤客流明显回升。”该公司运营部部长张美介绍,他们重点加强对早晚高峰时段动态监控,常规线路投放运力较春节期间提升40%,确保市民上班出行顺畅。

与此同时,针对重点区域返岗人员出行需求,我市公交部门也做好充分准备。截至发稿,常规公交线路已全面恢复至节前运力水平,通往华明高新区、东丽开发区等各大产业园区的通勤班车以及机场物流班线也已同步开启,为返岗复工人员提供从家门到厂门、从枢纽到园区的出行保障。

天津首笔双挂钩转型金融贷款落地

本报讯(记者 岳付玉)日前,在中国人民银行天津市分行等部门指导下,天津滨海农商银行向新天钢联合特钢有限公司发放5000万元贷款。该笔贷款创新采用“转型金融+碳配额履约”双挂钩模式,为全市首单,对金融助力高碳企业绿色转型具有积极示范意义。

该企业是世界500强上海德龙钢铁集团旗下的核心骨干,是一家集炼铁、炼钢、轧钢于一体的大型钢铁企业。近年来,企业通过管理优化、技术改造、结构调整等方式持续推动节能降碳,制定了明确的绿色转型方案,对金融服务有着较强的需求。

此次发放的贷款专项用于企业提升能源效率和替代清洁能源的项目,符合央行钢铁行业转型金融相关标准。贷款设置了两个关键挂钩指标——“单位产品碳排放强度”和“碳配额履约情况”,利率与这两项指标的完成情况直接关联。为确保转型效果,银行还引入第三方专业机构,在贷款期内对指标进行跟踪监测。据测算,项目实施后预计可减少二氧化碳排放17.54万吨。

转型金融是绿色金融的延伸,主要服务于钢铁、化工等传统高碳行业的绿色升级。近年来,中国人民银行天津市分行以钢铁行业转型金融标准试点为契机,构建起一套政策框架体系,引导更多金融资源精准流向碳减排关键领域,在支持企业降碳的同时,也为全市经济绿色低碳发展提供有力支撑。



春暖 花开

▲天津水上公园盆景园内蜡梅盛开。 记者 吴迪 摄

▲连日来,和平区大理道上的梅花相继绽放。 记者 周伟 摄

传统文化热 展示平台多 匠心焕新生

津城手艺人的新春“值守”

■记者 张译丹

马年新春,津城的传统文化舞台格外热闹。从商业中心到文旅场馆,从文化市集到乡村大集,从企业年会到社区活动……传统文化展示平台越发多元,资深手艺人得以“择优而栖”,集中精力创作;从业新人也能热情投身其中,寻找发展新机遇。在文化市场供需两旺的形势下,津城手艺人的新春“值守”既是对传统文化的守护,也在焕新传统文化的当代表达。

近来,中华文化促进会剪纸分会副秘书长、宝坻剪纸艺人杨洪顺连续参与了多场文化展示活动。从个人专题剪纸作品展到文化大集、民间艺术精品展,他场场不落,正月里还在值守庙会“非遗小屋”,既展陈剪纸作品,也现场演示创作过程。“老手艺展示出来,才能焕发生命力。消费者亲眼看着剪纸作品在我手上成形,会对这门艺术有更深入的认识,也会对这件作品有更高的期待。我展陈的作品八成以上都是原创的。”杨洪顺说。

社区文化活动课辅导老师王曦在整个农历腊月都很忙碌,曾有过一天之内跨区完成4场不同主题手工课程的“密集日程”。春节假期里,社区的文化活动没有那么密集,可她也要带着非遗手工材料包参加新春市集。她说:“我学过美术,但要深入钻研传统文化,还有很长



的路要走。市集能让我接触全国各地的手艺人,学习和借鉴他们的经验。”37岁的陈金浩既有主业,又身兼相声、脱口秀演员及文化活动统筹等多重身份,还擅长制作茶汤、

熟梨膏、糖葫芦等“小工艺”。元旦后,他进入“24小时待命”状态。每周2到3场演出,他要随时协调团队里几十位老师的“档期”,“哪里缺人就顶上”。10年前,他出于兴趣,跟随老师表演“拉洋片”;如今,他拥有自己的团队,还能根据活动主题挑选更合适的项目。在他看来,传统手艺人有了更多用武之地,从业者也更有底气了。

随着展示舞台持续拓宽,传统手工艺的未来发展路径将呈现哪些新趋势?南开大学文学院东方艺术系主任张旺表示:“传统文化求发展、求突破的关键是要与生活建立连接,让传统形象与现代审美对话,让老手艺融入当下的生活场景。”张旺认为,人工智能技术的广泛应用,拉高了大众审美的基础线,也保证了市售传统文化商品最基础的“完成度”。在技术浪潮下,真正的工匠精神不会贬值,反而会更珍贵。手艺人沉浸创作、追求“把活儿干漂亮”的精神,本身就具有欣赏价值。他期待传统文化产业不再追求“短平快”,而是用更长的周期、更深的思考、更慢的节奏,做出有温度、有生活气息、有传世价值的作品。

春节已被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。津城手艺人的新春“值守”,守护的是市民和游客所见、所闻、所感的传统文化氛围。平台多了,他们走得出去;选择多了,他们也静得下来。节日的热闹喧嚣中,文化传承的脚步声正变得越来越清晰。

守百年初心 与时代共潮生

■李旺

看完《老字号 共潮生》“真素诚”篇,我的内心充满感慨和感动。镜头里的一炉一灶、一汤一卤,街巷中熟悉的烟火气,食客们满足的笑容,不仅是百年老店的真实缩影,更是4代人薪火相传、初心不改的生动见证。作为真素诚第四代传承人,我既是这份手艺的守护者,更是“真、素、诚”3字精神的践行者。这部纪录片的拍摄和播出,让我再一次回望来路,更清晰地懂得了老字号传承的意义。

真素诚始于1915年,从三岔河口一间小油坊起步。我的曾外祖父刘永贵先生,十几岁便学得一手香油、麻酱与传统早餐的好手艺。从此,一碗朴素的津门早点便与天津城的晨昏紧紧绑在一起。那时候没有响亮的招牌,没有规模化的生产,只凭着“真、素、诚”3个字,留住了街坊邻里的口碑。

岁月流转,老字号几经起落。改革开放后的1979年,我的外祖父刘少甫与外祖母常淑兰在河北区中山路望海楼老菜道口重新开张真素诚,凭借家传手艺与多年经验重新赢得了老天津人的认可,让中断的味道重回街巷。1989年起,我的母亲刘亚茹作为第三代传承人,先后在红桥区、河北区、河东区、南开区多地开设分店,勤恳经营,以诚待客,让真素诚的口碑传遍津城。1999年,河北区新闻报的专版报道,更是通过老主顾的记忆印证了我们品牌跨越百年、从未断线的坚守。

2002年,我正式协助母亲经营真素诚,从此接过了传承的接力棒。我始终记得祖辈传下的道理:“真”是清素为本,“素”是干净卫生,“诚”是诚信经营、童叟无欺。为了守住这份老味道,我坚持不做加盟店,牢牢把控品质。2020年,我成立真素诚餐饮管理有限公司,并在北辰区建立中央厨房,实行统一制作、集中配送,让遍布市内六区、滨海新区、津南区、西青区等地的30家门店口味始终如一。

片中老顾客日复一日的光顾、外地食客慕名而来的赞叹、专家对津门早点文化的解读,都让我更加明白:真素诚不只是一家早点铺,更是天津码头文化、市井烟火、百年风味的载体。一碗嘎巴菜,装的是食材,盛的是人情,传的是文化。老字号的生命力,不在于故步自封,而在于“共潮生”——与时代同行、与民心相依,在坚守本味中创新,在诚信经营中传承。

一盏盏灯,四代坚守。这部纪录片是对历史的回望,更是对未来的鞭策。作为真素诚的掌门人,我深知肩上的责任:要守住先辈留下的老味道,守住天津人的味觉记忆,更要带着真素诚在新时代里稳步前行,让这缕烟火气继续温暖一座城,让老字号在潮起潮落中生生不息。

(作者系真素诚第四代传承人)
(今日18:20天津卫视播出纪录片《老字号 共潮生》——《观照》)

文化志愿者送演出到王庆坨高速服务区

本报讯(记者 刘桂芳)“我们的中国梦·文化进万家”天津市文化志愿者新春走基层活动,日前在武清区京沪高速公路王庆坨服务区举行。文化志愿者们将精彩的文艺演出送到交通一线,为人们送上新春祝福。

该活动由天津市文化和旅游局主办、市群众艺术馆承办,已先后走进西青、武清、宝坻、蓟州、滨海新区等区,以文艺轻骑兵形式,把优质文化资源送到群众家门口,让新春文艺常伴百姓身边。

老将创新 新锐破局

春节档电影市场超57亿元收官

■记者 张钢

据国家电影局统计,今年的“史上最长假期”总票房为57.52亿元,平均票价同比下降6%,观影人次连续8年破亿,《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》(以下简称《镖人》)《熊出没·年年有熊》(以下简称《熊出没》)分列票房榜前四位。在娱乐方式多元化、观众愈发理性的当下,这一成绩彰显了院线电影的票房潜力,折射出中国电影在内容创作与宣发模式上的创新。

多元供给 满意度高企

与去年《哪吒之魔童闹海》一枝独秀不同,今年春节档呈现出“多强并存”的态势。档期内喜剧、武侠、谍战、科幻、动画等多元类型齐聚,6部新片无一出现口碑严重滑坡,标志着档期成熟度显著提升。中国电影观众满意度调查显示,今年春节档满意度平均分为86分,近3年持续增长,高品质供给直接转化为市场良性反馈,使得影片票房后劲显著。

《飞驰人生3》凭借前作口碑沉淀与明星号召力,以超29亿元票房领先,稳居档期冠军。该片满意度87分,为3部系列片最高,观赏性居近3年春节档首位。武侠片《镖人》为市场带来惊喜,这部改编自同名国漫的作品凭借优质创作在首日排片仅17%的情况下,连续四日票房攀升,目前票房超8亿元,满意度86.5分。

类型创新 激活细分市场

今年春节档的显著特征是“老将创新,新锐破局”。76岁的张艺谋在《惊蛰无声》中首次将现代国安题材搬上银幕,影片集结全明星阵容,票房居档期第二。81岁的袁和平继续攀登武侠高峰,用全新的动作展示为观众打造视觉盛宴。

这种创新精神同样体现在对细分市场的精准触达方面,《星河入梦》贴合AI与多重梦境热点,吸引力十足,创意新颖度获观众认可。《熊出没·年年有熊》作为系列第12部作品,凭借稳定的合家欢品质与喜剧元素,再次凸显国产动画系列片的长线运营活力。《夜王》试水分区域发行模式,以有限排片撬动近亿元票房,为行业探索新路径。

从观众结构看,春节档新片类型契合了不同群体的观影需求。《熊出没》《熊出没》收获较多低龄观众;《星河入梦》对34岁以下观众吸引力最强;《飞驰人生3》中女性观众占比最高;《镖人》《惊蛰无声》则在25岁以上观众

中具有优势。

票价回归理性 创新宣发引互动

票房数据背后是行业的主动调整。今年春节档平均票价48.1元,为近5年最低。票价策略转变有效降低了观影门槛,中小城市贡献半数票房。同时,电影宣发迈入双向奔赴的新阶段,取消此前大规模点映的方式,将话语权交还给上映后的首批观众,用真实影评带动口碑。映后,以《镖人》为代表的互动运营成为亮点,主创吴京、谢霆锋等在社交媒体高频互动,用真诚沟通拉近了作品与观众的距离,通过话题让热点持续发酵。

今年春节档没有出现“哪吒”的票房奇迹,却展现出电影人回归创作本质、创新表达方式的扎实努力。57亿元票房背后,是观众对多元优质内容的肯定,以及行业在宣发与运营模式上的锐意革新,靠优质供给撑起档期,用真诚沟通实现双向奔赴,为今年的电影市场开了一个好头。