

经济观察

李娜

经济的韧性，也在街巷烟火里

“没事儿，先尝尝。”在南开区西湖道边上，隔着窗户，“95后”王孟洋热情地和顾客打招呼。

这扇“窗户”，实际是一家小店。窗口整齐排列的铁盘里，盛着各种手工豆制品和面制品，店内也不过七八平方米的空间。“因为要当天做、当天卖，忙时早上三四点就得起，这样才能赶上10点开门。”这一干，就是3年。谈及这份辛苦，王孟洋说，“什么事想做好都不容易，但用心了，肯定会有回报”。说话间，又有两个年轻人慕名而来……

马路边、社区里，一家家小店“很小”，小到有的只有几平方米，甚至没有一个“正式”名字；但也“很大”，它们承载着普通人的生计和梦想，连接千行百业、服务千家万户，是城市经济的毛细血管与民生底盘。经济的韧性从何而来？透过微观看宏观，街面小店的寻常营生里藏着答案。

这份韧性，源于“一点点拼出来”的勤劳务实。赢得口碑的小店，都有踏实肯干的特质。有人开水果店，每日天还未亮就赶往批发市场进货，风雨无阻，靠货真价实和诚信把“新客”变成了“熟人”；有人经营快递驿站，从拉货、码件到取件，“一天下来，屁股几乎沾不着凳子”……这些场景，是小店店主躬身耕耘的日常，于个体而言是生计所系，放到整个城市、国家来看，则是经济行稳致远的坚实底气。

这份韧性，源于“洞察需求变化迎上去”的顺势而为。在守正中创新、在变化中寻找机遇，是发展的智慧，也是一些小店的生存逻辑。“因为年轻人很喜欢”，“90后”主理人在五大道小洋楼里开起“缝纫机自习室”，打造社交新空间；当异宠饲养逐渐从“小众”走向“大众”，有人办起异宠医院，专门守护那些特别的生命；回到小区楼下，你会发现有的快递驿站，为满足大家的需求还“兼职”做起了冷饮批发、团购生意……新需求驱动业态变革，一批有温度、小而美、小而潮的小摊小店应运而生，重新定义着“小店经济”的内涵。从年轻店主到年轻业态，从新场景到新模式，适应消费新需求的鲜活创业故事，带旺“烟火气”，为经济发展注入活力。

这份韧性，源于“遇困难有我在”的有力支撑。微观经济主体因“个头”不大，具备灵活应变的优势，也正因体量较小，在面对困难时，对社会治理的温度和政策支持的力度，有更为敏锐的感知。最近，武清区一家麻辣烫小店走红。忙不过来时，社区工作者轮班帮忙发号，还协调物业将小店对面的空置商铺改成等候区；街道更是第一时间统筹优化周边环境，及时消除安全隐患。小店被暖心托举，忙得“更有心气儿”。跳出一隅来看，天津早在两年前就已出台支持“小店经济”发展若干措施，还有地方推出金融支持个体工商户高质量发展相关举措……谈经济韧性，也是在谈发展环境。抓政策精准落地，做到“有事真上”，用实打实的“好环境”为经营主体培育发展土壤，“微观”愈有底气，“宏观”愈有韧性。

再看一组数据：2025年我国新设个体工商户达1619.4万户；成立3年以上的个体工商户数量达到8419.8万户，占个体工商户总量的65.8%；在网络交易平台开展经营活动的个体工商户数量同比增长14.7%……如今以个体工商户为主体的“小店经济”早已不是原来模样，其经营韧性持续增强，在数字化转型浪潮中并未“掉队”，经营业态不断向新向优。这是市场信心的注脚，更是经济活力的缩影。当每一家小店都能找准位置、深深扎根，影响的不仅是个人的日子，更是在构筑中国经济宽广而扎实的底盘。

是的，经济的韧性，也在街巷烟火里。夜幕降临，华灯初上。街边的小店齐刷刷地亮起了灯，小餐馆里年轻人聊得火热，水果店老板依然在忙碌。这样的“热气腾腾”和踏实奋斗，如同点点星光汇聚成河，正化作澎湃向前的强劲动力。

基层声音

把细节写在脚下

付昱

近来，五大道的海棠花竞相绽放，有游客注意到，脚下的地砖有点“不太一样”。不久前，和平区对五大道地区的人行道地砖进行了整体提升，特别选用海棠花造型的特制地砖，使之与海棠美景融为一体。

城市的诚意，往往隐藏在细节之中。一条道、一块砖，也可以被注入美学思考与文化内涵。地砖的铺就，正是把“欢迎”二字写在脚下，让每一位漫步其间游客都能感受到城市的心意。

把细节做成亮点，需要有敢于打破常规的创新思维，也要聚焦人们的实际需求。街角阳台变身“城市舞台”上演话剧、增设移动厕所解决“如厕难”问题、实时显示人流帮助游客合理规划路线……用全新的视角审视城市空间，善于接住人们情绪，便能在一个个不经意的瞬间“戳中”游客，让更多的人爱上这座城市。

细节，是城市写给游客的动人信笺，它将真诚注入每一个角落，让城市有了让人反复回味的理由。

从“走马观花”到“步步生花”

谷朋

“不就是一朵花吗，有啥好看的？”走在街头，无意间听到这样一句调侃。

的确，如果赏花只为“看花”，那确实少了一些趣味。时常翻新“花样”，让“一朵花”不再只是花，而成为一种情绪载体、一段可沉浸的体验，才会有更多人愿意为一朵花，赴一座城。

“借花生金”激活体验经济

“兹授权持券人作为‘临时外交特使’，进入旧居参与解密行动……”走进位于五大道的顾维钧旧居，可以得到这样一张“任命状”，开启一场“穿越时空”的旅程：探索一个个“暗藏玄机”的房间，品尝一杯“外交官下午茶”，或是换上一件旗袍，拍一组“民国风”的旅拍照……“海棠+洋楼”的独特场景，让“看花”有了历史的厚重、文化的韵味，这正是体验经济的鲜活注脚。

天气渐暖，次第花开，围绕“一朵花”深耕细作、跨界延伸的体验经济也悄然升温，不仅带动了消费场景的焕新，更在供需两端展现出双重潜力：对于消费者来说，它是满足精神寄托、提升生活质感的需求潜力；对于区域经济而言，它是拉动内需升级、拓宽增长赛道的发展潜力。透过“一朵花”看体验经济，看到的是消费升级的新方向、市场增长的新空间。

消费选择层出不穷的今天，人们之所以为情绪、体验

消费，是因为这样的消费方式既满足了人们对美好生活的期待，也顺应了消费观念的转变——从“买商品”到“买体验”。走进民国广场附近的KLAP KLUB文创店，游客丛小游和同伴已经挑花了眼。店长马莹莹表示，他们开发了海棠花扇、粉色马车冰箱贴等“天津限定”周边产品，“戳中”了年轻人“把一座城带回家”的情感需求，店面开业以来销量翻番。

这些创意小店的火爆说明，消费者不再只满足于标准化的商品，而是愿意为那些能承载个人记忆、表达独特审美、引发情感共鸣的体验支付溢价。顾客购买的不仅是一件物品，更是一段可触摸的回忆、一种可分享的社交满足，这不仅是消费品类的迭代，更是消费理念变迁的写照。

体验经济要形成规模，需要重塑供给与需求。有些地方体验经济增长乏力，原因在于供给端的创新不足：有的产品流于形式，缺乏有内涵、高附加值的内核；有的盲目跟风，“火得快、凉得更快”。回头来看，“一朵花”的诗意，功夫在于“诗外”。善于“借花生金”，挖掘花朵背后的文化底蕴、城市记忆，打造新场景、创造新玩法，才能真正实现从“走马观花”到“深度体验”的跨越，让体验经济焕发持久活力。

“主客共享”方能“近悦远来”

体验经济，关照的是背后的“人”，这其实是一场“城与人”的相互成就、双向奔赴。春日赏花，表面上是看花，实际

上是在感受一座城市的温情底色。

常有人调侃：“旅游，就是从自己待腻的地方去别人待腻的地方。”这句玩笑话背后，折射出一种现实尴尬：部分城市在景区化过程中，往往容易陷入“主客对立”的误区。对待“主”与“客”，不应厚此薄彼，这揭示了体验经济的深层价值：既待客有道，又便民有方。“主客共享”，让城市既有温度，又有活力。

体验是否舒心，考验城市治理的精度，这体现在“放得开”与“管得好”的微妙平衡之中。清明假期，阳光正好，一场“花间钟楼”市集，在五大道公园热闹开张。品牌主理人打开后备箱开始营业，手冲一杯咖啡，现烤一个汉堡，吸引不少人驻足消费……公园里，个人、商户有序摆摊；公路上，观光马车、游览电车各行其道，既有市井烟火的鲜活，又有城市治理的分寸，正吸引人“愿意来”“留下来”。

打动人的好体验，有时就藏在那些融入日常的小惊喜中。清明节假期，津城开启“花式宠客”模式：免费接驳车往来穿梭，串联起多个景区角落；不少机关单位免费开放内部厕所与停车场，一些洋楼庭院变身共享休息区……这些看似微小的举措，让“近悦远来”的城市形象在春日里愈发鲜活。

花开花落终有时，但“以花为媒”激活的体验经济新动能，却可以在四季轮转中持续生长，为城市发展注入源源不断的活力。

说道。当清明节假期撞上海棠花节，产生的“化学反应”就像一夜春风，吹开了潜在的消费市场，吹动了游客们的消费活力。漫步五大道，能在不同摊位前买到海棠花主题的文创、冰淇淋；能看到“照片打印”的简易摊位，女孩举着相机，帮游客花式出片；能听到有年轻人兴奋地商量，“下回咱也摆摊试试”。各种各样的摊位，展现春日经济的多种“打开方式”。从更大视角看，精美文创、国潮手作、创意小吃……随着年轻力量的加入，传统地摊正被注入更多新业态、新模式、新体验，为城市经济带来创新活力。

摆摊，折射一个人、一座城的韧性。年轻人摆摊未必是头脑一热、昙花一现。笔者采访的几位年轻摊主，有的坚持兼职摆摊两三年，足迹遍布城市的不同区域。有的则从兼职转为主业，“摆摊”超过6年，正向“资深摊主”迈进。还有的坚持“游客不走我不走”原则，一直摆到晚上10点……年轻人把摆摊当作副业、主业，乃至创业的起点，这是一种谋生手段，更是一种向上的姿态。一个摊位就意味着一份收入、承载着一个梦想、一颗敢于创新创业的心。而城市则负责为这一颗颗怀揣梦想的心兜底——包容的人文环境、多样化的消费场景、丰富的物理空间、强大的消费市场，这是年轻人摆摊的底气 and 希望，也是一座城市经济韧性的展现。

城市的活力不只体现在高楼大厦、车水马龙中，它还藏在每一个微小商户的成长里，藏在普通人的奋斗与坚守中。那些摆摊的年轻人，本就是城市活力的一部分。

如静水深流，这股风，亦是向内扎根的力。开放，从来不是单方面的“引进来”，而是主动“走出去”服务他人。走出去，往往需要踏平一些机制上的“坎坷”，解开一些流程上“绊脚石”。前不久，在天津海关所属天津新港海关的监管下，来自雄安新区的2544个拉杆箱从天津港装船启程，奔赴海外。据统计，今年1月至2月，天津新港海关共监管雄安新区出口货物1.21万吨，同比增长18.35%。企业需求个性化，服务也就需要更多元化。针对如今“出海”货类中时效性要求高、科技含量高的特点，天津新港海关新设了“绿色通道”，精准对接企业需求。协同打破壁垒，精准构筑通道，服务的精度与制度的温度叠加，作答的是一个问题：让没有海岸线的城市，拥有不逊于沿海的出海体验。

引进来，让各类要素在协同的支点汇聚；走出去，让更多企业从这里启航。当港口这扇窗为更大空间内每一个经营主体敞开，当港口真正成为区域的港口、协同的支点，开放的成果能够惠及更多经营主体，激发澎湃发展动能。这，也是协同发展的题中之义。

那些摆摊的年轻人

杨建楠

清明节假期，许多人会出门踏春，但有一些年轻人选择了另一种方式度过这几天。

上午10点，21岁的大四学生小王正在“海棠花手帐节×天津手帐集市”的一处摊位热情地推销手帐文创。中午12点，22岁的小周和男朋友整理好食材、工具，在和平区重庆道卖鲜榨橙汁。下午5点，31岁的小张从炒菜的厨师变身烤串摊主，在南开区一处居民区旁做起了副业……不同年龄、不同地点、不同生活背景的年轻人，却共同选择了摆摊。

有人说年轻人摆摊是妥协，是找不到好工作，是无奈之举，可放眼街头，当我们真的走近这些摊位，会有不一样的发现。

摆摊，摆的是情绪价值。摆摊除了赚钱，也能获得情绪价值，是对情绪消费的投射。“我很喜欢手帐，又是这家手帐工作室的粉丝，所以在线上跟店主自荐，做了代替摊主出摊的‘临时店员’”。小王即将大学毕业，她觉得帮喜

欢的店主摆摊，既跟自己的爱好相关，又能赚点零花钱，是很不错的人生体验。与小王不同，31岁的为为则以店主的身份摆摊。作为一家艺术工作室的负责人，过去一年，她参加北京等多地特色市集，累计出摊20次。“摆摊不只是为了赚钱，更是为了和粉丝见面，和大家沟通交流。”带着自己的文创作品摆摊，是她重要的社交活动。

像小王和为为一样，许多年轻人喜欢在特色市集摆摊。手帐市集、首饰市集、巧克力市集……越来越细的分类，让一个个摊位成为“同好”交流地。摊主与游客不只是卖家与买家的关系，也成为分享共同爱好的朋友。大家逛的不只是商品，更是氛围、是心情，是散落在每个摊位中的情绪价值。小小的摊位就像一把钥匙，打开新的社交空间、新的体验场景，带动更多情绪消费。

摆摊，也是风景的一部分。清明节假期恰逢海棠花节，五大道花海下的各色摊位，成为春日经济的一道景。“昨天还没多少摊位，今天突然就多了起来。”卖鲜榨橙汁的小周

潮涌津港，脉动京津冀

金之平

清晨8点，雄安综合保税区内，河北省一家制造公司的负责人已经忙碌起来，正准备将一批高端汽车模具发往海外，从这里到天津港，货物最快两小时运抵、无缝衔接装船出海。“我们楼上就是天津港雄安新区服务中心，涉港手续一站式办齐，中心还为我们定制全流程物流解决方案，感觉港口就像在‘家门口’一样。”

当京津冀企业出海更加便利，当渤海湾的“潮汐”直抵雄安新区，我们不禁要问：“港风”如何吹到“家门口”？

如潮汐翻涌，“港风”中藏着向上眺望的“势”。从天津港到雄安新区，只有一百余公里，天津港是距离雄

安新区最近的世界级港口。如今，这种“亲近”，化作港口功能的前移、服务模式的深化。在天津港雄安新区服务中心，企业可直接对接船公司、报关行、订舱公司、货代公司等，中心还与周边保定、胜芳等网络服务节点形成联动……服务能级的提升，背后是发展眼界的开阔。跳出港口看港口，跳出天津看天津，两个扇面格局明显，一个扇面向内陆，一个扇面向海洋，天津港犹如“中心轴”，辐射的、服务的、带动的是京津冀整个区域，这种空间的概念、发展的视角、开放的胸怀，正是“港风”劲吹的最强驱动力。

深一度

为“粉底液将军”卸卸妆

郭振

谁曾想，一部古装偶像剧，竟能带火没参演这部剧的演员。最近，古装剧《逐玉》男主角因妆容过于精致引发争议，被网友戏称为“粉底液将军”。网友群嘲之余，也翻出了《楚汉传奇》这部14年前的老剧，当白暂精致的面庞与刚毅粗犷的身姿同框，对比不言而喻，饰演项羽的何润东意外翻红，短短数日涨粉近百万。

14年前的“项王”，为何能打败14年后的“将军”？原因很简单：审美正常、符合逻辑。身披铠甲，油头粉面、阴柔浮夸何其荒谬？身为将帅，岂能不顾家国担当，只重儿女情长？群众的眼睛是雪亮的，“一眼假”的作品终将被淘汰，古装剧高质量发展，为“粉底液将军”卸卸妆势在必行。

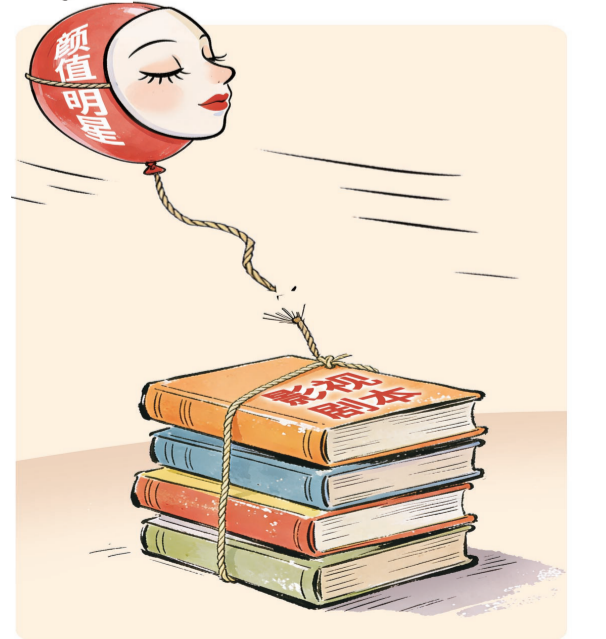
“粉底液将军”虽是网络热词，但妆容精致的将军却不是新鲜事物。有网友把众多古装剧中的将军集纳在一起，辣评“现在的将军像流水线生产，一个风格让人脸盲”。在部分古装剧中，历史沦为剧集背景板，剧情、叙事等一切都围绕“偶像”转，畸形审美蔓延，内容为王让步于颜值至上、流量至上……相似的外形、相似的剧情、相似的流量明星等，让本该传递主流价值的剧集变成流水线上的“工业糖精”。“粉底液将军”背后，是片面追求颜值至上的不良创作倾向。让人物的灵魂血肉代替脂肪堆砌的皮囊，电视

剧才能更加丰满厚重。这需要平台与制作方树立健康审美观念，摒弃“挣快钱”的短视思维；需要演员沉浸式融入角色，而不是简单“走过场”。为“撑得住铠甲”，何润东在拍剧前增肌至80公斤，他饰演的西楚霸王身披20余公斤铠甲驰骋沙场，威风凛凛锐不可当，尽显阳刚之气，网友称之为“古装武将天花板”。反观那些遇冷的古装剧，虽然背靠大明星、大IP，却内容空洞、逻辑混乱，令人大跌眼镜。

为“粉底液将军”卸妆，不能仅靠行业自律。相关部门需加强引导与监管，构建“良币驱逐劣币”的创作环境。近日，国家广播电视总局电视剧司召开座谈会，强调摒弃颜值至上与流量依赖，推动健康审美观念落地见效。遏制畸形“饭圈文化”同样不容忽视。钧正平工作室评论“粉底液将军”后，有粉丝甚至在评论区要求艺人工作室“取证”维权。引导狂热粉丝回归理性，让流量向上向善，才能深度清理“粉底液将军”的土壤。

人民群众对电视剧的需求，从来不止于颜值“好看”，而在于故事“耐看”。多管齐下，让电视剧作品真正体现质朴之美、自然之美、内涵之美，更多更优质的电视剧，将更好地丰富人们的精神文化生活。

漫话



莫让“颜值”遮住价值

近期，一些片面追求“颜值至上”“流量至上”的影视作品引发热议。文艺创作不能脱离基本常识，树立健康审美观念，坚持“内容为王、人物为本”，才能既“娱人”，又“育人”。

单君 画