

洋楼之美 一个“活”字点睛

李娜

开栏语

老建筑被唤醒,事关文化资源的活化利用,事关城市文化的活态传承。处理好保护与利用、传承与发展的关系,在创造性转化和创新性发展中赓续城市文脉,是盘活命题,更是发展命题。即日起,我们推出“新场景里品津味”系列评论,选取洋楼、老厂房等不同切面,以期通过观察这些不同场景下的“焕新之旅”,品品天津味,也说说内涵式发展的应有之义。

时下,到解放北路77号看一场沉浸式演绎展,成了很多人出门休闲的必选项。这里是原东方汇理银行旧址,一栋百年法式洋楼,白天有展、晚上有戏,带游客“穿越”时空,感受近代天津金融风云。

在被誉为“东方华尔街”的解放北路,“逛”的内容远不止于此。原开滦矿务局大楼推出金融历史文化展,将百年矿业的沉浮娓娓道来;北洋保商银行旧址变身“可以吃的图书馆”,将餐饮消费与文化阅读巧妙融合……一条路,半部近代金融史,在古今交融中续写着新篇。

天津的小洋楼老建筑很多,中西合璧、风格多元。过去,它们伫立在那儿“沉默不语”。如今,人们不仅能“走近”,更能“走进”。洋楼之美,美在哪?不妨从一个“活”字说开去。

活在当下,一道平衡命题

“北京四合院,天津小洋楼”,每一座城市都有独特文化印

金之平 视线

让服务晒在“阳光下”

金之平

去办事大厅办事,还要先交手机?近日,有网友爆料江苏连云港灌云县社会治安综合治理中心办事大厅禁止群众携带手机进去办理业务,甚至有工作人员直言“带手机进去都是断章取义的瞎拍嘛”。事件发酵后,当地回应称已对相关负责人进行批评教育,真诚接受社会各界监督。

“断章取义的瞎拍”,似乎是该中心禁止群众携带手机入内的理由。值得注意的是,就在事发前一天,有群众拍下办事大厅窗口9点没人在岗,当地随即回应称,当天8点26分人员已到岗上班,有工作人员在旁边接待其他群众。或

新视野

杨建楠

正值开学季,笔者在网上刷到不少关于课间饮品、宿舍饮品的推荐帖。产品五花八门,但几乎所有博主都会提到几个相同的关键词:低糖、低卡、健康。

今年,有许多商户感慨含糖饮料越来越难卖。国家统计局数据显示,今年6月,全国规模以上饮料产量1745万吨,同比下降3.2%。1月至6月累计产量9027.3万吨,同比下降0.5%。这是近5年来国内饮料行业首次出现半年度产量的同比下滑。比数据更具象的是产品的迭代升级。前不久,旺旺“官宣”听劝版旺仔牛奶——不止低糖、低脂,还高钙。旺旺集团董事长蔡衍明的一封内部公开信显示:2026财年第一季度,中国旺旺收入同比下降约6%,净利润更是大跌38%。

网友们把旺旺最大的竞争对手总结为“糖”,并吐槽旺旺的产品“太甜了”。有人说,现在越来越多人谈“糖”色变。大家热衷“控糖”“戒糖”的背后,是对健康的高度关注。如今,当我们进入食品类产品的直播间,总能听到主播们大喊“配料表干净”“零糖零脂”“适合身材管理期”……与其说人们对糖的看法变了,不如说人们的生活方式、消费理念变了。

含糖饮料遇冷,但新的消费热潮正在涌现。从中药面包、中药茶饮,到减重门诊、马拉松比赛、骑行……观察近年来引发一波波消费热潮的产品和项目,尽管它们来自不同领域,却都在围着健康打转。今年7月,国务院发布关于《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)的批复,其中设置了健康消费专栏,将实施促进健康消费专项行动。

健康消费从小众赛道走向大众视野,是多种因素作用的结果。看人口,截至2025年年末,我国60岁及以上人口已达3.23亿,占全国人口的23.0%,社会老龄化程度不断加深。看消费,居民消费正从温饱型、刚需型,逐步转向改善型、品质型。健康养护、运动健身成为新的消费诉求。看产业,生物医药、大健康、智慧养老等产业蓬勃发展的背后,是健康消费这件事上,供需双方可谓“一拍即合”。《规划》中提出大力发展健康体检、健康咨询、健康管理等新型服务业态。这反映出,“健康消费”并非看病吃药那么简单,运动健身、健康饮食、体检筛查、康复护理等都属于健康消费的一部分。

每个人是自己的健康第一责任人。含糖饮料遇冷,也恰恰印证居民消费观念、生活需求的提质升级:“治”不如“防”,攒钱看病不如投资健康。这背后是“投资于人”在居民生产生活中的生动落地。把资源投向人的健康福祉,激发健康消费潜能,引导更多人开展健康管理、投入健康消费,最终实现民生改善与内需扩容的双赢。

记。让老故事讲出新意,让新业态不失底蕴,如同一道关乎保护与利用的平衡命题,考验着城市深耕本土文化的功力和洞

察力。深耕,落笔是“活化”——在保护前提下合理利用,在传承中寻求发展,讲老建筑硬件层面的“塑骨”,也讲文化内涵维度的“铸魂”。

和平区花园路12号——李吉甫旧宅,一座新古典主义风格历史风貌建筑,在盘活改造中完整保留红砖墙体、拱券门廊等原有建筑肌理。同时,植入美术馆持续推进内容更新,设置沉浸式观影、合唱等多元体验,让老建筑成了新型公共文化空间。穿行五大道,先农大院与光明里的红砖洋楼里,文创商店汇聚小众香氛与独立设计好物,成了年轻人热衷的“打卡地”;在顾维钧旧居,原有的嵌入式书柜、老式铜制暖气片还在,镜头一转,是游客身着旗袍在百年建筑露台上拍照、品尝“外交官主题下午茶”的鲜活画面……

盘活老建筑,并非简单的物理修复,更是业态的重塑与价值的提升,是让文化活起来、可持续发展。“洋楼+潮咖”“洋楼+展览”“洋楼+戏剧”“洋楼+研学”……打开洋楼的方式有很多种,核心在于“匹配”——以需求定供给、以场景定业态。立足资源禀赋,贴合市场需求,打造有品质、有质感的内容形态与消费场景,老建筑深刻融入当下社会生活,本身就是一种文化美。

要“各美其美”也要“美美与共”

存量盘活,也需“生态”涵养。洋楼资源不是孤立的存在,活化利用与周边密切相关。

这里的“周边”,是产业生态层面的。串珠成链、聚链成势,系统思维下的盘活,可以重塑城市空间价值链条,让城市的文化特色愈加鲜明厚重。

上周末,在解放北路一处街角公园,遇到来自河东区的一家三口,他们去了天津邮政博物馆、逛了中国银行(天津)博物馆、参观了东方汇理银行旧址主题艺术展,说“看得不细,有机会再来”。由此倒推,从点到线到面,可体验的场景业态越是优质丰富,人们停留的时间往往也就越长。再说五大道,空间上将民国广场、先农大院等节点无缝衔接,让漫游动线更加流畅;业态上精准定位,塑造静雅睦南道、浪漫大理道等特色主题道路,寻求错位发展与优势互补,背后是相似逻辑——从单点突破到片区联动,丰富消费场景,让百年街区的文化魅力在串珠成链中得以整体释放,要“各美其美”也要“美美与共”。跳出一条路、一个区域看,道理同样适用。

这里的“周边”,更是治理层面的。盘活小洋楼等存量资产,看单体建筑的颜值、内涵,更看片区配套的内功。比如交通通达度。部分历史街区因路网狭窄、停车资源稀缺,常让游客陷入“进不来、停不下”的窘境。比如服务配套的温度。从完善休憩设施、优化导览标识,到提升餐饮、如厕等细节体验,这些看似细微的举措,实则是在创设一个主客共享、便民惠民的舒适空间。洋楼之“活”,活的是建筑,更是人心。当老建筑不仅好看,而且好用、好逛,这种有序、舒适的城市微环境,是对“洋楼经济”最硬核的支撑,也是让文化流量转化为消费增量的关键所在。

新场景里品津味,品的是洋楼之美,更是盘活路径、方法、成效与治理的智慧。在保护中发展、在发展中传承,用善作善成的劲头深耕城市文脉,老洋楼的新变化里,有高品质的文化体验,有百姓的好日子、发展的新活力。



而是公权力的任性,是“一刀切”的懒政。群众等到9点发现窗口没人进而产生误会,解释清楚即可。为躲避“镜头”,避免“麻烦”,不惜制定不合理规定为群众增加负担,这样的工作态度只会让群众产生更大误会。

监督是权力正确运行的根本保证。自媒体时代,人人都有“麦克风”,在不影响正常工作的情况下,习惯面对群众镜头、自觉接受群众监督是公职人员的“必修课”。以民警“镜头下执法”为例,全国公安机关为一线民警配备执法记录仪130万余部,全程现场记录,每一个执法环节、每一起警情案件的处理都被放到“聚光灯”下,人们亲眼看到执法过程,更加相信公平正义。公共服务也是同理,当相关单位、人员习惯在“镜头下服务”,虚心听取群众意见建议,才能以公开透明赢得群众信任和支持,持续提升服务水平。

“金杯银杯不如老百姓的口碑。”办事中心是为老百姓办事的,坦坦荡荡、大大方方为群众服务,没有什么“误会”不能澄清。

深一度



孩子不懂
还是大人不懂?

8月28日,国家动物博物馆内,两个孩子抓、踢珍贵动物标本,随行的父亲没有制止,反而把两件标本递给孩子,跟着一起玩闹,其间有标本受损。

王宇 画

去博物馆干什么

闫丽

如果你的孩子在博物馆打闹,你会怎么办?最近,有个热门事件引发关注,其中的两个画面,放在一起看,令人深思。一个画面发生在博物馆。濒危动物展厅里,两个孩子对舟山眼镜蛇标本和莽山原矛头蝮标本又抓又踢。随行的父亲非但没有制止,反而跟着一起玩闹。其间,标本受损。

另一个画面发生在野外。今年77岁的“蛇博士”陈远辉,常年从事莽山烙铁头蛇的研究保护工作,多年前,为了研究、制作标本,他中毒昏迷了三天三夜,最后左手中指被截肢。而上面被损坏的标本,正是由他捐赠。

这个对比,如此刺目,令人警醒:比毒蛇更可怕的是无知与轻慢。此事事发时不制止,事后不承认,家长无疑在向孩子“言传身教”。规则可以不遵守,责任可以逃避。标本的裂痕尚能修复,孩子心中关于规则意识、文明观念的界限一旦被凿穿,将难以修复。

此事并非孤例。上海自然博物馆里,孩子骑在狮子标本身上;国家动物博物馆内,有孩子在展厅里跑闹不断。问题是,去博物馆到底去干什么?如果答案是“遛娃”,那商场、游乐场显然更合适。博物馆不是游乐园,标本不是毛绒玩具。每一件展品背后,都是一段历史;每一个标本,都承载着自然之重,凝结着科研人员的心血,是人类对未知的叩问。目前,博物馆发布声明、陈远辉发声回应,均获得社会

广泛支持,说明自觉遵守社会规则是不争的共识。

孩子犯了错,家长总会说一句,“孩子还小”。小,不是特权,正因小,更需正确引导。比起给孩子脑子里补什么知识,更重要的是给孩子的心里装什么观念,给大众传递什么样的信号。回到“去博物馆干什么”这个问题,答案不止于遛娃、涨知识,还应是学规矩、懂敬畏,完成一场与历史、与自然、与规则的对话,给孩子幼小的心灵浇灌健康养分。正如国家动物博物馆工作人员呼吁的那样,“让尊重生命、敬畏自然成为走进博物馆的第一课”。这不仅是大众所盼、家长期待,更是一个社会走向成熟的必修课。

如果说,对孩子的教育是循循善诱,是柔性的,那么,对成人的约束就该是严守红线,是刚性的。一句“熊孩子背后有熊家长”,是义愤;一种不容侥幸、不容“下不为例”的惩处,是态度。每一个破坏行为,都应当付出与之匹配的代价;每一次失责,都应当被严肃追究。如果红线总可以被“孩子还小”击穿,那么类似的画面只会一再重演。孩子的成长需要试错空间,但成人的失范必须被纠正。软与硬,缺一不可。

靠完善的制度,而非舆论倒逼;靠有序的观念,而非一时妥协,建立起遵守规则、敬畏规则的社会氛围,这是每一个标本最好的“保护罩”,也是每一个孩子成长路上最生动的一堂课。

经济观察

谷朋

千吨重物怎么搬? 光靠蛮力不行,既要扛得动,也要走得稳、转得灵。

最近,天津造出了这样一对灵巧的“大力士”,即将漂洋过海,交付海外客户。它们是天津市沃尔德智能机器人有限公司生产的无人重载智能运输车:单车载重500吨,双车联动可负载1000吨,能横移、转弯、全向行走,两车协同也能步调一致,可谓“块头不小,身段灵巧”。

“大块头”的“巧身段”,体现在产品上,也折射出企业面对市场变化时的应变之道。企业一路打开市场,靠的同样不是一味拼“蛮力”,而是顺着需求变化不断调整、迭代。如今,重载装备用户的需求,不再只是“能搬动”,还要更智能、更高效。面对这些新需求,企业随之升级“产品大脑”:从只能感应障碍物,到能识别物体属性,再到预判运动状态,运输车越来越“聪明”,应用场景也由风电装备制造延伸至储能、数据中心、船舶海工等多个领域,产品已出口至24个国家和地区。

企业发展的“巧身段”,说到底,是面对变化时的应变力。市场越细分,需求越多元,企业越不能只凭一款产品、一个优势“包打天下”:固守既有优势,容易被市场甩在身后;只追逐风口,却缺乏技术支持,也容易在热潮退去后陷入被动。因需求而变、随市场而变,靠的是把技术积累转化为适配新需求、打开新市场的能力。“硬功夫”与“巧身段”兼备,才能把市场之变化转化为发展新空间。

练出“巧身段”,就要善于从细微需求中找准赛道,把“小场景”做成“大市场”。过去,企业推出产品往往追求覆盖更广的市场;如今,需求越来越细、场景越发多元,企业更要从真实痛点中寻找突破口。伽利略(天津)技术有限公司聚焦工业级特种机器人,针对化工、煤矿、电力等高危行业推出多款巡检机器人;望图智能科技有限公司深耕泳池清洁领域,产品售价不低却畅销海外……天津的机器人企业没有扎进“内卷”,而是以需求牵引产品设计、以场景拓宽市场空间,形成了差异化优势。可见,企业善用巧劲、错位竞争,也能在细分领域闯出一片天地。

“巧身段”要有一技之长打底,更要能将“独门绝技”灵活转化,拓展到更多领域。现实中,一些企业技术不弱,却困在“一单一做”的重复中,项目不少,能力却难沉淀。与之相反,菲特(天津)检测技术有限公司从汽车行业起家,将机器视觉、光学、人工智能等技术沉淀为通用能力,从零部件检测拓展至整车漆面、化纤丝锭、医药灯检等领域,同一套技术底座不断衍生出新业务。从“做一个项目”到“解一类问题”,看似只是服务范围在扩大,实质上是企业技术转化能力的跃升。如此一来,企业获得的就不只是一个个订单,更是不断培育新增长点的主动权。

当然,这样的“巧身段”,不是见风使舵、投机取巧,而是一种能及时调整、快速适应的韧性。市场有冷有热,需求有大有小,企业不能只在订单旺时一味扩产,也不能把小批量、个性化需求看成“麻烦”。在浙江,一些服装企业改造柔性产线,实现了潮流服装“一件起定”;在山西,一卷卷薄如蝉翼的“手撕钢”,成为折叠屏、精密仪器、航空航天装备等领域的关键材料……一个把“小订单”做出高效率,一个把“百炼钢”做成“绕指柔”,上演产业传奇。订单有变化,产线能自如切换;需求有升级,产品能及时迭代。这种灵活应变、游刃有余的“巧劲”,正是企业勇立市场潮头的十足底气。

市场的起伏并不可怕,怕的是企业停在原地、不知变通,甚至把过往经验奉为不变的教条。实践证明,练好“大块头”的硬功夫,练出“巧身段”的应变力,才能在变化中站稳脚跟、踩准市场节奏,在激烈的行业角逐中始终留有转身余地。

基层声音

本报与各区融媒体中心联合推出

艺术馆如何搬到家门口

何青华 孙林

家门口也能逛艺术馆! 近期,东丽区万新街道香邑花园社区打造的“家门口的艺术馆”,让周边居民迈出家门,即可享受“文化大餐”。

“家门口的艺术馆”,诞生于一场“双向奔赴”。以往,社区5000多户居民想看展、上兴趣课,都得奔波到十公里外的文化馆,而社区内多处配套场馆长期闲置。社区坐拥场地资源,却缺乏专业力量;区文化馆拥有优质文化资源,距离却有些远。立足群众文化需求,社区居委会与区文化馆“一拍即合”,文化馆输出专业资源,社区提供场地支持,闲置场馆被改造成社区艺术馆,既盘活了资源,又便利了群众。

优质文化生活是人民群众美好生活的重要组成部分。推动优质文化资源直达基层,需多些“一拍即合”的供需对接。立足群众需求,探索开展“自下而上、以需定供”的互动式、菜单式公共文化服务,可以让优质文化资源更好地融入城乡公共文化空间和群众日常生活,打通基层公共文化服务“最后一公里”。当社区街道与专业力量高效联动,“远水”更能“解近渴”,文化将更加触手可及。

『大块头』也要有『巧身段』