

一箱蜜里的新甜头

■ 谷朋

有人说:乡愁,是记忆深处一口家乡的老味。
灶膛里烤熟的红薯,散发焦香;枝头上刚摘的山果,满口脆爽;木架上晾晒的腊味,回味悠长……风物各异、滋味不同,无不生于一方水土,承载着人们的乡愁。
然而,家乡老味不会自然延续,人们的味蕾也在悄然改变。有的味道渐渐淡出生活日常,有的在量产中慢慢变味,还有的故步自封,难以从“自家珍藏”走向广阔市场……
乡愁里的老味,如何历久弥香? 乡野间的特产,如何酿出新的滋味?

老味新“甜”

走进蓟州区孙各庄满族乡东葛岑村,沿着蜿蜒的山路前行,山间林木葱郁、花朵点缀,一个个蜂箱错落摆放,蜜蜂穿梭其间,“嗡嗡”的蜂鸣随山风起伏——这里便是蓟州蜜蜂科技小院。这座藏在深山里的小院,见证着一个山村的产业变迁。
蓟州北部山区林果资源丰富。早些年,核桃、板栗、柿子等山货,既是许多离乡人记忆里的家乡滋味,也是村民增收的重要来源。随着消费需求升级,山间的花蜜成了新的“甜蜜资源”。十多年前,东葛岑村开始发展蜂产业,高峰期年产值超过百万元。从前,花开是为了结果;如今,花香还可以入蜜。对新一代离乡人而言,乡愁的滋味里,也多了一份蜂蜜的清甜。
这是顺应市场之变,也是立足禀赋而变。一方水土,蕴藏着发展的多种可能。不因循守旧,不猎奇取巧,而是因地

制宜,从本土资源中寻找新的价值。东葛岑村没有丢掉山野老味,而是在林果产业基础上,让林间花蜜成为新的产业增长点。由此,老味便不是封存记忆里的标本,而是能在新需求中延续,在新的土壤里生长。
一份乡土口味的价值,不只在田间地头,更在不断延伸的产业链上。老味焕新,不是简单换个包装、添个卖点,而是要在特色资源的融合中,释放更多价值。最近,静海区台头镇不少西瓜换了一种“卖法”:原先按斤称,如今“按克卖”——台头西瓜味海河牛奶上市,“喝的虽是牛奶,尝到的却是小时候挖西瓜吃的那口甜”。两种老味碰撞融合,让一季鲜果跳出了上市周期,也让一方特产找到了新的市场入口。
老味酿出新甜,不能固守老套路、土方法。过段时间,蓟州蜜蜂科技小院,将再次迎来天津农学院专家,帮助蜂农解决养殖难题,提高蜂蜜品质。如今,在天津,香菇小院、小站稻小院、葡萄小院等,一个个科技小院扎根乡村、各处开花,田间地头的问题,成为专家攻关方向,高校里的知识,转化为产业发展的支撑。在这一过程中,那些记忆里的家乡味道,有了新的传承、新的表达。

“蜜”多吃

视线再转回东葛岑村,蜜蜂养殖规模有限,新蜜售罄之后的空档期,用什么来填补?
山林不闲,蜂箱不闲,经营的思路也不能闲。蜜蜂科技小院打造了一处科普研学基地。每逢假期,不少孩子走进山林之间,观察蜂箱,了解蜜蜂生活习性,还能亲手体验摇蜜工序,

感受养蜂的乐趣。从传统养蜂,到蜂产品开发,再到乡村研学,东葛岑村走出了一条一“蜜”多吃的路子。
一“蜜”多吃背后,是对乡村资源潜力的深度开掘。很多乡土物产,之所以让人念念不忘,不只是因为它本身的独特,更因为它承载着风土人情、文化印记。
于是,越来越多地方跳出单一“卖产品”模式,转而探索“卖风景”“卖文化”“卖体验”的多元业态。到“中国竹乡”浙江安吉,不仅能买到竹制品,还可以观竹林、嬉竹泉、赏竹艺,多种业态,开枝散叶;再看福建武夷山,当地将一片茶叶从杯中滋味,延伸到制茶体验、茶旅融合。物产还是原来的物产,但人与它相遇的方式变了,那些藏在其中的乡土记忆,便不再留存在过去,而是有了被感知、被传递的新路径。
说到底,对乡土风物价值的挖掘,本身就是在重建人与故乡的连接。随着城镇化进程加快,越来越多的人从乡村走向城市,故乡在空间上渐行渐远,下一代人对老家的故土物产越发陌生,因而,那些承载乡土记忆的味道,需要找到新的载体、新的形式。
当一罐蜜、一颗果、一粒粮,尝出新的甜头,原本模糊的故乡背影便有了清晰的坐标,让乡愁寻得归处,乡村看得见未来,那份深植血脉的老味道,终会酿出愈发醇厚的回甘。



给生活带来便利;忙碌的环卫工人,用汗水换来城市的干净整洁;还有在楼顶作业的建筑工人,不得不在高温环境下工作的车间师傅,是在为个人生计努力,也是在因一份责任坚持。于他们而言,“被看见”本身,就是一种无惧苦累的精神力量。
“被看见”,是期待;“看见”了,就要实实在在。
高温,考验劳动者,更考验用人者。有人只会“算小账”,于是冒着被查、被罚的“险”,想尽办法不发或少发;有人懂得“算大账”,他们深知人心最难得、安全过大天。让真正需要的人拿到高温津贴是法定义务,必要的时候再给他们多撑一把“遮阳伞”,这份“清凉”传递的是善、是暖,是对用人单位最好的宣传。
打通权益保障“最后一公里”,关键看现实的执行力。规定摆在那儿,对用人单位如何监管? 有需要的劳动者,是不是清晰地知道这笔钱? 处于相对弱势地位的他们,没有拿到时,又该以何种便捷、易操作、无顾虑的方式或渠道维权? 好的规定从纸上到手上,落地为被服务群体的幸福感,离不开宣传的“广”,监管的“严”,维权渠道的“通”。一份津贴犹如一面镜子,照见底线,照见尊重,更照见治理的智慧和效能。
最后问一句,您的高温津贴拿到了吗?

金之平 视线

高温津贴，争的只是钱吗？

■ 金之平

热！热！热！35℃、36℃、37℃……这个夏季,各地高温天气频现,给户外工作带来挑战。每到这时,关于“高温补贴”的话题总能触动人们的神经。
从近日一些地方发布的案例来看,有的企业用清凉饮品、防暑药品冲抵高温津贴,有的自定义“夜班不热”不予发放,还有的以约定了日薪为由不再单独支付……
根据有关规定,劳动者从事高温作业的,依法享受岗位津贴。用人单位安排劳动者在35℃以上高温天气从事室外露天作业以及不能采取有效措施将工作场所温度降低到33℃以下的,应当向劳动者发放高温津贴,并纳入工资总

额。如何发放,也早有相关分析解读,比如不能与防暑降温费混为一谈,与白天或夜间工作无关,也不能以清凉饮料、防暑降温用品实物或各类有价证券代替,等等。
那么,高温津贴,发的仅仅是钱吗?
从表层意义上看,是钱,它是一份报酬,是一种保障,是劳动者顶着太阳在高温下劳作业理应得到的经济补偿。在同等时间里,高温环境下的劳动强度和健康风险远高于常温环境,而额外的付出就应该得到对等的回报。
再往深处看,又不只是钱,更是一份尊重,是劳动者付出辛劳“被看见”的一种社会温情。烈日下的外卖骑手、快递员,

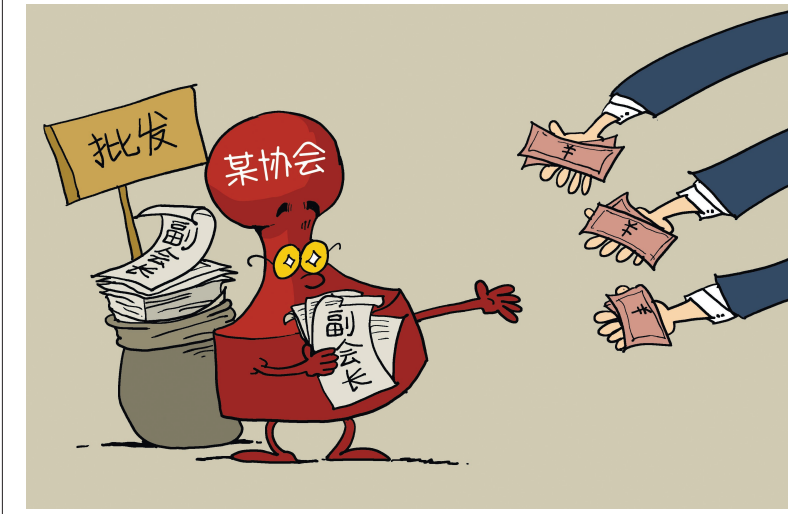
经济观察

■ 闫丽

这样的握手 多多益善

“5平方米停一辆车,机器人干的”,一家北京科技企业,将这样的“绝活”带到天津,只为“找伙伴”。另一家企业,带着在快递公司“打工”的人形机器人,也跨越城际而来,找的是“场景”——要把场景验证中心和出海支点,放在天津。
不久前,2026京津产业握手链接洽谈活动在津举办,不同的企业,不同的方向,但带来相同的启示:从找资源、找政策,到找配套、入链条。“找啊找啊找朋友”的故事,并非你来我往的客套寒暄,更是你中有我、我中有你的“链接”深度,是产业齿轮加速咬合的前奏,是协同发展催生的化学反应。越聚越强,越聚越聚,“链”的成长从来不是独木擎天,而是万千根系扎根土壤、同气连枝的共生共荣。
我们常说“远亲不如近邻”,如何让更多企业,尤其是龙头企业,在这里找到“好邻居”,让“链主”企业与“链属”企业演绎出“1+1>2”的协作智慧?
往深里看,这种“握手”的迫切感,击中的正是产业链向前、向后延伸的时代命题。向前,制造的前端——关键基础材料、核心基础零部件(元器件)等薄弱环节能否补齐? 向后,能否瞄准最新的消费升级和市场需求,提高附加值? 产业链的“拉长”,有时需要的恰恰是物理空间的“短”、化学反应的“快”。比如,龙头企业快速“牵手”,找到“亲戚”,意味着研发与制造之间不再隔着一道漫长的物流线,意味着链上的重要节点与关键支点更顺畅联通、更有力配合。在产业协同中,这种彼此需要、彼此成就的“亲密”,让链条变得更坚韧,也更具竞争力。
抓大不放小,让近邻成为最优解。走进津南区的天津海尔洗涤电器有限公司,智能气息扑面而来:机械臂翻腾腾挪,精准操作;电子屏幕上,数据实时跳动。“万物互联”的气象不只体现在厂房内。作为“链主”企业,海尔也带动天津本地智慧家电产业集聚发展。在八里台工业园区,近10家智慧家电上下游企业直接为海尔做配套。“链”之要义,在于连珠成串的协同之力。盯着“龙头”,也要看着“龙身”,既放大大企业的带动引领能力,也推动中小企业精耕细作,成为“配套专家”,产业链、供应链高效配合,自然就会产生“小河有水大河满,大河有水小河干”的生动景象。
抓点更扩面,让发展更具磁吸力。一条链上,看得见的是企业与企业的连接,看不见的是资源、要素的贯通、流动,由此而产生的“气场”,成就一个地方经济发展的生命力。当然,营造勃勃生机不能仅靠企业,而是高校、科研机构、政府等多元主体与企业协同互动、融合共生。这可以视为另一种层面的“握手”并进。今年上半年,天津智能机器人产业快速增长,背后有相关部门推出的六个“一”:一个行动方案、一个工作专班、一个产业联盟、一类专项基金、一批中试验证和柔性加工平台、一批应用场景,为机器人技术提供“练兵场”,加速机器人产品商业化进程。当多元主体的“手”越握越紧,当资源要素随“链”而动,既有参天大树也有葱茏草木的发展生态正在蓬勃生长。
这样的握手,确实应多多益善。

漫话



行业协会不是“帽子工厂”

近来,个别行业协会批量增设副职引发争议,有的协会甚至一次性选出100名副会长。行业协会不能把头衔变成生意。执纪问责、完善制度,才能杜绝这类乱象,让行业协会更好地发挥作用。 王宇 画

评论员 在现场

一场市集背后的“性价比”新解

■ 杨建楠

前不久,笔者坐网约车去宁河采访。司机师傅发现目的地是宁河,立刻说起芦台大集。“等哪天有时间,我得跟我媳妇儿去一趟。”
当下,购物渠道便捷多样,大集上的东西不出门也能买到。为了赶趟集跑几十公里,值得吗? 当笔者坐上宁河赶大集专线,发现还有人从更远的地方来——“我提前3天就让闺女在‘天津公交App’上预订车票了。”特地从河北省赶到天津西站坐大集专线的杨女士说。远道而来,只为一场农村市集,性价比是不是低了点?
恰恰相反。有网友早就说过:“不是商场去不起,而是芦台大集更有性价比!”所谓性价比,并非单指物价便宜,还意味着独特的体验感。
走进市集,烟火气扑面而来。这一边,吆喝声比人和商品先到。“先尝后买,甜梨啊!”“家里刚下来的甜葡萄,10块钱3斤。”倘若有顾客在水果摊前多站几秒,不等开口,摊主已经递上一片切好的梨、桃子、西瓜,除了好客之情,更饱含对自家产品的绝对自信。那一边,情绪价值拉满。卖鞋的摊主爽快幽默,“除了摊主不卖25,鞋全卖25。”卖煎鱼的摊主张口就夸,“妹子,你真会挑,就这个鱼最好吃。”
大集,聚人气、汇商气。人气、商气之下,藏着一个地方的风土人情、历史文化。这样丰富的内涵,或许已

经不能单用“烟火气”三个字来概括。大集更像一面镜子、一个舞台,在固定的时间内,把一个村、一座城的独特气质展现出来。
当我们身处市集,赶集买东西只是平常事。但当“赶集”与其他业态“牵手”,“赶集+”的经营理念下,性价比自然就高了。比如,“赶集+赛事”。“村厨争霸赛”上,民间“厨王”各显神通,把地道宁河味端上大集。比如,“赶集+就业”。前不久,一场“津冀夏季联合招聘会”开在了芦台大集,有村民现场投递心仪岗位,实现“家门口”就业。再如,“赶集+表演”。2026年宁河区“村光大道”桥北街道专场展演来到芦台大集,人们赶集的同时,还能听一出评剧、欣赏空竹表演……“我们将继续通过‘赶集+’发展模式,不断丰富业态与活动供给,让芦台大集不仅是群众日常采购的场地,更是传承乡土民俗、融合新潮文化的展示窗口。”兴宁集团芦台大集管理运营有限公司副总经理孙明佳说。
这几年,“性价比”成为热词,尤其受到年轻人的青睐。与此同时,情绪消费、体验经济正成为消费新风尚。把二者放在一起看,会发现,人们除了关注“物”的性价比,也越来越注重“情”的性价比。就像不管多远都要去赶集一样,为一场演唱会、一次比赛、一道美食奔赴一座城的人数不胜数。背后的逻辑异曲同工:人们不再只为物件买单,更愿意为一段美好体验、一份情绪慰藉付费。

深一度

■ 郭振

“熟悉的味道回来了!”
今年暑期,许多旅客意外发现,一些沉寂许久的普速列车相继回归:在川渝,T8801次至T8804次普速列车固定往返成都西站与重庆北站,点对点直达,全程仅50.5元的硬座票价,为川中、渝西北中小城镇沿线居民日常出行提供便利;在湖南,永州至长沙的平价“慢火车”于8月整月常态化加开,为湘南沿线群众新增高性价比的出行选择……
普速列车回归,动车组列车也“不甘落后”。暑运期间,长三角铁路在实行高峰运行图的基础上,安排开行暑运临时旅客列车32对,其中20对是直通动车组列车。在京津冀,北京南站新增1列从天津始发、途经廊坊的G7810次列车,G8915次列车运行延长终到天津站,进一步方便通勤旅客出行。高速与普通,一快一慢,共同支撑起暑运的不息脉动,为旅客提供更加丰富多元的选择。
火车要提速也要“降速”。提速,为的是压缩时间成本,提高运输效率;“降速”,为的是满足群众多层次出行需求。近年来,动车组列车密度不断增加,人们出行愈发快捷。可是,在那些未通高铁的县城、村镇,人们同样有着铁路出行需求。适当保留、恢复一部分“绿皮车”,不仅方便偏远地区群众出行,更能带动沿线产业发展,在层峦叠嶂中串起一道道“幸福线”。
“慢火车”的价值已在实践中得到充分检验。如今的四川大凉山早已迈入“动车时代”,但在老成昆线上,5633/5634次公益性列车仍不紧不慢地串联着普雄到攀枝花的20多个站点。票价最少2元,全程也只要26.5元,货物不收钱,禽类、水果、蔬菜和编织品都允许上车……老乡们管“小慢车”叫“移动的集市”,把自家的农副产品卖到附近镇子的集市上,然后买上粮食、水果、日用品回家。在鲁中群山之中,7053次“慢火车”已跑了半个多世纪,日复一日,年复一年,载着山货进城,如今又载着游客进山。村民们在车站周围做起了生意,城市居民特地坐火车体验、去乡村采摘。看似不起眼的“慢火车”,车厢内外皆是人间烟火。
在偏远地区,普速列车在长期坚守;在繁华都市,普速列车也逐渐回归。普速列车从未“落伍”,更低的运行成本、更便宜的票价、更高的运载量以及独特的复古、怀旧风格等使其长期受旅客追捧。对许多不那么赶时间的旅客而言,相较风驰电掣的高铁,“绿皮车”无疑更有性价比;对“特种兵”游客来说,乘夕发朝至的普速列车不仅能省下赶路时间,还能节约一笔住宿费;而那些一起返乡的学生、一起出发的务工人员,还能在车上共享一段快乐时光。人民铁路为人民。人们的需求被不断看见,高铁时代,普速列车始终在旅客身边。
普速列车还能在城市通勤、文旅融合中发挥独特作用。它可以作为地铁、公交的补充,也能塑造新的文旅场景。去年年底,武汉“2元绿皮车”回归,一批非空调普速列车往返汉口站与武昌站,相较地铁,这几趟车时间更短、票价更低,很受周边市民欢迎。今年春天,“武汉东至武汉东”“武昌至武昌”“汉口至汉口”环线开通,不仅为市民跨江通勤提供了平价、高效的新选择,也吸引众多外地游客体验。还有许多普速列车“变身”沉浸式移动剧场,如穿行京津冀的“津梁时光号”,冬日限定的“雪国列车”,入境游客占比达90%的“熊猫专列·锦绣天府号”等。各种各样的普速列车与高铁一道,在轨道上无声讲述着真实、立体、全面的中国故事。
京沪线上,“复兴号”动车组列车风驰电掣,车厢里的键盘声此起彼伏。和田与乌鲁木齐之间,“和田玉龙号”以不到80公里的平均时速缓缓驶过一个个沿途车站,农牧民登上“流动巴扎”,售卖自家的产品。发展需要快节奏,生活需要慢时光,快慢交织,所有人都不落下,共享发展机遇,共沐时代暖阳。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

当古人“走”出古籍，然后呢？

■ 王化娜

盛夏时节,宝坻城北,绿树掩映下的了凡公园内,游人如织。众多市民被了凡文化吸引,前来观光打卡。在宝坻,了凡公园只是“了凡文化”IP的一部分,还有了凡善廉文化展馆、了凡纪念馆、了凡广场、《了凡种稻》小短剧等。春节期间,宝坻区举办了第二届了凡新春文化庙会,吸引数万游客。
一个人,缘何能带火一个地方? 背后的逻辑值得人深思。宝坻区以“了凡文化”为内核,既通过场景塑造、沉浸式互动演出打造一个个文旅新产品、新业态,又通过文创开发、品牌建设等形式实现文化与经济的双赢。
打好文化IP这张“牌”,就要让历史名人“走”出典籍、“融”入生活。这个“融”的过程,意味着要用更接地气的方式、多元化的业态吸引人、留住人,也意味着为故纸堆里的人物与思想找到更多现实意义,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,当烟火气与文化味交融、情绪价值与体验感拉满,自然能为城市聚人气、汇商气、增活力。