

两个“天美”里的天津味儿

■ 闫丽

用像素搭房子、建农场、挖矿……这个很多小朋友都爱玩的沙盒游戏“我的世界”，如今，在天津“生长”出一个现实版场景。走进河北区张兴庄大街86号，旧厂房里，铺满鲜亮明快的像素纹样，冠如伞盖的“像素树”点缀其间，错落建筑的红、白外墙上，不时“跳”出几个萌趣十足的符号方块……年轻的艺术气息扑面而来。这里曾是上世纪80年代生产电视、冰箱、洗衣机的天津家用电器三厂，摇身一变成为了86号天美艺术园区。

从生产家电到孕育创意，天美，这个名字，还有另一种打开方式，也带给我们更多思考：天美之美、天津之美，有多少种韵味？

老地方 新滋味

一方水土的发展气韵，藏于壮阔山河，显于产业沉浮，也流露于老地方之中。

说起天美，人们总会想到海河边、天津之眼旁的高校。如今，在距离天津美院北校区500多米的老旧厂房里，这个名字走出一条“文化产业化”的路子。

它没有停留在“旧厂房+咖啡+展览”的惯常公式，而是把天津美术学院的人才、设计与产业需求对接起来。高挑开阔的工业空间，变成了创意孵化、设计转化、品牌培育的现场。过去流水线生产家电，如今“生产”的是创意方案、美学产品和设计服务。园区里几乎都是天津美院校友创办的企业，“上下楼就是上下游”——这里的“天美”，美在产业筋骨，美在文化与经济的一体两面。

金之平 视线

城市需要什么样的烟火气

■ 金之平

网络上有个热门提问：“为什么哪儿都有大鱿鱼？”有网友开玩笑，坐飞机去旅游，结果到了美食街，吃的还是自家楼下那几样：大鱿鱼、臭豆腐、干涇酸奶……

四方食事不过一碗人间烟火。为美食奔赴一座城，也是为烟火气奔赴一座城。与食物相连的，还有热闹的街市、热情的店主、混杂着本地话的家长里短。从这个角度看，关于“怎么哪儿都是大鱿鱼”的问题，其实也是在问，城市需要什么样的烟火气。

很显然，大鱿鱼、臭豆腐代表不了一个地方的烟火气。烟火气是人气。夕阳西下，到海河边遛个弯儿，值得看的不仅是

再把目光投向海河边，天美艺术街区走的是“文化生活的”路子。没有围墙、不设门槛，艺术这个鲜明标签，走出校园殿堂，嵌入老城肌理，融入街角日常，审美成为一种生活方式、一种公共温度。在这里，艺文空间、生活美学、社交娱乐餐饮等六大主力业态，延伸消费链条，融合艺术与商业，打造潮流艺术消费新空间。这样的“天美”，联动“景区、校区、街区、社区”，美在公共审美，美在生活品质，让城市更新算的不只是产业账，更是情感账。

两个“天美”，一个偏向生产，一个偏向生活；一个重在产业培育，一个重在社区浸润。看似不同，实则共同印证了一点，作为重要的存量之一，文化资源可以转化为经济动能和公共福祉。文化与经济在这里不是两张皮，而是一枚硬币的两面；艺术既可以“活”起来，也可以被“用”起来。存量盘活不仅是物理空间的再利用，更是人才、内容、审美和生产要素的重新配置；城市更新也不是推倒重来，而是像“我的世界”一样，用一块块像素，在既有坐标上搭建新的可能。

存量盘活，没有“标准答案”

样本的意义不在复制，而在启示。跳出天美看天津，能看到存量“大变身”的更多模样。

天津音乐学院附近，音乐这个元素也被充分利用起来。不久前，学院旁，原天津市食品公司第一冷冻厂也“腾笼换鸟”，摇身一变成为了音乐时尚创意街区。今年5月，一冷天音艺库先导区正式开放。音乐现场，多元曲风轮番上演，美食板

块，汇聚精酿、咖啡、甜品等特色餐饮，宠物友好专区打造专属乐园，主题市集以潮流玩具为核心，搭配手作、文创等品类，沉浸式消费场景吸引很多市民前来休闲打卡。

同样的艺术，不同的呈现。存量盘活的“标准答案”，从来不存在。每一次盘活，既是“沉睡”资源的唤醒，也是生产力的提质向“新”。唤醒与焕新，关键在于因地制宜。要看空间条件，是适合创意办公，还是社区商业；要看资源禀赋，有没有高校、有没有产业基础、有没有独特城市记忆；还要看人群需求，周边居民要什么，年轻人要什么，产业要什么。天美艺术园区之所以走产业培育之路，是因为旁边有美院的人才与专业能力；天美艺术街区之所以走生活浸润之路，是因为老街区本身就有着密集的居民和现成的街巷尺度。换成另一个地方，同样的做法未必奏效。因此，找到开锁的那一把钥匙，至关重要。

高质量发展的新动能，常常蕴藏于对本土存量资源的创造性转化之中。一些看似“陈旧”的要素，一旦与科技、需求、场景深度融合，就能裂变出惊人价值。与其追逐一个又一个“网红模板”，不如多问一句：这块地方，究竟该长成什么样？有了这个追问，天津的每一块存量空间，都有可能长出独属于自己的味道。天津之美，最终美在生长；而生长，从来不是一个标准答案。



射烟火气之旺、流量之盛。但如果把西北角定义为“网红打卡地”并不准确，因为这里的“红”并非一时，而是可持续的。流量为什么一直在？烟火气为什么能留住？答案不是“早点”二字就能概括。从增加座椅、垃圾桶，到用彩绘提升“颜值”、举办特色市集，再到响应居民建议，商户一律戴口罩……围绕群众所需所盼，西北角一直在变。变化带来了流量，也让一股更整洁、更有质感的烟火气徐徐升腾。

可见，烟火气不是俗气、不是一时热闹。杂乱无序的地摊、千篇一律的网红景点留不住真正的烟火气。当前，城市更新持续深化。越来越多老旧小区、闲置厂房被盘活、焕新，新业态、新场景也越来越丰富。种种变化让城市美了“颜值”、提了“气质”，群众消费需求、生活方式提质升级。城市烟火，来源于人，来源于生活，自然也要随之升级。紧紧围绕人的生活之需、城的发展之需去寻找、去呵护，清新美好，质感十足的烟火气会浸润在城市的角角落落，抚慰每个人的心。

漫话



深一度

“带不带手机”不该成为一道题

■ 郭振

你的孩子上学带不带手机？

随着新学期的开启，天南海北的学生们如约奔赴校园，学校门前的道路更热闹了，公交车地铁里身穿校服的黑嫩面孔也更多了。相关数据显示，我国网民规模达11.25亿人，网民中使手里握着一部手机。

放学用手机打车，买东西用手机付款，地铁上用手机打游戏、刷视频，周末节假日用手机呼朋引伴……这些场景已然成为许多学生的日常。但在互联网上，关于学生该不该带手机的争论却持续了多年，无数家长老师为此忧心忡忡。个别学校没收学生手机，并用砖头、铁锤、水桶等当众销毁，也曾引发较大争议。

那么，学生到底该不该带手机？这道题困扰着全国乃至全世界，但细细剖析，它本不该成为一个争议性问题。农民种田该不该带手机，职场人上班该不该带手机，新就业群体工作该不该带手机？家长老师考虑这一问题之前，不妨先思索一下互联网时代有多少人可以在不影响日常生活的情况下离开网络。相关数据显示，我国网民规模达11.25亿人，网民中使用手机上网的比例达99.6%。未成年人互联网普及率更是高达97.3%。时至今日，手机已成为人们生活的一部分，它让学生的生活学习更安全、更方便。大禹治水，堵不如疏。与其“一刀切”禁止学生使用通讯设备，不如引导学生正确使用手机，提升网络文明素养。

教师的手机不能影响课堂，学生的手机同样不能影响课

堂学习。换句话说，手机应与课堂“绝缘”。其实，早在手机普及之时，许多学校就出台规定，禁止教师在课堂接听电话。近年来，一些高校、中学也在引导学生课前自觉将手机放入统一保管区域，有的学校在教室前方设立手机、手表收纳袋，有的学校在开学前统计需要携带手机的同学信息，家长报备后形成名单。这些实践都是有益的探索。把青少年的手机“管起来”，需要收纳袋、收纳柜乃至屏蔽仪等“硬件”，更需要符合本校实际情况，充分考虑学生、家长需求的管理机制。

当然，禁止学生携带手机的学校也并不少见。这些学校通常会设立公用电话，以满足学生与家长的通讯需求，但受限于休息时间与电话数量，打个电话可能没那么容易，有学校还用“不要让打电话成为你逃避学习的借口”等标语“劝退”打电话的学生。有些学校对手机的态度十分强硬，动辄处分、通报、回家反省。今年初，陕西省柞水中学一名女生因带手机被停课一个月，家长数次请求提前复课均被拒绝。这样的惩罚显然违背教育初衷。在一些管理严格的学校，学生们也在绞尽脑汁想对策，有人“交一个、藏一个”，有人购买可亮屏的模型机“顶包”。在这场“猫捉老鼠”的游戏中，学校与学生可能都会耗费更多资源和精力。

近年来，校园手机管理逐渐从“校规”上升为“法规”。一些地方明确学校可以禁止或严格限制学生携带手机等智能终端产品入校。手机禁入课堂是社会共识，但课堂外的手机如何科学管理，则考验着教育主管部门和学校的智慧。

经济观察

■ 谷朋

几天前，一艘10.5万吨级豪华邮轮“理想号”从天津国际邮轮母港驶出，载着2700余名游客开启了一场特别的海上旅程。以往，邮轮游更多吸引年轻人，这次航程却受到不少老年游客青睐。第一次乘坐邮轮的高奶奶难掩兴奋：“不用费心办签证，不用赶路、换酒店，上船就是度假，这样的旅行让人太期待了！”

这次“海上微度假”之旅，目的地是哪里？

答案或许出人意料——没有目的地。这是我国北方首个邮轮无目的地海上游试点航线。3天2晚的行程里，邮轮驶入公海巡游后原港返航，中间不靠泊其他港口。游客可以在甲板上看海吹风、赏落日星空，在剧场看演出、在餐厅品美食，还能体验亲子娱乐、休闲康养、免税购物等多元项目。没有赶路的匆忙，吃、住、行、游、购、娱都在一艘船上完成，一段全程“无目的地”的航线，成了文旅市场的新卖点。

“海上微度假”的走红，表面看是邮轮旅游产品的一次上新，背后折射的却是文旅消费从“目的地驱动”向“体验感驱动”的转变。过去，人们出游更看重“去了哪里”，打卡热门地标往往是行程的主线，甚至催生出一天跑多个景点的“特种兵式旅游”。如今，越来越多消费者不再一味追求“景点多、看得全”，而是更在意旅途是否松弛、体验是否丰富、情绪是否得到满足。这启示我们：挖掘文旅消费的增量，未必只能“圈地造景”，还可以创新内容、丰富业态，把既有资源重新整合、深度激活，转化为可参与、可停留、可消费的丰富体验。

需求端的变化，正在重塑人们对旅游的期待。近年来，短途、高频、注重体验感的休闲方式日渐走俏，房车露营、山野轻户外、秘境文旅等业态也从“小众尝鲜”成为“大众选择”。这反映出人们对旅游的期待越来越多元——既要看风景，也要有参与和互动；既追求新鲜感，也在意舒适度和获得感。于是，博物馆里，混合现实技术让人与文物“亲密接触”；山野之间，智能穿戴装备为徒步提供助力……越来越多新体验正融入旅行日常。对文旅市场而言，“一条线路、一套玩法”满足多数人的时代正在过去，能否读懂并承接细分、多样的需求，正成为打开消费增量的关键。

再看供给侧，文旅产业不能只靠简单扩大规模来做增量，盘活存量资源、挖掘产业潜力，同样可以实现供给创新。在天津举办的2026中国文化旅游产业博览会上，沉浸式光影、工业研学等项目集中亮相，“文旅+乡村”“文旅+康养”等融合业态不断涌现。这些新供给看似不同，背后却有着相通的逻辑：重新发现资源价值、打通产业边界，同一份资源，也可生长出更多可能。一片旧林地融入夜市、演艺、夜游，不断拓展消费新空间；一座老厂房植入研学、展览和互动体验，进而延展文旅新场景……可见，文旅供给的“新”，不一定从无到有，也可以通过场景重塑、业态融合，让沉睡资源焕发新活力。

需求在变，供给也在更新，但一次产品上新、一个场景走红，并不意味着文旅消费增量能够持续释放。少一些急功近利，多一些深耕细作，把新鲜感做成体验，把体验沉淀为口碑，才能让“一度爆火”变“持久长红”。河北唐山河头老街的热闹背后，是地域文化与现代场景的巧妙融合；山东淄博出圈之后，真正留下口碑的，除了烧烤的香气，还有城市服务和待客温度……这些地方没有一味追热点、出风头，而是持续深挖在地文化、优化服务体验，让“一次到访”的好感，成了人们“再次奔赴”的理由。

视线回到“海上微度假”的航程，“无目的地”旅途之所以迷人，在于它不再把“抵达”作为唯一目的，而是让旅途本身成为值得停留、细细感受的体验。对文旅消费而言，新的增量未必都来自新的去处，熟悉的地方也能发现新的风景。“诗和远方”，有时在远处的山海之间；有时，也藏在被重新发现的烟火日常。

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

从“引进来”到“一起干”

■ 王晶

前不久，滨海新区寨上街道惠阳里社区的创客空间迎来了自己的首批“房客”。天津理工大学毕业生赵明磊带着自己的设计工作室落户于此，主要给周边企业做手办、模具等3D产品。

年轻人为什么选择在社区创业？这背后藏着一场人与社区的双向奔赴。为帮助辖区青年创业，滨海新区寨上街道盘活了部分闲置资源，打造免费创客空间，不仅无偿提供场地，还免除了水电费。受到帮助的赵明磊也有所回馈。赶上街道想将科普教育向社区延伸，他利用工作室，为青少年进行3D打印培训，帮惠阳里社区补齐了科普服务短板。

从“引进来”到“留下来”，再到“一起干”，盘活存量，意义不止于让闲置空间“再就业”。以此为契机，年轻人的创业梦有了施展之地，社区也引进了新业态、新人才，增强了青年参与社区治理的热情。

基层治理，当以“实”字托底。社区的单位空间虽小，但有着无限可能。围绕既有资源、居民需求，主动去发现、去服务、去连接，会有更多双向奔赴的故事温暖人们的生活。

「海上微度假」何以受追捧

透过「成功学」童书霸榜看什么

■ 李娜

近日，一份少儿图书畅销榜单引发关注。在这份榜单里，《漫画儿童博弈论》《孩子，你要懂点人情世故》等带有功利色彩的“成功学”读物占据前列。“不要耿直，要学会拐弯抹角。”一些成人世界的权谋逻辑和功利思维正被画进漫画、包装成人生“金句”，堂而皇之地灌输给给孩子。

教“策略”“心计”的功利性儿童读物何以大行其道？流量之下，“伪童书”污染的只是孩子的阅读世界吗？当信息渠道深刻改变，当“劣币驱逐良币”成为一种现象，对这些问题思考显得愈发重要。

功利化童书打着童书旗号，收割的是焦虑的家长。家长普遍有望子成龙心理，怕孩子落后、怕孩子在人际交往中吃亏。这些“信号”一旦被网络捕捉，在算法推波助澜下极易形成“流量围猎”，将家长情绪点燃。比如，有的博主宣扬“如果你的孩子非常懒、做事磨蹭，一定要看看这本书”，有的则鼓吹“有‘狼性’的孩子才能笑到最后，不要把孩子养成绵羊性格”。如果自家孩子恰好有类似问题，作为家长的你，能有多大把握不去关注？

功利性童书泛滥，不只污染阅读内容，更带偏价值观。孩子的认知尚未成熟，对是非对错还没有清晰的判断标准，外界观点的灌入很容易先入为主，影响其价值观形成。什么是成功没有标准答案，成长更不能靠催化速成。从儿童的成长需求出发，精心选择几本真正契合心灵的好书，让孩子在阅读中体悟真善美的力量，这个由内而外的感知过程，本身就意味着成长。

说“伪童书”霸榜，谈的不仅是童书，更是整个网络生态与孩子健康成长间的深层关联。网络时代，网上的书、剧、事，可能会直接或间接地影响孩子。这边有带偏认知的“成功学”读物，那边是“努力读书不如当网红”的流量幻象。在这个由流量主导的网络生态里，一些契合孩子认知规律、充满人文关怀的优质内容，会因缺乏“爽点”被算法边缘化，而那些粗制滥造、迎合焦虑的“精神快餐”，却凭借精准的情绪营销和低价投流，轻易占据孩子们的视线。算法驱动的“信息茧房”正悄然窄化孩子们的认知视野，甚至弱化其深度思考能力。长此以往，后果难以估量。

从本质上看，网络环境也是一种教育环境、成长环境。当算法成为“看不见的手”，平台不能仅以流量与收益为唯一标尺，应主动优化推荐逻辑，为优质原创内容开辟扶持通道；内容供给方则须坚守“儿童本位”初心，沉下心来磨得起时间检验的文学佳作；监管部门更要强化内容审核，牢牢守住价值导向的底线。唯有各方形成合力，方能为孩子们营造一片清明健康的阅读与成长空间。