上津云客户端
看往期电子报

2026年11月11日 星期三 责编:郭振

TIANJINDAILY | 天津日报

邮箱:tjrbpl@163.com

渤海潮

河海汇万象 “津味”在其中

■ 李娜

“约个时间,一起去看海鸥吧。”

进入冬季,提到天津,人们总会想起爱吃油酥烧饼的“天津鸥”。近日,第四届“东疆海鸥季”拉开帷幕,依托集章打卡、海鸥科普展、短视频征集等系列活动,打造沉浸式观鸥体验,活动刚开始就迎来一波热度。

“一城风韵半城水”,这是天津鲜明的城市形象,也是津味中具有根源性的一味。我们从海鸥说起,但要说的不只是海鸥。场景焕新,河海文化融于当下生活,成为可感、可知、可参与的生活体验,细细咂摸,“津味”愈浓。

风景到生活,中间是场景

河与海,若只能站在边上看,是风景;能走近、可体验,便是生活。转换之间,场景营造是核心内容。

先说新鲜感。场景有新鲜感,才有吸引力。社交媒体时代,注意力带来流量,流量能变现,已成某种共识。

“坐着列车去看海,窗外就是蔚蓝海岸,浪漫治愈。”打开社交平台,常看到有人推介滨海沿线“观海号”海岸列车。在中新天津生态城东堤公园附近,依渤海湾海岸线而建的小火车临海穿行,主打慢速漫游的观海体验。回到海河边,“时光列车”游船将与游客见面的消息同样引人关注。复古蒸汽火车头、经典绿皮车厢极具津沽特色,而集城市观光游览、沉浸式文艺演艺、主题商务活动等于一体的多功能场景设计,更是令人期待。

场景之新,首先新在独特。独特,不是猎奇,不是简单地什么热就追什么,而是基于“有什么”,找准适合做什么。从自身资源禀赋、城市肌理、历史记忆里“长”出来的场景,特色鲜明,立得住、传得开。

再说品质化。场景再独特,如果仅有吸睛的外壳,经不起细品,也很难留客。城市文旅的竞争,早已不是只比谁更会制造话题,而是比谁更能把资源转化为体验、把流量转化为持续口碑,谁能把业态做新、服务做优、品牌做响,让人愿意“一来再来”。

仍以海河游船为例,这些年海河游船持续升级“游船+”业态,接连推出相声曲艺、津味早点等特色航班,将天津的相声、曲艺、民乐搬上甲板,让游客在船上就能品尝煎饼果子等津味美食。打破“坐船看景”的局限,海河上的船成了流动的文化剧场、城市会客厅和消费新场景,吸引越来越多游客用脚投票。

场景之新,新在好看,更新在耐看。城市的韵味,可以品尝出来、观赏出来、聆听出来,需借助创意来体现,也要通过内容来支撑。于场景营造而言,主题选定、产品设计、细节服务等环环相扣,多一分精益求精的匠心、多一些彰显特色的巧思,使人乘兴而来、尽兴而归,往往能收获“近悦远来”之效。

河海之韵,不止于水岸风光

千百年来河海地利与城市人文相互促进,“水脉—城脉—文脉”深度耦合,构成城市发展的底层逻辑。跳出自然资源视角去审视,河海之韵,不只在河海。

走进杨柳青古镇,移步换景,处处有戏。运河为这里带来人流、货流,也滋养出杨柳青木版年画、剪纸、砖雕等传统技艺;不久前上线的文旅动漫情景剧,让观众跟着剧中人逛古镇、学非遗、赏灯展,使运河文化多了一个年轻化、数字化的表达路径。

视线转向长芦汉沽盐场,这座千年盐场有了“新盐值”:在智慧盐田中控室里,信息化、生态化推动古老盐田悄然蝶变;工业景区里,游客徒步攀登雪白的盐山,参观“知盐学堂”,体验现代科技裸眼9D,穿越千年盐业史。

正在焕新升级的南市食品街以“河海津韵”文化为核心,打造全时消费动线,“看得见历史、听得见曲艺、尝得到烟火、玩得出趣味”……

从运河古镇,到千年盐田,再到烟火街巷,属于天津的河海之韵从不止于水岸风光。这种韵味里,有水脉滋养城脉的历史纵深,有城脉承载文脉、沉淀出的生活厚度,也有文脉反哺城市发展的温暖与活力。

问起来过天津的人,对什么印象最深。有人惊叹海河沿岸的璀璨夜景,有人对街边早点小吃念念不忘,还有人记住了这里热情的人、这里的松弛感,这里的中西合璧、古今融通、开放包容。河海相见汇万象,何以“津味”在其中,而不同的人去品味,可能会给出不一样的答案。



金之平 视线

从赛事IP到城市品牌IP

■ 金之平

近日,《天津市推动汽车赛事经济发展实施方案》(征求意见稿)(以下简称《方案》)面向社会公开征求意见,提出积极探索承接F1等高规格顶级赛事,同时,常态化举办F4方程式等高水平赛事,推动赛事向城市品牌IP升级。

作为全球汽车工业的顶流,F1能带来什么?看看上海,今年3月F1中国大奖赛三天赛事,现场观赛总人次超23万,赛场周边15公里范围内的酒店预订量暴涨10倍,超百家商户参与票根让利活动。再看看“草根赛事”,近年来,各种“超”类业余足球赛如火如荼上演,以苏超为例,“1元门票带动7.3元周边消费”……

赛事是一个超级流量入口,赛事经济正成为推动城市高质量发展的“新引擎”。就像有人说的,一场赛事之于一座城市,很大的“资产”在于注意力——三天、五天,乃至一个赛季,城市被看见、被谈论。那么,当赛事结束、人群散去,这座城市是否还在人们的出行清单上占据重要位置?这正切中《方案》中的“城市品牌IP”这一关键词。

一场比赛,带火一座城。体育赛事,尤其竞技体育本身带有戏剧性、不可预测性,观赛者很容易“上头”,为热爱买单。但从赛事IP到城市品牌IP,还有很长的路要走。说白了,比赛让人来,城市得让人记住、让人还想来。两者的差别不在于时间长短,而在于融合深度——让赛事融入城市肌理,成为一座城的独特标识、独有气质。

从赛事IP到城市品牌IP,要往近处看。把消费场景建在赛场边,打破“看完就走”的惯性,是赛事延伸消费链条、带动城市发展的第一步。一张票根成为穿梭赛场与商圈的“通行证”,一件文创把赛事记忆转化为“社交货币”,一场夜游把赛场呐喊延续为街巷烟火……这种消费逻辑的升级,源自情绪消费的深层变革。从“买商品”到“买体验”“买情绪”,消费的天平正从商品转向服务,人们更愿意为不可复刻的场景记忆与情绪体验付费。城市不是赛事的背景板,而是不断延展的精彩空间。

从赛事IP到城市品牌IP,也要往深处谋。城市品牌IP,不仅意味着“办了一场很火的比赛”,更意味着“这个氛围为城市独有”,其中有场景的搭建、服务的精细,更有文化的积淀。比如,湖南株洲“厂BA”参赛的是本地工厂企业,看的是球,也是数十年历史的厂矿文化。再比如,云南楚雄“花超”把球赛嵌进火把节,把当地特产鲜花带入球场。回到天津,今年5月,2026武清V1赛车体育嘉年华把F4方程式中国锦标赛首次请进天津V1国际赛车场。赛场外,改装车展、赛道飞驰体验、美食市集轮番上场,一张票根连接住宿餐饮。做优消费场景,讲好赛事故事,一场场赛事的热闹,终将沉淀为一座城市的招牌。

经济观察

『不买清单』流行,说明什么?

■ 杨建楠

又是一年“双十一”。以前这个时期,人们热衷于讨论“必买清单”。但近两年,“不买清单”开始流行。

“我今年不买洗脸巾了,租房地方不大,不买量多的东西。”“不囤洗发水了,一想到家里还有好几瓶,每次都多挤一泵,更浪费。”“不买面膜了,买一次用两年。”……观察大家在“双十一”的购物心态,与其说是选择不买,不如说是拒绝囤货。为什么不再囤货?比如,为了让房子更宽敞整洁、为了不用临期产品、为了不浪费,甚至是为了在楼下随用随买,趁机散散步。

不囤货的理由五花八门,但都悄然指向一件事,就是高品质生活。越来越多人对“打折不买就是吃亏”的论调免疫。比起买得省不省,人们也开始关心住得好不好、用得好不好、心情好不好。现在,“性价比”并不单由价格定义,而要综合考量。有时,省下的时间、精力、空间,比省下几块、几十块钱更重要。

与拒绝囤货形成鲜明对比的,是一些服务类产品的热销。上门保洁、衣鞋洗护、搬家、体检,甚至上门做饭和宠物喂养,都有人趁大促下单。京东数据显示,截至10月30日,已有1.5亿个服务订单在“双十一”产生。家政服务颇受欢迎,销售额同比增长超240%。消费与生活紧密相连。在“买”与“不买”的对比中,消费升级进一步具像化。过去,人们“买买买”是追求心仪的产品有没有、多不多,不少人沉迷“网红”单品、潮流爆款。现在,大家则更看重好不好,更在乎体验感,开始愿意为节省时间、便利生活买单。

其实,“双十一”对消费者的意义,不只在于价格。“以前的‘双十一’,大家守着零点,等一句‘抢到了’。现在的‘双十一’,付尾款、查价格、申请保价……”网友们年年怀念以前的“双十一”,是因为除了能省下真金白银,那种零点秒杀的紧张感、低价入手好物的满足感带来的情绪价值也很让人“上头”。人们怀念简单的“双十一”,证明消费需求一直在,大家反感的是平台与商家层出不穷的套路。从近年来消费者的投诉情况看,价格不透明、规则复杂化、宣传失真等问题仍然很突出。在消费体验感越来越受重视的当下,“双十一”却让购物变成了复杂的计算题,需要消耗买家大量时间和情绪成本,也难怪吐槽声年年有、年年火。

从“‘双十一’买了什么”,到“‘双十一’还买不买”,变化的“买”字,是消费理性在回归,也暗含一种期待——那个单纯的“双十一”该回归了。



优惠规则 不是“解谜游戏”

定金、尾款、满减、红包雨、膨胀券……不少消费者吐槽,“双十一”优惠规则愈发复杂、价格飘忽不定,有些人对长时间参与大促感到疲惫。简化“玩法”,让价格公开透明,商家与消费者将更好实现共赢。

单君 画

词元“上架” 更要场景“落地”

■ 谷朋

“3、2、1,上架!”

今年“双十一”,在一位电商主播的直播间,倒计时话音刚落,便掀起一阵抢购热潮。这次,吸引大家下单的不是美妆、零食,而是词元。短短半小时,便售出10万份某平台的AI办公会员月卡,对应约2万亿词元额度。

词元套餐热销背后,值得追问的是:“囤”词元的人究竟是谁?有多少是出于真实需求,又有多少只是顺手“薅羊毛”?词元“上架”只是起点,要让AI真正融入生产生活,还需更多应用场景落地。

场景落地,先要让更多服务“用得上”。曾几何时,调用AI服务,资金成本和技术门槛都不低。对“大厂”来说,可以自建或者租用算力、组建专业技术团队;但对中小企业和个人而言,想要用好AI,不仅要掂量成本,还要跨过技术门槛。而今,国产算力成本持续下探,服务商优惠层层加码,“试一试”的门槛被一再压低。在京津冀数字人才港OPC(一人公司)社区,创业者可申报算力券、词元券,更加便利获得算力和模型资源;广州市海珠区推出“词元贷”等产品,纾解AI产业链相关企业的资金瓶颈。一个降成本、一个拓融资,降低的不只是企业使用AI的初始门槛,也为持续研发、打磨产品留出了空间。

场景落地,更要让潜在需求“放得出”。AI产业发展,不能只有技术供给,还要有真实需求牵引。工厂里有降本增效的需求,城市治理中有精细化管理的需求,日常生活中也有改善服务、提升便利的需求……这些实实在在的需求,都为AI应用提供了广阔空间。前不久,一场机器人产业场景机会发布会在天津召开,主办方开放了智慧巡检、狭小空间内壁清洁、自动化包装示范等应用需求;同时,将机器人成套生产设备、智能码垛设备、视觉定位导引等纳入技术供给清单。这样的供需适配,不只是让技术找到用武之地,更重要的意义在于,把产业难题变成创新的课题,让技术经受检验、迭代升级,能催生更多新产品、新应用。

场景落地,还需让产业生态“接得住”。词元经济,绝非简单地“卖词元”,从模型研发、词元生产,到交易分发、应用开发,各个环节紧密相连。要让词元驱动AI飞入千家万户、赋能千行百业,离不开上下游衔接、各环节协同的产业生态。北京亦庄建起一座“词元工厂”,布局AIGC(人工智能生成内容)影视、智能硬件、智能体开发等多元赛道,打造产业生态闭环;从绿电生产到智算调度,再到人工智能落地,内蒙古乌兰察布探索出一条“风吹草低见Token”的算力产业链。这些实践表明,激发词元经济的潜力,不能只靠某个领域单兵突击,多方联动、形成合力,才能把资源优势转化为产业优势。

归根结底,人工智能应用的成效,最终要落到生产效率提升了多少、运营成本降低了多少、群众办事方便了多少上来。词元经济的活力,不只在词元消耗的数字里,更在企业生产与群众生活的具体日常中。

深一度

发Token,查出勤,高校该如何用AI?

■ 郭振

人工智能时代,各行各业都在拥抱AI(人工智能),高校也不例外。最近,有两类关于高校使用AI的新闻引发关注:一是中国科学技术大学、北京邮电大学、同济大学等高校向学生免费发放Token(词元),为学生提供新型学习基础设施;一是多所高校启动智慧教室、智慧巡课、智慧督导等系统建设,把教学过程量化成数据。

高校该如何使用AI?答案当然不止一个。作为一项工具,AI可以提高科研效率,也可以方便教学管理。使用AI可以有很多种形式,但不论如何,AI不能沦为形式主义的表演工具。

前不久,一张关于南京大学智慧教室的系统截图广为流传,除实时的监控画面外,系统还显示出勤率、抬头率等数据。有网传教师通知显示,会用智慧课堂查到课率,直接影响平时成绩。南京大学随即辟谣,否认到课率挂钩成绩,称已不再统计抬头率。但相关争议仍未停止,其中一个很重要的原因,是近年来越来越多的高校引入类似系统。随着AI的发展,这类系统越来越精细,不只是查出勤率、抬头率,有的甚至能分析学生在学习过程中的情绪变化。当师生们的一举一动都被归纳为一条条数据,当教学质量、课堂评价与这些数据机械挂钩,师生就很难不被AI所束缚,校园管理也很容易走偏。

AI赋能课堂,要把握好度。近年来,许多高校不约而同建设智慧教室、智慧课堂,教室越来越“智慧”。这些学校的初衷,多是丰富教学资源,加强教学质量监控,有的高校授权选课学生查看课堂视频,方便其课后复习,有的高校通过线上线下双线融合模式对教学课堂进行督导检查。用AI辅助教学管理的确能提高效率,但AI并非“灵丹妙药”,AI统计得来的数据读不懂学生,不能成为评价师生的唯一标尺。

今年6月,中国教育和科研计算机网曾发布一个案例,某高校引入AI巡课系统后,一位教师的课堂被系统判定为教学效果不佳,原因是统计显示课堂上“学生使用手机300余次”,但实际上学生们低头大多是在翻阅教材、开展小组讨论,以及按照教师要求拍照签到。课堂上一位全程低头认真记笔记的学生,反而被系统标记为“注意力异常”。由此可见,AI得出的很多分析数据并不科学准确,它无法理解人的行为表现,更无法洞悉人的思维状态。退一步说,即便AI能完全准确地识别各种行为表现,管理者也不该过于倚重这些数据。倘若用硬指标强制学生抬头、举手、回答、坐前排,课堂可能会沦为一场刷数据的表演,失去传道授业的意义。

发Token也是同理。高校发Token,本身也是AI赋能教学科研工作的具体表现,它可以减轻学生负担,保障教学质量,促进教育公平。有专家指出,AI时代,Token正像实验室和图书馆一样,变成数字时代学习的基本条件。对高校而言,向师生免费发Token是一项值得肯定的探索,需要注意的是,Token发放之后,更要引导学生用好Token,不能“为发而发”,同时还需避免“一刀切”,理性看待Token使用率等数据。

面对AI这场大潮,高校探索的脚步从未停歇。去年,众多高校本地部署DeepSeek等国产大模型,建设自己的算力基础设施;今年,许多高校向师生发放Token,同时根据学校实际引导学生科学理性用好AI。在一些高校,人工智能与教育教学深度融合,优化了学生的学习体验,加深了他们对知识本质的认知。但我们同时也要看到,AI在某些场景下也在把人“框住”,比如课堂的分析数据、“一刀切”的论文AI率、任务式的AI融合课程。重形式轻内容,AI变成考核“指挥棒”,既增加师生负担,又干扰正常教学工作。

科技是把双刃剑。使用得当,它可以更好地解放和发展生产力,激发人的创意,提高工作效率;使用不当,它会给人们带来困扰,还存在隐私泄露等风险。在使用AI的同时尽可能避免“AI形式主义”,将每一份算力都用在“刀刃上”,才能更好挖掘AI潜力,发挥出AI的应有作用。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

“微更新”带来“大提升”

■ 付昱

前不久,和平区民园1920街区迎来开街一周年。一年多来,这里人头攒动、店铺红火,已成为外地游客打卡五大道的必到之地,也是本地居民漫步休憩的“城市会客厅”。

没有大拆大建,而是在保护历史风貌的基础上重塑公共空间、优化功能业态,以“微更新”带来“大提升”,民园1920街区的路越走越宽。改造后的步行街如同一条丝带,连接起民园广场与五大道公园,引入文创、艺术展览、潮流夜经济等多元业态,把沉睡的资源转化为发展动能。

“微更新”,其“微”在于精准,找准堵点痛点,用绣花功夫缝合空间、完善功能、导入业态。每座城市、每个街区的历史文脉、空间形态和产业基础各不相同,“微更新”没有万能模板,关键要找准独特的资源禀赋,宜文则文、宜商则商、宜游则游,让“微更新”精准嵌入本地产业链和生活圈,才能真正唤醒其独特价值,形成不可复制的发展优势。

“微更新”虽微,却考验治理的精度与智慧。以小见大、见微知著,方能在存量时代走好一条内涵式、可持续的城市更新之路。