

春运铁路上,他们争分夺秒“踩蘑菇”

早上8点,中国铁路北京局集团有限公司南仓站编组场上,往常喧嚣忙碌的调车作业按下“暂停键”。这片刻的安静,对于该站设备检修车间减速顶维修组而言却是争分夺秒的“黄金时段”。

接到调度命令后的班长王森和7名同事迅速就位,打响一场“踩蘑菇”大战。

编组站的“蘑菇”,学名叫减速顶,外形酷似“蘑菇”,是一种液压装置,当火车撞上减速顶时,减速顶本

身会向下移动,而底部的杆子会抬起并推动铁路线路上的垫石。这个过程会吸收火车的动能,使其速度减缓或完全停止。维修人员常常要通过踩踏减速顶来判断其内部液压装置的运行状况,他们也因此被戏称为“踩蘑菇的大叔”。

南仓站上下行编组场共有5757台减速顶,王森所在的上行维修组必须在一周内,靠着每天40多分钟停轮修时间,保质保量检查完毕。

当天,他们的任务是完成13道

300多个减速顶的排查任务。踏入股道,大家瞬间进入状态,默契地分成两边,沿着线路逐个排查,不敢有丝毫懈怠。王森大步迈向1号减速顶,用力一脚精准踩下,凭借经验感受回弹力度,弯腰俯身手持自制拔顶器对减速顶帽头巧妙上拔,仔细甄别止冲零件是否有松动迹象。随后,他半跪在冰冷的地面上,用卡尺一丝不苟地测量高度,抄起扳手对固定减速顶的双头螺栓逐一进行紧固。

作为全国三大编组站之一的南仓站,日常作业量大、办理车数多,减速顶检修工作压力大,“每个减速顶都是一道不可逾越的安全阀,我们必须认真‘踩’好每一只顶,才能牢牢守住安全底线,让列车编组作业无后顾之忧。”王森笑着说。

8时40分,王森和同事们结束当日阶段性检修任务,踏上返回工区的归途,迎接下一阶段的保养和室内维修任务。

本报记者崔晓雪 通讯员李雪菲



中建五局万卉路项目日前开展“情暖建筑一线”活动,组织各班组成员一起包饺子,让他们感受家一样的温暖。 沈岳 摄

以青春之声传法治强音

在公安河东分局春华派出所,有一支年轻的普法队伍,他们主动深入学校、企业、社区,为群众带来政策解读、法律宣讲和安全提示,用通俗易懂的语言和群众喜闻乐见的方式,积极传播平安“好声音”,成为深受群众欢迎和信赖的“青春宣讲团”。

青春宣讲团由19名民警辅警组成。2024年成立之初,为实现将法治声音送进千家万户的目标,宣讲团成员经常向经验丰富的老民警“取经”,社区民警罗汉军成了他们的指导老师。

“艰涩难懂的法律条文,要转化成通俗的语言,让群众听得明白。也不要追求猎奇,就讲那些日常生活中可能会遇到的事情,这样才有针对性。另外,大家要是有什么才艺,也可以用起来,让宣传形式更活泼,可以加深印象。”罗汉军将多年来的社区工作经验毫无保留地传授给青年民警,他到社区进行普法宣传时,也会带着青年民警一起感受现场氛围,学习宣传技巧。

理论结合实践,令宣讲团成员获益匪浅,也坚定了要打造

“言之有物、传播有效”普法平台的决心。他们利用业余时间一遍遍打磨宣讲稿,演练互动问答环节,力求达到最好的效果。随着宣讲的“名气”大了,接到的宣传“订单”也越来越多。在每一次普法过程中,宣讲团注重了解群众诉求和关注的热点,不断对内容进行改进、丰富,让普法宣讲越来越接地气。

“我是一名社区民警,刚工作两年,下社区走访时总感觉与居民有些距离。加入宣讲团后,我不仅学到了如何宣讲反诈知识,也学会了如何与群众交流,对日常工作帮助很大。”谈到自己加入宣讲团后的成长,民警李澳如是说。不仅是他,其他宣讲团的成员也都在一次次宣讲中水平得到提升,与群众的距离也渐渐缩小。

“今年,我们还将继续扩大宣讲范围,根据群众反馈,不断更新宣讲内容,探索更多宣讲形式,如线上直播等。同时,计划与专业人士合作,为群众提供更专业的法律咨询服务,帮助群众解决困难和问题。”宣讲团负责人表示。

本报记者孙伟

在维修一线淬炼匠心

在新天钢集团天钢公司质量检验部的中心实验室里,有这样一群人,他们是设备的守护者,用专业与担当,为生产的顺利进行筑牢根基。他们就是维修组的师傅们。

平日里,操作台上、机架之间、仪器旁边,随处可见他们忙碌的身影。他们手持各类工具,不放过任何一个细节,定期的设备全面检查和预防性维护,是他们保障设备稳定运行的重要手段。在这个过程中,他们凭借敏锐的观察力,及时揪出潜在问题,将隐患扼杀在萌芽状态。不仅如此,他们还积极学习新技术、新知识,不断提升自身的维修技能。

为提高设备运行效率,维修组的师傅们在技术革新的道路上不断探索。他们利用废旧材料,给氧氮氢实验设备加装外置风冷;为制水机巧妙增加止水壶,有效控制流速,避免溢水现象发生;对碳硫分析设备的电磁阀进行创新改造……一系列举措,不仅成功解决了设备难题,还为公司创效1万余元。

近日,中心实验室一台关键的实验设备突发故障。接到任务后,维修组的师傅们第一时间奔赴现场。

该设备技术先进、结构复杂、部件精密,无疑给维修工作带来了巨大挑战,师傅们却没有丝毫慌乱。他们一边与厂家取得联系,通过远程视频,详细沟通设备的各项技术参数与可能出现的故障原因,一边凭借丰富的经验,对设备进行细致入微地检查。

在大家的共同努力下,终于精准定位到了故障点。紧接着,师傅们迅速展开修复工作。扳手的转动声、零件的敲击声交织在一起,奏响了一曲紧张有序的维修乐章。经过一番争分夺秒的奋战,设备终于被成功修复,重新“精神抖擞”地投入到工作中。

在天钢公司的保产服务链条上,维修组的师傅们虽身处平凡岗位,却发挥着不可或缺的作用。他们用自己的智慧和汗水,诠释着敬业与担当,为企业的高质量发展注入源源不断的动力。

本报记者吴淑平



中建三局天津大学智慧物流项目日前对春节期间留津的施工人员进行了安全培训,让大家通过VR眼镜、传感器和手柄交互等设备感受各种突发情况的情景模拟,提升安全意识和技能水平。 张磊 摄



连日来,为应对即将到来的寒潮降温,国网天津电缆公司对相关保电保供线路提前开展红外测温,确保设备供电可靠。 沈岳 摄

34座城市、57种菜系、370家餐厅上榜——

一份指南,透视餐饮之变



京津冀老字号联展暨石家庄美食节日前在河北省石家庄市正定古城举办,来自京津冀的中华老字号、地方名优新特品牌等80余家企业参展。图为美食节现场。

地域饮食、小众菜变成新热点

赛香鸡、井冈烟笋、响螺……跟大众游客一样,餐饮从业者每到一个新的地方,喜欢品尝当地美食和厨艺,不过他们还会更进一步——挖掘当地的食材。

2025年“黑珍珠餐厅指南”在江西南昌发布,现场,赣菜原料的展览吸引了不少主厨驻足交流。去年江西小炒火爆出圈,赣菜也首次登上“黑珍珠餐厅指南”。随后全年数据显示,全国赣菜精致餐饮门店数增长7%,线上流水增长超40%,订单量增长超50%,消费者为新鲜地道的风味投出了真实的每一票。

人们对地域饮食文化的热爱和探索,持续为精致餐饮提供新增长空间。美团数据显示,除了北上广深,更多城市迸发出新的消费潜力,2024年,二三线城市的精致餐饮门店数量同比增长接近30%。“物理空间上,更多精致餐饮门店向二线及以下的城市增长,下沉化趋势非常明显。”魏巍说。

体现在榜单中,2025“黑珍珠餐厅指南”已覆盖34座城市,今年新增常州、泉

州、温州、三亚,它们都有着自己的美食特色。例如,常州自古以来就是鱼米之乡,物产丰饶,是江南饮食文化的代表之一;泉州作为海上丝绸之路的起点,其美食文化深受中外交流的影响,形成独特的闽南风味;温州,地处东部沿海,拥有丰富的海产资源;三亚别具热带风情,经过多年发展,其美食既保留了传统的海洋风味,又融入了许多现代的创新元素。

“未来,我们还要继续‘下沉’,把更多各式各样的小众菜系发掘出来,擦亮地方美食名片。”王莆中说。

随着地方精致餐饮兴起,本土美食文化和食材也在持续破圈、焕新。2024年,“云南树番茄配雪燕”入选黑珍珠年度菜品奖后,不仅该菜品销量翻了一番,还推动了云南本地食材“树番茄”走上全国餐桌,在美团上新“树番茄”菜品的全国精致餐饮门店数同比增长76.2%。

“这些地方特色食材与精湛厨艺相结合,受到更多消费者青睐。”魏巍说。

迈向海外,激发中外美食交流

一家新加坡老牌粤菜馆,隐藏在不起眼的商场地下一层,但食物水准不俗,价格与内地几乎持平,今年新人选榜单;另一家潮州酒楼,厨艺传承百年、品牌历史50多年,连续6年登上黑珍珠餐厅指南。

新加坡、东京、曼谷……走过8个年头,2025“黑珍珠餐厅指南”覆盖越来越多海外华人较多的境外城市。据介绍,2025“黑珍珠餐厅指南”榜单中,海外上榜的餐饮门店数占比超过14%,其中,上榜中餐餐厅的数量创下新高。

香港是精致餐饮的“万花筒”,也是许多中餐出海的第一步。2025“黑珍珠餐厅指南”中,香港上榜餐厅数量从去年的31家提升到37家。美团数据还显示,2024年,内地搜索港澳黑珍珠餐厅的人次比2023年增长了三成。

去年前三季度,中国出境旅游人数近9500万人次,同比增长52%。“随着出境游升温,高品质中餐的需求越发凸显。”魏巍认为,黑珍珠提升了内地消费者对海外精致餐饮的兴趣,为餐厅带来关注和流量。

在黑珍珠餐厅指南“出海”的同时,一批黑珍珠餐厅品牌也在加速迈向海外的步伐。

餐饮品牌甬府旗下有多家门

店上榜黑珍珠餐厅指南,2024年7月,甬府新加坡店正式开业,同时还在考察去伦敦和纽约开设分店的可能性。

“海外不少中餐还停留在二十世纪八九十年代老式粤菜的氛围下,他们的产品可能和现代中式精致料理有很大差异。所以我们也想去与海外同行交流,持续获得‘黑珍珠’给了我们不少底气和勇气。”甬府创始人翁拥军说。

与国内中餐经营细分赛道不同,出海后的中餐面临截然不同的消费者,这也意味着经营餐厅的“打法”会有所不同。“例如,出海后,海外食客首先会认为你是一家中餐厅,而很难细分到一个地方的小众菜系。所以,我们把旗下很多品牌最受客人欢迎的菜品一起带到了海外。”翁拥军说。

从熟悉法律法规、技术出海到食材选择,精致餐饮出海的难度比其他类型餐饮更高。但是,对于“走出去”在国际舞台上交流学习、和更多海外消费者“面对面”,许多餐饮人仍然跃跃欲试。

“未来我们也会继续开拓海外市场,激发更多中外美食的交流。”王莆中说。

李婕(据《人民日报海外版》)



重庆市万盛经开区近年来着力打造「一菜一风味,一菜一特色,一文化,一菜一品牌,一菜一店面,一产业」的餐饮整体格局,大力弘扬地方美食文化。图为游客在万盛经开区青年镇一处天然溶洞内品尝火锅。

“可以吃贵的,但不能吃贵了”

在一些业内人士看来,2024年,餐饮行业经历了“冰与火之歌”。

一方面,许多口碑餐厅仍备受消费者欢迎,一些地方菜系如赣菜等开店规模增加、营收提升,势头强劲。另一方面,部分高端餐饮遇冷,有的老牌餐厅相继关店停业,不少大众餐饮品牌纷纷推出平价套餐,“卷”价格尤为激烈。

餐饮行业表现究竟如何?

看整体,国家统计局数据显示,2024年,全国餐饮收入55718亿元,比上年增长5.3%;其中,限额以上单位餐饮收入15298亿元,增长3%。相关分析指出,在政策的推动下,餐饮市场稳步回暖。

观察局部,品质餐饮方面,消费需求仍然在那儿。美团数据显示,精致餐饮线上流量保持稳定,2024年线上访问人数比上年增长2%。“现在仍然有很多消费者关注和青睐精致餐饮,希望通过线上等方式找到这些餐厅,开启自己的味觉之旅。”美团副总裁、到店餐饮事业部总经理魏巍说。

但与此同时,消费行为正发生着实实在在的变化,正如一些消费者中流行的一句话——“我可以吃贵的,但不能吃贵了”。

“不管是精致餐饮还是高端消费,共同的趋势在于消费价值观转变,消费者越

来越摒弃以往的炫耀型消费而更加重视品质体验。”美团核心本地商业CEO王莆中说。比如,以前大家可能愿意为了面子和“花里胡哨”的摆盘付费,但现在更愿意为优质的食材和餐品买单。由此,严控食材与餐品品质成为品质餐饮上桌的第一需求。

细看榜单,美团发布的这份2025年“黑珍珠餐厅指南”覆盖57种菜系,去年赣菜第一次上榜,今年则新增了温州菜等,分类越来越细,越来越贴近食物和原料的原产地,更加研究厨艺的传承和风味

的细分。另一大变化则体现在价格中。美团数据显示,2024年精致餐饮门店中,许多千元档位的餐厅正在向500元档位转型,以更符合消费者对“质价比”的期待。有的餐厅通过优化菜单突出特色菜品;有的餐厅设计更灵活的套餐,迎合年轻人的消费习惯。“这种转型不仅仅是价格的下调,更是对菜理、服务和经营模式的重新思考。”魏巍说。

综合烹饪出品、服务环境、传承创新三大评判标准,最终370家餐厅上榜2025年“黑珍珠餐厅指南”,这一数字再次创下历史新高。“过去一年,品质餐饮的确面临挑战,但仍有不少餐厅在承压的环境下创新发展,走出了新路。”魏巍说。