

城市味道

英雄唐山

王胜强

唐山,又名“鳳凰城”。

1976年7月28日凌晨3点42分,强震骤然袭来,23秒之间,城市被夷为墟土,生命殁于瓦砾,那是唐山的暗夜。

唐山没有趴下,在灾难中不屈、从废墟中崛起。

今年是纪念唐山抗震50周年。站在半个世纪的历史坐标回望,经过地震劫难的新唐山,犹如凤凰涅槃重生,地区生产总值突破万亿元,现代化产业体系加快构建,唐山宴、河头老街火热出圈,东北亚地区经济合作窗口城市、环渤海地区新型工业化基地、首都经济圈重要支点建设蹄疾步稳。

废墟之上

清晨,唐山地震遗址纪念公园格外安静,高达7.28米的纪念墙上,密密匝匝地刻着大地震中遇难者的名字,庄严而肃穆。

纪念墙前的鲜花被展光镀上一层金边。年过六旬的刘金淑,再次来到唐山地震遗址纪念公园,脸上挂满平静。“我们思念逝去亲人,缅怀抗震英雄。”刘金淑说,“地震留下创伤,也让城市坚强,要向前看。”

50年前的那场地震发生后,有西方媒体断言:唐山将从地球上被“抹掉”。然而,压不垮、不服输的唐山,在党中央的坚强领导下,在全国各地的大力支援下,展开了一场与时间赛跑的震后重建。

震后第10天,开滦煤矿的矿工们头缠绷带,手裹纱布,徒步走回千米井下,采出了第一车“抗震煤”。

第14天,唐山电厂开始并网发电,汨汨电流为废墟中的人们点亮希望之光。

第28天,唐山钢铁公司第一炼钢厂1号炉前钢花飞溅,火光映红了断壁残垣,工人们称震后第一炉钢为“志气钢”。

地震那年,李国焕不到8岁。她的父亲是开滦煤矿一名普通矿工,也是挖出第一批“抗震煤”的唐山铁汉之一。“震后父亲第一时间出门救人,不到7天就回煤矿上班了。”李国焕回忆,父亲常说,大伙都铆足了干劲,得对得起国家,对得起全国各地对唐山的支援。

各种援建物资、10万余名建设大军从全国汇集,百余家援建单位日夜奋战。200台塔吊同时挥舞长臂,水泥搅拌车的轰鸣从清晨持续到深夜,抗震楼房一排排拔地而起,街道一条条延伸出去。

1986年,唐山复建竣工,经济恢复建设基本完成,23万户居民迁入新居,占总户数的98.5%。

1990年,联合国将“人居荣誉奖”授予唐山,评语说:这是人类灾后重建的典范。

伟大的抗震实践孕育出伟大的抗震精神,“公而忘私、患难与共、百折不挠、勇往直前”16个字,融入唐山人的骨血。“公而忘私、患难与共是人文精神,百折不挠、勇往直前是进取精神,两者相辅相成,构成了唐山抗震精神严密的逻辑关系。”唐山师范学院文学院退休教授杨立元说。

这份精神基因,引领唐山人在产业转型、生态治理、协同发展的道路上不断闯关。这份精神基因,在汶川地震等灾害救援现场再现,升华为整个民族共有的精神财富。

涅槃重生

走进开滦国家矿山公园,矗立百年的井架格外醒目,唐胥铁路零起点前,1:1全尺寸复原的“龙号”机车静静伫立,黄铜龙饰在阳光下熠熠生辉。

“开平煤矿是洋务运动中成效卓著、影响深远的实业项目之一,它终结了延续数千年的传统手工采煤模式,正式掀开了中国煤炭机械化开采的篇章。”讲解员郭子祺娓娓道来。

1878年,开平矿务局在直隶滦州一个叫乔家屯的地方正式挂牌成立。史料记载,那里原先“闾村烟户祇十八家”——不过只有18户人家的小村庄,却从此点亮了中国近代民族工业的星火。

煤挖出来了,还要运出去。1881年,中国自建的第一条标准轨距铁路——唐胥铁路开始铺轨。同年,胥各庄修车厂的工匠用废旧材料制造出中国第一台蒸汽机车,工人们在车头两侧各镶嵌了一条金属刻制的龙,称它为“龙号”机车。

以开平煤矿、唐胥铁路、“龙号”机车为发端,唐山接连诞生了中国近代工业史上的7个第一:中国第一座机械化采煤矿井、中国第一条标准轨距铁路、中国第一台蒸汽机车、中国第一桶机制水泥、中国第一件卫生陶瓷、中国现存最早的近代股份制企业股票、中国第一位本土大学教授……百年工业薪火绵延至今,唐山矿一号井“煤流不息”,中车唐山公司车间里,一列列复兴号驶出厂房奔赴全国各地。

发展并非一路坦途,同许多老工业城市一样,产能过剩、污染围城、科技水平低、产品竞争力弱、发展方式粗放,是唐山必须迈过去的槛。以钢铁为例,唐山曾以钢铁“一业独大”闻名全国,但早期依靠产能扩张,产品偏重于基础原料,以普材、建材为主,产品附加值低,同质化竞争激烈。

2013年,《国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》出台,一场“刮骨疗伤”的产业转型在唐山铺展。

张树平,时任唐山丰南贝氏体钢铁公

司党委书记。“曾被公司视若珍宝的35吨转炉,却成了削减目标。拆炉前,整整两天两夜没合眼。”张树平说,心里虽不舍,但产能过剩不解决,行业优化升级就无从谈起。

没有伤筋动骨,何来脱胎换骨。一座座高炉倒下,一座座矿井封闭,唐山工业在一次次的阵痛中孕育蝶变新机。

“我们研发的这款电工钢产品,能让新能源汽车电机铁芯铁损降低近40%。”首钢智新电磁材料(迁安)股份有限公司无取向产品研发工程师张鹤鸣说,这款厚度仅0.1毫米的电工钢堪称超薄电工钢领域的精品之作。如今,公司系列产品已实现全球新能源汽车头部企业全覆盖,国内每下线3辆新能源汽车,就有一辆搭载着“首钢芯”。

今年1月至5月,唐山46个特色产业集群总计实现营业收入3921.0亿元。“唐山拥有丰润轨道交通、玉田印刷包装机械等特色产业集群。”唐山市工业和信息化局产业集群推进科科长许光明说。

从原料级钢铁到科创级特种材料,唐山钢铁从规模取胜转向质量为王;向海图强步伐加快,2025年唐山港全港货物吞吐量达8.8399亿吨,稳居世界沿海港口第二位,曹妃甸港区实现40万吨巨轮常态化满载靠泊;中车唐山公司以数字孪生技术赋能全生产线,复兴号动车组驰骋全国、远销海外;机器人产业聚链成势,截至2025年底,相关企业达286家,全年营收137.1亿元,同比增长32.1%……

“工业摇篮”发力高端化、智能化、绿色化,唐山新型工业化转型之路越走越宽。

新城挺立

“来客啦,稀罕您来!”

初入唐山宴——被誉为“能吃的博物馆”,地道亲切的唐山方言扑面而来,瞬间将游客拉入沉浸式老唐山市井画卷。

青石板路蜿蜒穿梭,仿古楼阁、复古老店错落排布,复刻老唐山市井风貌。梨园盛世戏台之上,皮影、评剧、乐亭大鼓轮番上演;街巷间,饅饅、棋子烧饼等20余种美食香气四溢,300余种特色小吃沿街排布,烟火气息扑面而来。

“明天返程,我要把‘唐山味道’带给家人!”来自北京的游客高凯感慨不虚此行。唐山宴年均接待游客超500万人次,最高单日接待量达5万余人次。

逛了唐山宴,自然少不了河头老街。

伴随着开滦煤矿开采

而诞生的那条煤河,后因铁路兴起而日渐沉寂。如今,河头老街景区沿河而立,盛唐文化与开埠文化、本土民俗、商贸庙会融于一体,打造出北方水上大唐不夜城。

实景演出唐王东征的故事与老唐山的市井烟火轮番上演,戏台、茶馆、非遗工坊沿河排开。2026年春节期间日均客流量近15万人次;“五一”假期接待游客49.4万人次,同比增长21.6%。河头老街还先后获评国家级旅游休闲街区、国家级夜间文旅消费集聚区。

百年煤炭开采,在唐山市中心以南留下了一道“巨大伤疤”,约30平方公里的沉降区,平均低于市区20米,百姓形象地称其为“南大坑”。

覆土复绿、疏浚治湖、水体净化……唐山对整片采煤沉降区域实施全域系统性生态修复。绿地面积16平方公里的南湖景区焕发新生,成为涵养生态的“城市绿肺”。

此外,南湖·开滦旅游景区晋升国家5A级旅游景区,开滦国家矿山公园节假日预约持续火爆,南湖旅游景区接待游客人数持续攀升。

如今的唐山,不仅工业底蕴深厚,还有许多好玩的地方、好吃的美食,2025年旅游接待突破1.19亿人次。唐山,正在用一湖碧水与人间烟火,吸引越来越多的人走进来、留下来。

回望50年,废墟上立起新楼,高炉旁长出绿意,煤河边亮起灯火。唐山在大地撕裂之痛中站起,在废墟焦土之上重建家园;从“7个第一”的工业荣光中走来,在去产能的阵痛中转身;从“南大坑”的荒凉中出发,在南湖的碧波中抵达。变的是产业业态和城市风貌,不变的是那股子不服输的劲儿!

站在下一个50年新起点,英雄唐山永葆坚韧品格和奋进姿态,继续砥砺前行。



更多报道请扫二维码



茶海新翠

吴秉泽

200斤。青壮年背起行囊远赴山外讨生活,村庄一度陷入沉寂。

穷则思变。“高海拔、低纬度、多云雾”,既是产业发展的现实制约,也是得天独厚的生态优势。脚尧村一味三杯茶叶专业合作社理事长杨胜明说,村里先后试种过果树、冷凉蔬菜、中药材,最终还是茶苗顽强地活了下来。自1983年种下第一株茶苗起,40余载寒来暑往,脚尧村民以锄为笔、以茶为墨,把莽莽荒山变成漫漫茶海。

更值得称道的是,脚尧村民一直延续着“一亩茶叶三亩草”的传统种植方式,不施化肥、不打农药,割草堆肥养地,依托高海拔低温环境抑制害虫繁殖,再用雷公藤汁水等传统“土办法”防治病虫害,从源头守住了有机品质。脚尧村也因此成为雷公山地区最大的高山有机茶产区,脚尧茶叶

大暑时节,贵州省雷山县西江镇脚尧村在雄鸡啼鸣中徐徐苏醒。薄岚如纱,漫过层层叠叠的茶园,嫩绿新芽上缀着点点露珠,清莹透亮,在晨光里泛着细碎柔光。

早上8点刚过,茶园里便有了人声。研学导师王鲇蔓领着10多组亲子家庭踏入茶园,指尖捻过嫩芽,手把手教孩子们辨识茶青、轻采慢摘,山野间满是孩童的欢声笑语与淡淡的茶香。

自去年成为脚尧村“新村民”后,王鲇蔓在村里建起了老种子博物馆,把研学课堂搬进了茶园。上百组家庭跟随茶香而来,不仅为村寨攒起了人气,更帮当地茶农找到了销售新渠道。

脚尧村地处雷公山腹地,曾是个“雾当被盖地当床,秋风扫地四壁荒”的苦寒之地。山高水冷,土薄地瘠,水稻亩产量不足

陶然

来稿邮箱:fukan@jjrbs.cn



夜幕降临,数十盏非遗渔灯“游戏”仿生荷叶间,凭借中式美学的独特意境,上演锦鲤逐影美景——今年夏天,河南开封清明上河园景区的荷叶创意遮阳景观走红网络。

而在杭州孔庙的“府学荷香”集市里,游客穿行在巨型荷叶装置下,“接天莲叶无穷碧”照进现实。

用微透光材料制作的巨型仿生荷叶,就这样带着令人巧思与千年古韵,实现了实用功能、文化叙事与市场口碑的三重共赢。

坐能解暑纳凉,行能移步换景,拍能出圈传播。小投入撬动大反响的背后,是一场匹配市场需求的“有效供给”实践。判断供给是否有效,不在投入规模与成本高低,而是其能否精准切中需求痛点。

烈日当头,遮阳休憩是景区刚需。荷叶遮阳景观的第一层价值,首先戳中了游客夏季出行痛点:高温。游客在“荷叶”间穿行、小坐,雾森设备喷洒的水雾,伴着轻风送来凉意。“荷叶”撑起夏日清凉,是对游客需求的精准回应。

缓解暑热之外,荷叶遮阳也提供了有效的审美供给。这些“荷叶”并非“从天而降”,而是从设计之初就与开封、杭州的文脉无比契合。“一城宋韵半城水。”开封自古便有“五湖六河绕汴京”的说法,荷塘文化本就根植于其城市风韵中。杭州孔庙与荷花的适配度也很高,南宋临安府学选址于此,荷花是宋人雅致生活的缩影。

当荷叶从诗中意象变成可触摸、可穿行的实景,荷叶造型的遮阳景观跳出了单纯的遮阳功能,搭建起一扇通往宋代的文化窗口,让游客在纳凉间完成一场沉浸式的古今对话。

荷叶景观走红的最后一环,是它提供了社交传播话题的有效供给。无需复杂滤镜,也不用刻意构图,当游客置身“荷叶”下,随手一拍,画面里既有宋韵的雅致底色,又自带叙事与文化认同,天然具备社交传播属性。视觉、体感、社交传播的有效供给,让一处小小的遮阳景观,成了今夏出圈的“清凉符号”。

莲叶何田田,摇曳的不只是风景,更是一次关于如何“懂得”的启发。许多景区在规划时,习惯从资源禀赋出发,盘点家底、罗列景点,却忘了站在游客视角感受烈日下排队的焦灼、美感“大同小异”的失落、缺乏社交分享欲的平淡。几片“荷叶”看似简单,但却完成了一次从“我有什么”到“你要什么”的思维转换。

这片“懂游客”的“荷叶”提醒我们:好的文旅供给,不必执着于大投入、大制作,把握游客的真实需求,把巧思用在实处,让功能贴合刚需,让审美扎根文化、让体验适配传播,小切口同样能做出大文章。

藏
蒲

懂族

活中的经济学

荷叶