

盘活 从一粒盐说起

杨建楠

你能想象吗,“诗与远方”可以是咸味的。
在天津,盐除了能吃,也能“游”“玩”“学”。漫步天津长芦海盐文化旅游区,老与新的碰撞格外强烈——一边是老故事、老厂房、老盐田,一边是新业态、新体验、新玩法。一粒盐,何以传承老,又带来新? 千年盐场还有多少种打开方式? 要回答这些问题,先要从“盘活”二字讲起。

文化是最贵的

“本来没抱多大期待。没想到逛完直接被圈粉,妥妥的亲子游好去处。”一位网友如此评价坐落在天津长芦海盐文化旅游区的“知盐学堂”。今年暑假,有1.42万名中小學生来到这里了解古今盐业变迁、做盐塑手工、感受“盐渔一体”的传统民俗、认识各类煎盐工具和渔船……
“知盐学堂”的前身是建设于上世纪80年代的旧厂房。2024年,长芦盐场着手盘活这片闲置空间。天津长芦汉沽盐场有限责任公司党委宣传部副部长严海滨谈起当时的盘活工作很感慨,“房屋翻新并不难,难的是产业焕新,是想清楚把什么装进房子”。
的确,如果将盘活存量比作一场马拉松,找对了“盘”的方向,才有开跑的底气。长芦盐场的底气来自传承千年的盐渔文化。“文化是最贵的,也是最独特的。设备可以买,但文化买不来、复制不来,有着极强的稀缺性和独特性。”严海滨解释说。漫步“知盐学堂”,游客得以在盐田千年历史中体味河海津韵;在侯德榜、范旭东开创中国现代制盐工业的故事里感受工商文化;在满是老物件的沉浸式布景中探索民俗文化……

金之平 视线

头衔不是用来过“官瘾”的

金之平

“这官瘾有点大。”近日,一则“亚朵店叻叫政委不会尴尬吗”的帖子引发网友热议。不只是店长助理被称作“政委”,该酒店店长更是被称为“现长”,与“县长”同音。有网友质疑该酒店在玩“官场角色扮演”,有网友调侃“把酒店大堂开成县衙”。有店员透露,这样的称谓由来已久,是亚朵的文化。
住个酒店,迎面而来的却是“政委”“现长”,这样的场景连网友都觉得尴尬。至于酒店尴不尴尬,我们不得而知,不过恐怕酒店秉持“只要自己不尴尬,尴尬的就是别人”的信条,“政委”“现长”称谓也并不妥当,不仅容易引发公众误解,也不利于企业文化建设。

深一度

李娜

消费善意的戏码该停了

最近,两则新闻引发关注。
一则是湖北恩施市市场监督管理局发布通报,对涉事公司及冒充村干部身份的4名主播立案调查。他们穿村衣、戴党徽,自称基层工作人员,使用“村支书”“村长”等昵称,借助农名义,引导消费者下单。
一则是关于“影子账号”的。有人刷到重病求助视频,被患儿的治病经历触动后主动献出爱心,却落入他人精心设置的陷阱。这些视频是盗来的,账号是仿的,为的就是假冒患者或家属身份骗捐。
不同场景下的两件事,指向的却是同一问题——网络上的虚假套路正肆意消费善意,其影响远非个别惩戒可以消弭。
一个人被骗过,或被“狼来了”反复消耗过,下次遇到类似的事,大概率会质疑,也大概率会因难辨真假选择漠视。如此,不是善意淡了,是善被伤了。曾有媒体曝光流浪动物网络救助骗局,有主播打着“救助”旗号虐待动物,通过“卖惨”诱导爱心人士关注和下单。事后有人跟帖“我被骗了”“再也不犯傻了”……就像有人说的,比起骗局本身,这些留言的分量更重。尤其在网络上,信任一旦出现裂痕,就很难修复。
更何况,对善意的消费,伤害的不只是良善者,还有那些确实身处困境、需要“扶一把”的人。以身份背书,基层干部拍视频、走进直播间宣传乡村,这样的事例越来越普遍,而消费者也愿意为乡村好物买单。可假的骗了人,真的就得一次次自证,最后被灼伤的,往往是那些把镜头架在田间的实干者、那些想发展产业的村子。当造假者自编自导悲情故事,通过虚构苦难来收割关注,这样的陷阱多了,急需帮助的人发出求助信息时,也有被贴上造假、“卖惨”标签的风险。比虚假套路更可怕的,是善意被无底线消费后,激起的那一圈圈“涟漪”。
一个“真”字是症结所在,也是解题的钥匙。问题是,谁来保证“眼见为实”? 靠普通网民自己辨别? 这本身就不现实。见一个查处一个? 封号、删帖之后,造假者换个账号、换个名字,又能故技重施。违规成本低、经济回报高,“流量生意”仍能靠造假获利;平台不去守住传播关口,任由“劣币驱逐良币”,让假的比真的更容易获得流量;事事都等到曝光、通报之后再被动处理,等于在明里暗里地纵容造假,是对不良风气的默许。很多时候,逐利者并非是非不分,不过是打着自己的“小九九”,让价值导向的天平失衡了。
善意是宝贵的社会资源,也是维系人与人关系的一种温暖情感,但善意经不起辜负。别等信任变得稀缺才想起去珍视,消费善意的戏码该停了!

工业游+文化游,让老厂房越来越“新”,也让文旅商贸越融越深。以文化作引,游客们为一粒盐,开启一次旅程,千年盐场借文化之力拨动更多人的心弦。
把文化装进老房子,也是把特色装进老房子。一方水土养一方人,孕育一方历史文化。放眼各地,从工业游、市集、古街,到商业综合体、沉浸式演出,不少文旅业态都有相似之处,之所以能做出特色,各美其美,靠的就是不同文化底蕴的滋养。同样是在老厂房里引入工业游项目,依托啤酒酿造文化特色,青岛啤酒百年前的老厂房被改造为青岛啤酒博物馆,游客不仅能体验啤酒酿造全流程,还能品尝刚下线的原浆啤酒。而北京首钢园里,钢铁管廊变成了高空步道,冷却塔被改造为篮球公园,登上首钢滑雪大跳台,还能感受冬奥冠军同款高度……工业遗产与奥运冰雪文化融合,带动“体育+”新消费场景在这里绽放。立足特色文化,精准赋能,存量空间就能跳出同质化竞争,因盘而活,因盘而兴。

盘活,不给资源设限

跑好盘活存量这场“马拉松”,保持韧性至关重要。天津长芦汉盐文化旅游发展有限公司副总经理李双伟用“小步快跑”形容盘活过程,“我们不搞大拆大建,而是把现有资源充分用起来。每年盘活、升级几个项目,追求的是小投入、大产出”。
物尽其用的思路,让挖掘增量有了新角度。变生产场景为游览景观。部分盐田使用死碴静态结晶工艺,静置在阳光下,不需要人为干预。怎么把静置的“垃圾时间”用起来? 长

芦盐场在这些区域修建盐田大道、古法制盐体验馆,让盐田闲时不闲。变废弃生产工具为布景道具。如果坐观光车在景区绕一圈,一路上会看到各种挖掘机、压路机、铲车……工业风散布在景区的每个角落。这些都是工厂淘汰掉的废旧生产设备,如今在景区发挥余热。变工人为讲解员。随着企业转型升级,自动化和智能化技术贯穿盐业生产的各个环节,一些生产端的工人成了景区的讲解员。

盘活存量,不止于空间。涵养一直“盘”下去的韧性,就不能给资源设限。从人才、设备、时间,到技术、产能,“盘什么”的边界可以不断被拓宽。有的老字号盘活“压箱底”的老药方,打开了更大市场。有的化工企业盘活产能,借助新技术将废料转化为建筑材料进行再利用。还有的地方盘活时间,商业综合体开展潮汐停车共享试点,利用闲置区域停车场,面向居民推出晚上9点到转天早上9点的包月优惠活动,缓解停车难的民生痛点。跳出思路的“围墙”,潜力股可能就藏在那些不起眼的地方。因地制宜、因需而动,让更多资源动起来,活起来,增量自然能生长出来。

盘活存量没有完成时。这场“马拉松”能跑多远,能跑出多少精彩,看的不是体量大小,而是思路的宽度、文化的厚度,是那股深入调研、反复琢磨的韧劲儿。明白了这一点,一粒盐、一口酒、一滴醋,都有千斤重。



以“政委”为例,作为严肃的特定称谓,“政委”是政治委员的简称,是部队里负责党的工作和政治工作的领导干部。近年来,部分企业为加强企业管理、建设企业文化设置“政委”岗位,企业“政委”所从事的只是人力资源管理相关工作。这类特殊头衔一旦“破圈”传播,对外使用,很可能引人误解、违背公序良俗,甚至违反相应法律法规。

企业的市场竞争力从不取决于领导头衔的叫法,企业文化创新也绝非搞搞噱头那样简单。企业文化建设是一项系统工程,仅靠改几个称谓就想提高团队凝聚力是一种不切实际的空想,管理者以身作则、尊重善待员工、完善奖惩制度、畅通晋升机制等远比“碰瓷”几个称谓靠谱得多。而当企业管理者习惯“现长”等称谓,在满足“官瘾”的过程中飘飘欲仙,就很容易脱离实际。当一家企业充斥各种头衔、花名与互联网“黑话”,企业就容易陷入自娱自乐的幻境,难以专注业务本身。
店长就是店长,店助就是店助。让称谓回归本真,认真做好业务,才不会离顾客越来越远。

漫话



新视野

“津品”上新 “圈粉”海外

谷朋

一台机器人能潜入水下,自主识别环境、规划路线,完成泳池清洁和垃圾回收;一套VR(虚拟现实)体验项目,让人仿佛置身太空,在实时交互中开启探索之旅……前不久,在2026年中国国际服务贸易交易会京津冀展区,一批津产新技术、新服务集中亮相,拿下不少海外订单。
纵观本届服贸会,“出海”成为一大关键词。透过越来越多“津品”上新,“圈粉”海外的实践可以看到,如今的出海,已从单一商品出口,转向技术、服务等多元输出,这不仅要求产品过硬,连接市场的通道也要更畅通。对于天津而言,港口的区位优势、产业的集聚优势、城市的开放优势,正是顺应出海新趋势的重要支撑。拓展对外开放空间,就要抓住“港产城融合”这一关键抓手,将这张牌打出放大效应。
最近,津产机器人出海正忙。今年前8个月,天津出口机器人产品14.1亿元,同比增长437.4%。作为“新新三样”之一,机器人加速“驶向”海外,映照出产业升级的新势头。在这股新动能中,港口发挥的已不只是通道功能。产品从车间下线、装船远航,背后连接着研发制造、物流运输、海外服务等多个环节。港口的价值,在于将这些环节更好地衔接,让一次产品出海,串起一条服务链,延伸一条产业链。
换言之,港口与产业的关系,已由简单的“货从港走”,走向更深层次的相互赋能。在河西区国际航运大厦,货代、物

流、供应链等上下游企业就在上下楼,一趟电梯就能完成业务对接;海关、海事、银行等资源也聚到楼内。一栋靠海楼的宇,就这样把一条航运服务链“装”了进去。货从港走,产在城聚,这正是“通道经济”迈向“港口经济”的一个缩影。港口要从过路的渡口变成集聚产业的码头,让枢纽优势更好转化为产业优势、外贸优势。
要让更多“津品”跨越山海、走向全球,目光不能只盯着海上。向内,要把港口开放优势辐射到更大范围。近年来,天津持续完善海铁联运和中欧(中亚)班列网络,布局无水港和服务网点,让更多腹地货源接入港口、产业融入外贸链条,带动区域间生产分工、市场协作更加紧密;向外,要把港口通达世界的优势,转化为连接更多市场、增强发展韧性的能力。今年7月,天津口岸新增通往墨西哥的航线,部分货物运输时间可缩短8至12天。向内做大外贸基本盘,向外拓展市场空间,两个“扇面”一起打开,外贸发展的空间才能越做越大。
当前,国际经贸环境变量增多,更要以开放发展的确定性,应对外部环境的不确定性。对天津这样的港口城市来说,港口承载的不只是货物往来,更连接着产业、市场和服务。用好这一开放门户,放大产业优势和市场优势,才能让更多产品走出去、更多优质资源引进来,推动外贸由“大进大出”迈向“量质齐升”。

经济观察

闫丽

司美格鲁肽,能降糖、能减肥,很多人都知道。而稀奇的是,现在家门口就能打一针司美格鲁肽,不必再往大医院跑。

不久前,一则好消息传来,在日前施行的新版《国家基本药物目录(2026年版)》中,诺和诺德研发的司美格鲁肽注射液(诺和泰®)成为目录中唯一入选的GLP-1 RA周制剂创新药,这意味着高质量创新药物“下沉”至社区医院。就在三个月前,诺和诺德在天津生产基地追加2亿元人民币投资,用于提升一款注射笔的组裝生产能方。别小看这看似不算重磅的投资,这款小小的笔对于患者来说,非常关键。它针头细小,便于随身携带,可自行注射,还能清晰显示剂量,“咔嚓”一声,就能提示人们注射完成,能有效提升患者用药体验与治疗依从性。

一款创新药的两段“路”:快速“奔”向社区、高效流入人体。细观之,这背后,有制造企业的创新提速,也有生物医药产业链群协同,有城市治理与公共服务的默默护航,还牵出一个事关城市发展的大命题:先进制造,究竟是何模样? 答案也许就藏在从实验室到生产线,从生产到生活的每一次抵达里。

“持续做大做强先进制造业”,发展的信号愈发强烈。“先进”二字,是方向,也是路径。在很多人眼里,“先进”就是“高精尖”。上天的卫星、入海的大船、竞速的超算、“打工”的机器人,还有迈向500万级别To-ken(词元)量的AI(人工智能),都是“先进”的体现。其实,很多人身边的“小欢喜”也代表着“先进”。一款兼顾安全与疗效的创新药,一辆全3D打印、可智能分析数据的超轻自行车,一袋用科技手段完整保留小站稻甜糯特质的牛奶……“先进”也意味着普通人可感可知的便捷、安全和品质。

总之,向智能化、绿色化、融合化、高端化而转的现代化生产方式,很先进;以高品质生活为指向的价值导向,同样先进。

先进制造业的生动模样,首先要“顶天”。向微笑曲线两端延伸、向价值链上游攀升,高端化是先进制造的题中应有之义。不久前,在我市举办的京津冀“一月一链、一季一群”机器人整零对接活动中,来自京津冀三地的160家机器人整机和零部件企业、机构代表实地参观考察机器人小镇项目规划建设情况,三大功能分区将分别聚焦展销、生态、场景等,高校与信创头部企业打造联合实验室。“上下楼就是上下游,左右邻就是合伙人”,我们追求的是制造业高质量、高能级发展,是从单点突破到集群成群的百花齐放,高端化并非口号,而是由创新驱动,涉及技术、规模、质效、品牌以及标准的全面升级,它扎根于产业链每一层级,也激发于各类企业的协同并进之中。

先进制造业的内在气质,也要“立地”。高端化,并非高高在上。制造,看似是车间里的事、展台上的事,最终却是千家万户的事,是每一个人的事。随着公众健康意识的提升,褪黑素的市场需求正持续增长,但其工业化生产长期面临通路复杂、关键酶催化效率低等瓶颈。中国科学院天津工业生物技术研究所通过模块化酶工程与人工智能辅助设计,在大肠杆菌中构建了一条高效的褪黑素生物合成途径,为这一难题提供了新的解决思路。就像有人说的,制造的魅力,未必需要花哨的技艺、炫目的大屏,有时就藏在“想让生活更舒心点”的朴素心愿里。从生活之需中,从消费动向里,发现痛点、捕捉需求、回应期待,让实验室里的突破成为百姓枕边的安稳、日常的便利,这是先进制造最温暖的注脚。

向“新”而行,以“质”致远。“顶天”和“立地”,在天津制造的版图上不是两条平行线,而是同一条链上的不同环节。车间里的技术迭代、产业的创新创造,最终都要回答一个问题:它让生活变好了吗? 先进制造,先进在技术、在体系,也在每个人的生活。

基层声音 本报与各区融媒体中心联合推出

为基层治理插上“AI翅膀”

付罡

最近,和平区福方里社区居民的微信群、朋友圈常被短剧“刷屏”。与其他短剧不同的是,这些短剧都是他们身边的故事:社区工作人员把慰问老人、社区改造等故事制成AI短剧,广受居民好评。
AI赋能,让社区宣传从“没人看”变为“抢着转”。过去,社区宣传往往是单向传播,通知贴了、信息发了,居民往往扫一眼就过去了。利用AI短剧,把政策、服务、身边故事等用居民喜闻乐见的方式呈现出来,居民看得懂、愿意看,更愿意自发宣传推广。
AI为基层治理打开了一扇新门,各种大模型界面友好、操作简单,工作人员简单培训就能上手。把技术难题交给AI,社区工作者既能省出更多精力服务群众,又能为群众提供更多个性化服务。大城智管,挖掘AI的更多“打开方式”,更多“数字变量”将转化为“治理增量”,转化为群众可感可及的幸福景。

创新药『下沉』先进制造向上