



## 天津口岸首艘10万吨级中资邮轮启程

## “理想”号驶入“黄金”航道

本报讯(记者 马晓冬)昨日,“理想”号邮轮在天津国际邮轮母港首航,搭载近千名旅客前往韩国济州、釜山,开启6天5晚的海上之旅。这也是天津口岸首艘10万吨级中资邮轮。

作为东方邮轮公司旗下第二艘国际邮轮,“理想”号总吨位达10.5万吨,最大载客量3470人,以天津为母港长期运营,本月中旬完成了试航。东方邮轮销售总监丁蕾告诉记者:“在试航期间,我们发现了客房、前台接待等方面的细节问题,及时进行了调整,同时提升现场表演、餐饮等板块的体验。这次首航我们也会搜集大家的意见,为旅客带来更好的服务。”

记者从东疆边检站获悉,本次邮轮旅客中,以家庭为单位出行的人数占比超七成,60岁以上的老人占旅客总数一半以上。客源地主要为京津冀及辽宁、山东、山西、安徽等地。

“我们之前在天津坐过邮轮,船上的游乐设施、演出都很棒。这次我们特地带着孙子来体验一下新船。”来自北京的游客吕先生说。

东疆边检站执勤二队副队长王晶介绍,为保障“理想”号首航工作,东疆边检站安排警力,提前完成近10个国家和地区600余名船员的信息采集工作,节约出境手续办理时间。针对旅客以家庭出行为主,老年人占比高的情况,加强台外引导,为老人和行动不便的旅客开设特别通道,保障高效通关。



此外,依托东疆综合保税区的政策优势,首航所需的60余吨餐饮物资及20余箱船员生活用品均通过保税仓储模式提前进入综保区,天津东疆海关快速查验、放行邮轮物资,通关时间较传统模式缩短约6小时。

今年以来,天津邮轮口岸已累计查验出入境邮轮超20艘次,出入境人员近4万人次。东疆综保区文旅局副局长苏頔表示,邮轮产业被称为“漂浮在海上的黄金产业”,除了促进旅游市场的繁荣,还能带动制造、维修、船供、金融等相关产业的发展。近年来,东疆持续深化与京津冀地区文旅资源的联动,打造“邮轮+音乐”“邮轮+岸上游”“邮轮+康养”等邮轮消费新业态,集聚了一批重点产业资源。

“我们在去年推出了‘邮轮一票通’计划,游客在东疆的景区、餐厅、酒店消费时,凭船票可以享受优惠。近期我们又扩大了景区的合作范围,增加了滨海新区内的近10个点位。今年,东疆还将开展多种类型的文旅、体育活动,吸引更多游客来到天津。”苏頔说。

了促进旅游市场的繁荣,还能带动制造、维修、船供、金融等相关产业的发展。近年来,东疆持续深化与京津冀地区文旅资源的联动,打造“邮轮+音乐”“邮轮+岸上游”“邮轮+康养”等邮轮消费新业态,集聚了一批重点产业资源。

“我们在去年推出了‘邮轮一票通’计划,游客在东疆的景区、餐厅、酒店消费时,凭船票可以享受优惠。近期我们又扩大了景区的合作范围,增加了滨海新区内的近10个点位。今年,东疆还将开展多种类型的文旅、体育活动,吸引更多游客来到天津。”苏頔说。

东疆边检站供图

“牢记嘱托见行动 巾帼普法基层行”活动启动仪式暨示范活动举行  
法治的温暖直通基层一线

本报讯(记者 宋德松)“大娘,这样的电话以后可不能接了!”“您普及了反诈知识,我才知道是诈骗电话,以后不接了!”……3月18日,由市妇联、市高级人民法院、市人民检察院、市公安局、市司法局主办,市女法官协会、市女检察官协会协办,滨海新区妇联、滨海新区人民政府汉沽街道办事处、天津长芦汉沽盐场有限责任公司承办的“牢记嘱托见行动 巾帼普法基层行”活动启动仪式暨示范活动在滨海新区汉沽盐场俱乐部举行。活动现场,市民将普法展位团团围住,热烈咨询。

“牢记嘱托见行动 巾帼普法”系列活动自2024年启动以来,已连续开展三年。从“乡村行”“村居行”到今年的“基层行”,巾帼普法的脚步不停、力度不减、覆盖更广,法治的温暖直通基层一线,维权服务走进千家万户。

启动仪式后,一场别开生面的法治节目展演拉开帷幕。检察院等单位选送的8个节目精彩纷呈,以文艺创作形式具象化、通俗化解读法律条款,以群众喜闻乐见的方式传递了法治理念。

展演之后,滨海新区宣讲员围绕新修订的《天津市妇女权益保障条例》进行了解读,帮助基层妇联干部和普法宣讲员准确理解条例内容,切实提升依法维权服务能力。

“启动活动的成功举办,标志着2026年‘巾帼普法基层行’活动在全市拉开序幕。下一步,全市各级妇联组织将迅速行动起来,精心组织、周密安排,开展形式多样、内容丰富的普法宣传活动,确保‘巾帼普法基层行’活动走深走实、取得实效。”市妇联相关负责人说。

## 天大发布全球土壤湿度新数据

## 给地球土壤写“高精度日记”

本报讯(记者 雷风雨)记者从天津大学获悉,日前,该校地球系统科学学院张永根副教授团队在国际地学顶级期刊《地球系统科学数据》上发表最新研究成果,团队成功发布了一套覆盖全球、时间跨度从1950年到2025年的逐日高精度表层土壤湿度数据集,这相当于给全球陆地的“解冻程度”建立了一本持续75年的“高精度日记”。

长期以来,全球科学家在获取土壤湿度数据时,总面临一个两难选择:长期的历史数据往往模糊不清,像一张褪色的老照片;而近年卫星观测的数据虽然精准,却“记忆短暂”,无法追溯过去的变化。

据了解,天大研究团队的创新之处,在于巧妙地将“看得久”与“看得清”结合起来。“我们没有依赖单一数据源,而是通过一种新的融合校正方法,让长期历史记录与最新卫星观测实现‘优势互补’。”论文第一作者王文宏博士说。为了确保数据的可靠性,团队还汇集了全球约380万条实地测量的泥土水分记录进行交叉验证。结果证明,这套“新日记”不仅记录时间长达75年,而且在各个历史时期都表现得极其精准和稳定。

这本75年的“高精度日记”不仅是学术成果,更是一份贴近民生的实用工具。它能帮助农业部门摸清哪块地“渴了”“哪里‘涝了’”,为科学灌溉和旱情预警提供依据;也能让气象预报更加精准,提升对极端高温、强降雨等天气的预判能力。

在全球变暖的背景下,这套长达75年的可靠数据,也为研究长期气候演变、制定水资源调配方案、开展生态保护,提供了坚实的数据支撑。

河北区举办  
科学家精神主题宣讲报告会

本报讯(记者 宋德松)3月18日,由天津市科协主办,天津科学技术馆、河北区科协承办,区科技局、区教育局协办的“弘扬科学家精神 同心共筑强国梦”主题宣讲报告会在天津市第二中学举行。

本次报告会特邀“两弹一星”元勋于敏院士之子、中国科学家精神宣讲团成员、原中国纺织科学研究院有限公司高级工程师于辛作主题宣讲。于辛结合亲身经历与珍贵回忆,深情讲述了于敏院士隐姓埋名、潜心攻关,为我国氢弹研制事业倾尽毕生心血的峥嵘岁月,生动诠释了老一辈科学家胸怀祖国、服务人民、淡泊名利、勇攀高峰的崇高品格,让现场听众深受震撼,让新时代科学家精神的内涵与力量直抵人心。

活动现场,学生代表宣读《弘扬科学家精神,做学科学、爱科学、用科学的时代新人》倡议书,发出传承科学家精神、勇担科技强国使命的青春号召。于辛与市科协宣传文化部部长共同向河北区相关学校捐赠《天津科学家风采录》,该书收录了于敏等百余位天津籍及在津工作科学家的事迹,为青少年厚植科学情怀、涵养科创志向提供了生动教材。

## “3·23”世界气象日

## 我市多部门联合举办青少年科普实践主题展

本报讯(记者 苏晓梅 摄影 吴迪)在“3·23”世界气象日即将到来之际,昨天上午,在天津市实验中学,我市相关部门联合开展“防灾体验零距离 科技减灾伴成长”青少年科普实践主题展。活动凝聚多部门专业力量,推动科普宣传由气象单一灾种向多部门联动的综合防灾减灾领域转变,以“讲、赛、训、演、练”一体化思路,为青少年打造兼具科学性、趣味性、互动性及实用性的科普平台,筑牢青少年健康成长安全防线。

此次活动创新采用“大篷车沉浸式体验+专家现场讲解”模式,让青少年在近距离接触、亲手操作中学习防灾知识、提升防灾避险本领。活动现场,一支由气象、应急、地震、卫健、海事等部门联合组建的防灾减灾科普“大篷车队”亮相校园,涵盖气象移动保障车、消防逃生车、特种医疗急救车、电力安全展示车等多个类别,每辆“大篷车”均配备1到2名科普志愿者,通过实物展示、现场模拟、互动讲解等形式,让青少年直观感受防灾减灾现代化科技成果,同时学习应急避险实用技巧。

活动现场还设置了不同主题的科普展位,科普志愿者



通过仪器原理讲解、避险实操演示、科普读物发放、知识互动答题等丰富形式为学生答疑解惑。该校600余名学生分组参与“大篷车”体验,聆听专家宣讲,通过学习灾害天气避险、防震减灾、火险逃生、急救救护、海上救援等知识,提升防灾避险和自救互救能力。

## 从代工到创牌 五十年巧克力小镇在拼多多交出新答卷

正月里年味正浓,天津滨海新区大平镇的黑金刚食品有限公司(以下简称“黑金刚”)生产车间内,已飘出浓郁的巧克力香气。三条现代化生产线满负荷运转,不同规格、口味的巧克力产品源源不断下线。物流区内同样繁忙,贴有发往广州、辽宁、上海、北京等地的快递箱层层叠叠,载着订单奔往全国各地。这样的场景,并非新春“抢跑”,而是这家巧克力企业电商业务的常态。

目前,黑金刚全年电商渠道出货量已突破200吨,其中仅拼多多平台便占据半壁江山。店铺在平台吸引了超539万人关注收藏,累计回购超过100万次。其松露巧克力年销量数十吨,夹心巧克力系列常年稳居类目前三,多款单品同步跻身热榜。而在七八年前,这样的局面还是难以想象的。

理,再由生产部门快速优化。“线上节奏太快,慢一步,就错过先机。”

## 全亚洲唯二的生巧产线

在黑金刚的拼多多店铺里,高复购率是最有力的口碑证明。有消费者复购数十次,有人从北京、上海甚至迪拜持续回购。

一位北京退休老太太的故事,让程青印象深刻。她儿子从国外留学归来,认为欧洲百年品牌才正宗,不支持母亲在拼多多上购买国产巧克力。程青没有回避,而是提供了原料溯源、设备工艺、检测报告,并引导她查看评论区里的真实复购记录。“如果我能骗一个人9次,那我也太厉害了。”最终,老太太成了忠实用户,至今仍持续购买。

还有一位上海老先生,每年往返于上海与迪拜之间,每次都要带黑金刚巧克力与当地华人圈分享。有一次某款产品下架,他深夜来电焦急询问:“不带走这个,好像少了点什么。”黑金刚专门为他补产一批,免费寄送。

郑州M酒店也是多年客户。起初因酒店logo中有“M”字,他们选用黑金刚旗下“迷语”品牌带M标志的巧克力作为茶歇。后来模具更换,标志消失,酒店一度暂停采购,但两个月后又回头:“还是你们的口感最好。”



▲黑金刚巧克力的生产车间。(田邦佐 摄)

这份口感的背后,是极致的产品把控。走进黑金刚纯脂巧克力车间,空气中弥漫着

纯正的可可香,让人顿感轻松愉悦。透过密闭玻璃,只见自动化生产线从投料、搅拌、成形到冷却,几乎不见人影。这套设备来自瑞士布勒公司——全球巧克力设备领域的“隐形冠军”,总投资近亿元。

更令人惊叹的,这是一条全亚洲仅有的两条生巧生产线之一。生巧因添加鲜牛乳,保质期极短,对全冷链要求极高。因此整个车间达到10万级净化标准,相当于手术室洁净度。

生产线旁,温控罐上标注着35%、55%、78%、88%等数字,代表不同可可含量。一旁工作人员介绍,调温机是关键设备——调温不佳,巧克力会“反沙发白”。好巧克力的标准是“色香味俱全”:开袋有可可香,表面有光泽,咬下酥脆,入口即化。

## 父与子:一个品牌的接力

细心的消费者会发现,黑金刚和“迷语”两个品牌常常同时出现在同一块巧克力包装上。公司员工笑着说:“黑金刚”是“迷语”的爸爸。”

这并非玩笑。黑金刚品牌由天津人邓金刚于1985年创立,迷语则是其子邓浩的“创二代”品牌。1985年,邓金刚用借来的3万元,在家里搭起手工作坊。他笑言,最值钱的“电器”是花100多元买的排风扇、电熨斗和小鼓风机。生产方式更是原始:烧煤、隔水加热融化巧克力,再用模具浇注。

1993年,他终于攒下“万元户”家底。本想收手,却发现自己不“做巧克力,好像少了点什么”。恰逢儿子出生,他想,就把这个企业当作给儿子的礼物吧。这一坚持,就是三十年。

彼时,太平镇周边做巧克力的有上百家。为何黑金刚能脱颖而出?邓金刚的回答朴素:“主要是没忘初心。”他将企业发展概括为四个阶段,每个阶段都有一个核心理念:

第一阶段:“产品代表人品”——在品质意识尚薄弱的年代,赢得最初信任;

第二阶段:“黑金刚巧克力,中国人自己的巧克力”——提出国货定位,甚至登上了《中国糖果》封面;

第三阶段:“做良心事业,铸百年品牌”——

以长远之心经营;

第四阶段:“制造甜蜜,分享快乐”——走向国际,回归本真,希望消费者“尝到的不只是巧克力的味道,还有幸福的味道”。

2015年,儿子邓浩大学毕业,计划接班。有朋友建议:“不如让小邓自己创个品牌,你代工,让孩子闯一闯。”邓金刚觉得有道理,于是邓浩带着团队在厦门创办“迷语”品牌,同年秋季糖酒会一炮打响。

2018年,“迷语”发力拼多多电商,迅速取得成功。此后两个品牌合并运营,完成了一次自然的家族传承与品牌升级。

如今,黑金刚线上销售占比约15%,线下仍是基本盘——那是三十年坚守换来的根基。

## 巧克力小镇的新故事

黑金刚的故事,离不开天津这片土地。

天津与中国巧克力的渊源,可追溯到百年前。上世纪初,德国人起士林最早将巧克力带入中国天津。及至民国时期,这里租界林立,巧克力、咖啡等西式生活方式在此生根,为当地巧克力产业的发展埋下了种子。

新中国成立后,周恩来总理亲自关心巧克力产业发展,为筹备国礼,从欧洲引进先进设备,配置给北京、上海、天津等主要城市。

此外,天津巧克力产业的条件得天独厚。据邓金刚介绍:“守着天津港,进口可可原料非常便利;华北平原干燥凉爽的气候,也适合巧克力生产。天津人乐观开放,对巧克力接受度高,甚至有人吃馒头、大饼也要夹块巧克力,称得上是‘万物皆可巧克力’。”

随着众多资源的汇聚,上世纪80年代末至90年代初,当地的乡镇企业开始蓬勃发展。及至90年代末,以太平镇为中心,天津周边一度涌现出200多家巧克力企业,涵盖村办、校办、家庭作坊。彼时,天津巧克力产量一度占据全国半壁江山,太平镇由此也被称作“巧克力小镇”。

邓金刚正是那个时代创业大潮中的一员。大浪淘沙,如今太平镇仍有不少巧克力企业,黑金刚是其中最大的一家。



▲迷语巧克力借拼多多加速销往全国。(田邦佐 摄)

眼下,随着国内份额不断增长,黑金刚正积极拓展海外市场。在市政府支持下,通过广交会等平台,产品陆续进入韩国、印尼、马来西亚、泰国等国。“一开始没想到,咱们的巧克力也能适应国外口味。”邓金刚笑着说。东南亚市场对甜度适中、品质稳定的产品接受度很高。一款在泰国便利店销售的产品,已稳定卖了五六年。“先把产品卖出去,说不定哪天,我们也会在海外建厂。”他表示,从舶来品到出口海外,中国巧克力正在完成一次甜蜜的反向输出。

从一个父亲想给儿子留份纪念,到让世界分享中国的甜蜜;从三件简陋电器,到全亚洲顶尖的生巧产线;从深耕线下,到在拼多多等电商平台大放异彩——黑金刚的故事,是中国巧克力产业发展的一个缩影,也是无数中国民营企业于时代浪潮中坚守品质、勇于创新的真实写照。

这份甜蜜的事业,还在继续。

文 岳付玉

## 押注新赛道:在新电商年销千万

黑金刚的电商之路,始于2018年的一次关键抉择。

2018年9月,深耕线下三十余年的黑金刚,正式组建电商团队。这一决策并非跟风,而是经过审慎判断——彼时,传统头部电商平台已被国际大牌占据,留给国产品牌的空间有限;而高速成长的拼多多正成为国货品牌的新阵地。

判断很快得到验证。入场不久,一款夹心巧克力迅速冲上类目第一,日发货量高达1.5万单。随后的蘑菇头巧克力、松露、麦丽素等产品接连走红,逐步形成完整的产品矩阵。截至目前,品牌在拼多多的年销额突破千万元。



▲工人正对巧克力成品质检。(田邦佐 摄)

电商负责人程青回忆,旺季时单日发货量最高达16吨,工厂几乎全员出动,邮政、顺丰等物流企业深夜11点仍在装车。黑金刚一度成为滨海新区邮政发货量最大的企业之一,成为“物流明星”。

但真正让黑金刚在电商领域站稳脚跟的是对品质的坚守和对用户需求的快速响应。电商不只是销售渠道,更成为连接市场与生产的神经末梢。

“现在我们推新品,不靠大量投放,靠‘冷启动’就能判断潜力。”程青说。这套机制源于一套从用户反馈反向驱动生产的完整流程——定期导出评论数据,通过AI分析和人工筛选,提炼出口味、克重、满意度等关键信息,直接提交至总经