营造高品质城市生活空间

近日,《中共中央国务院关于推动城市高质量发展的意见》(以下简称《意见》)发布,提出"转变城市发展理念,更加注重以人为本;转变城市发展方式,更加注重集约高效;转变城市发展动力,更加注重特色发展;转变城市工作重心,更加注重治理投入;转变城市工作方法,更加注重统筹协调",为打造高品质城市生活空间和推动城市高质量发展指明了方向。

城市生活空间是指与城市居民日常生活相关的各类空间场所的总称。它具有多层级、多类型的特点。在层级方面,它既指城市级别的中心广场、大型公园、商业步行街等,又包括社区层面的小公园、街角小广场等;在功能类型方面,它既指各类公共建筑和场地,又包括各类住宅及其基础设施、配套服务设施;在权属类型方面,它既指具有公共属性的各类公共空间,也包括私有属性的各种消费空间、居住空间、就业场所等。因此,城市生活空间的品质决定了城市生活的质量和水平,使其成为城市发展质量的重要指标之一。

近年来,我国城市生活空间的总体品质已有显著提升,但区域之间、城市内部存在差距,城市生活空间的布局均衡性和设施质量还有待提升。切实提升城市生活空间的品质,须以系统思维进行统筹谋划,并且因地制宜、精准施策。

建设好现代化人民城市,离不开营造高品质城市生活空间。当前,全国各地抓紧落实《意见》要求,立足城市特点,把城市生活空间的"增量、提质"作为人民城市建设的重要内容。通过区域协调、城乡融合,提升不同层级、不同类型高品质城市生活空间的均衡水平,缩小地区之间城市生活空间品质差距。结合城市更新行动,在建设用地基础上规划预留好提升城市生活空间品质的项目。其中,在设施布局上应保障好城市生活空间和优质公共服务的均衡性,在宜居水平上应考虑不同年龄,尤其是"一老一小"对相应生活空间功能和类型的不同需求。例如,改造利用老旧厂房、低效楼宇、闲置设施等存量房屋,把建筑功能转换和混合利用需求向增加城市生活空间方面予以规划调整。又如,实施"好房子"工程,因地制宜推进老旧小区多层住宅加装电梯,增设社区食堂、社区养老和社区医疗设施,以打造"15分钟生活圈"推进完整社区建设。

文化是一座城市的"灵魂",城市生活空间只有具备了文化内涵,才能产生空间的吸引力、感染力和凝聚力。因此,在文化赋能上应努力营造高品质城市生活空间的精气神。在具体过程中,对于不同层级、不同类型的城市生活空间,应根据当地历史文化特色、人文内涵,加以创新改造,推动城市历史文化保护利用传承与城市生活空间营造相结合。一方面使城市生活空间成为地方文化的物质载体,另一方面把地方人文内涵具体转化为城市生活空间的特色风貌。只有这样,城市生活空间与当地精神文化生活才能融为一体、相互成就。

人民群众共同参与营造高品质城市生活空间的意义,就在于这种"共同缔造"本质上蕴含着社会建设的重要性。"好房子"和完整社区既是生活空间,又是精神家园。在高品质城市生活空间的营造过程中,需要因地制宜,尊重当地文化背景和生活习惯,考虑经济水平和建设条件,通过深入访谈调查和居民议事协商,确定亟待建设的生活空间项目,在公众参与的过程中增强居民的社区归属感。例如,江苏南京秦淮区小西湖社区以"小尺度、渐进式"为特色进行老旧城区改造,鼓励居民参与方案设计,根据院落位置、内部空间、个性需求等,以"一房一策"的方式进行院落改造,以更具颜值、更富活力的品质生活,彰显出城市文明与温度,为民生福祉加码,为城市发展增添活力。 **杨贵庆**

创新消费评价体系 创造服务消费新增量

想约上好友寻觅一家值得尝试的餐厅,你下意识的动作是什么?大概率是掏出手机,在"附近美食"中按"好评"或"销量"排序。

这个微小的用户行为习惯,折射出各类消费点评榜单在当下已成为引导人们日常生活决策的重要工具。它极大地便利了生活,也深刻地改变了服务行业的生态。

然而,随着行业的发展,一些消费评价体系的优势与弊端也日益凸显。优势在于,通过聚合海量用户的反馈,为消费者提供了直观、便捷的选择参考,也为优质商家带来了有效的流量曝光。但与此同时,问题也逐渐暴露。比如,头部商家占据了绝大多数注意力,许多有特色、有潜力的中小商家则难以被发现;又如,依赖用户主观评价的模式,为"刷分控评""恶意差评"等行为提供了可乘之机,这也会导致消费者在真假难辨的信息中感到困惑,影响消费意愿。

面对这些挑战,行业亟须更多维度的评价体系为市场注入新的活力。在AI时代,一个重要的探索方向是,将评价依据从主观文字,拓展到更为客观的用户行为数据。比如,近期出现的"高德扫街榜"就是一种通过技术创新为用户增加选择的尝试。它不再仅仅依赖用户写下的评论,而是通过分析导航前往次数、用户回头率等真实行为数据,来判断一个商家的受欢迎程度;同时,引入个人信用分,让高信用人群的评价权重更高,有助于提升评论区的可信度。据悉,其上线一天后用户数已达4000万,某种意义上也反映了用户的关注与期待。

这种基于行为数据的评价逻辑,与主观评价形成了有益的互补。这正是评价体系多元化的核心要义:让更多维度的消费者声音同时存在,共同构成一幅更完整、更立体的消费图景。

事实上,服务质量的好坏,很大程度上依赖于消费者的亲身体验和事后评价。一个健康、多元、可信的评价体系,能够有效降低消费者与商家之间的信息不对称,为优质服务提供脱颖而出的机会,也为消费者的"避坑"提供可靠的指南。

当消费者能从多个渠道、用多种标准去衡量一项服务时,其决策会更加从容和自信,消费的意愿和潜力才能被真正激发出来。这不仅是对消费者权益的保护,更是对整个服务行业的正向激励。

从这个角度来说,我们应该乐见与消费相关的细分赛道能有更多创新应用出现。无论是基于算法推荐,还是基于社交分享,抑或是基于专业测评,能为消费者提供有价值的参考就是一种有益的尝试,消费者权益也会在这种基于创新的竞争中得以提升。

归根结底,商业的充分竞争是通往消费繁荣的必由之路。评价体系的多元化,本质上是市场竞争从产品、价格等前端环节,向标准、数据等后端纵深发展的体现。一个活跃、多元的竞争环境,不仅能够催生出更优质的服务和更丰富的消费选择,更能有效拉动内需,为服务消费发展发现更多可能性,为未来的产业繁荣和消费活力提升打开更广阔空间。 **江舟**

让一刻钟便民生活圈"圈"出居民幸福感

日前,经各地申报、专家评审、社会公示等环节,商务部等部门确定并对外公布了第二批城市一刻钟便民生活圈,全域推出试点地区30个,包括北京市海淀区、丰台区、石景山区,内蒙古自治区包头市、上海市长宁区、安徽省合肥市等。

早在2021年5月,商务部、住建部等12部门联合印发《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》,提出要在居民步行一刻钟左右的范围内,建设可以满足日常生活基本消费和品质消费的多业态集聚的社区商圈。随后,各地特别是试点城市纷纷结合本地经济社会的发展,将一刻钟便民生活圈纳入了城市变革规划,并加大实施打造力度,让生活在都市的群众享受到幸福的"小生活"。

不过,从全国范围来看,一刻钟便民生活圈的规划建设还存在很大差异:有的还停留在规划谁阶段,或者只是有了口头承诺;有的在建设上打了折扣,"圈"内还不能满足居民吃、住、行、游、购、娱的"一站式"需求;有的建起来后疏于管理,服务价格显得不惠民、不亲民……因此,各地无论是否列入试点地区,都应该围绕居民柴米油盐、休闲玩乐的日常生活需求,加快规划、论证、建设步伐,确保居民的养老、医疗、教育、购物、交通、文体等生活问题都能在"圈"内解决,从而使一刻钟便民生活圈成为居民生活的"幸福圈"。

一是在制定城市建设发展总体规划时,要将一刻钟便民生活圈纳入其中,明确新建项目必须同步配套建设便民生活圈的"圈"类别、"圈"面积、"圈"结构,并与主体建筑同步交付,对不同步交付的不予办理项目综合验收备案手续,以此倒逼新建项目的建设单位将一刻钟便民生活圈的服务设施按质按量建设到位。

二是在打造一刻钟便民生活圈时,要广泛听取居民意见,着力强化居民衣食住行的服务保障,并研发上线家政、停车、餐饮、健身、医疗、休闲等智慧平台,让居民日常生活的一切,包括修鞋、修车、修拉链、配钥匙、改衣服等不起眼的"小修小补"等生活所需都能在一刻钟内找见门店或摊点,让一刻钟生活圈呈现新"圈"局。

三是在一刻钟生活圈建成投入使用后,要加强日常管理,不仅要引导"圈"内的经营者守法经营、亮证经营、文明经营并明码标价,而且要及时听取群众意见,对"圈"内的门店设置、服务项目等及时进行调整补充。同时要组织志愿者对"圈"内的休闲座椅、健身器材等公共设施进行检修维护,保障其功能正常发挥。

最后,对已经建成的一刻钟生活圈,要结合经济社会发展进行"回头看",突出服务"一老一小"进行必要的转型升级,促进布局更优化、业态更丰富、服务更优质、管理更智慧,将便民生活圈打造成宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的全龄友好型品质生活圈,从而真正让一刻钟生活圈为居民"圈"出幸福感。 **袁文良**

人才"浓度"成就发展"高度"

近来,地处偏远、财力薄弱的黑龙江省双鸭山市宝山区频频以"人才引擎"破局:与哈尔滨工业大学开展深度"政校企"合作,引入26名博士、硕士深入街道、煤矿等一线跟岗锻炼;支持辖区企业建立"研发飞地",实现"技术研发在异地、成果转化在宝山",一系列举措以实实在在的转型成效昭示——人才是推动高质量发展的第一资源。

我们深入实施新时代人才强国战略。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出:"完善人才有序流动机制,促进人才区域合理布局,深化东中西部人才协作。"当一线城市人才竞争趋于白热化,县域和乡村正成为人才战略的新腹地。比如,陕西平利县借力"周末工程师""专家蹲点"等柔性引才模式,邀请茶产业学者教授等高端人才驻村蹲点,攻克系列难题,助推全县茶产值实现22亿元。善用机制创新,多想实用办法,完全可突破资源限制,实现引凤筑巢。

引入人才对地方发展至关重要。一方面,高端人才能够带来先进的技术、理念和管理经验,助力产业升级和创新发展。比如,双鸭山宝山区邀请高校人才为煤矿企业提供技术支持,推动了企业改造升级。另一方面,人才集聚可以提升区域的知名度和影响力,吸引更多资源投入,形成良性循环。这也是实现区域协调发展的关键举措,有助于缩小城乡、区域之间的发展差距,促进共同富裕。

但是目前,引才工作还面临诸多难题。地理位置偏远、交通不便,导致一些地方对人才的吸引力较弱。资金匮乏使其在人才待遇、科研设施等方面投入不足,且服务体系不完善,难以解决人才的后顾之忧,甚至造成人才流失。此外,产业结构单一、发展平台有限,难以满足人才的职业发展需求。

也应看到,这些地方也有自身优势,若能善加利用,便能增强对人才的吸引力。

引入高端人才,可采取以下对策。一是加强政策引导,出台优惠政策,如提供住房补贴、人才公寓等,解决人才的生活难题。二是依托当地特色产业,打造产学研合作平台,为人才提供施展才华的舞台,实现人才与产业的深度融合。三是优化人才服务,建立一站式服务平台,提供便捷高效的服务,同时开展丰富的人才交流活动,营造良好的人才生态环境。

各地不应囿于地域、资源等禀赋的限制,要勇于打破常规,积极引才留才用才。注重坚持因地制宜,创新引才机制,优化人才环境,以人才汇聚推动实现经济社会高质量发展。 **马维维**

消费新潮

租相机、租衣服、租玩具……从数码产品到户外装备,从房屋汽车到母婴用品,在部分年轻人的世界里,一股"万物皆可租"的消费新潮正扑面而来。

王琪 文/图

户外安全莫掉队

近年来,各类户外活动兴起,吸引越来越多参与者、经营者加入。与此同时,个别地方也出现了破坏生态、安全失护等问题。兼顾堵与疏、统筹管与促,成为一道亟须解答的治理考题。

不久前,为治理违规"采菌游",云南大理发布关于进一步加强苍山国家级自然保护区管理工作的通告,强调苍山保护管理范围的核心区禁止任何人进入,缓冲区禁止开展旅游和生产经营活动,实验区开展参观、旅游活动应当服从管理。三条线清晰鲜明,生动诠释了"坚持保护优先、合理利用"的要义。

徒步可能迷路,溯溪要考虑防洪,登山应做好防寒,户外活动的高风险性使其对安全防护的要求更高。无论是参与者、经营者还是监管者,决不能麻痹大意,罔顾安全底线。此外,户外活动依托于良好的自然环境,会与自然有深度交互。因此,对自然的敬畏、对生态的保护也应成为产业发展恪守的红线。一些户外活动"闯祸",归根结底是因为依法规范治理落在了行业野蛮生长的后面。

出台禁止措施,固然是制止乱象的当务之急,但持之以恒的严格监管、兼顾各方利益的制度设计,才是实现户外活动高质量发展的长久之计。属地政府和管理单位必须种好安全和生态的"责任田",不能放任户外活动肆意破坏生态,确保发展始终迈步于规范的轨道之上。

既要守护安全和生态,也要发展产业、促进民生改善。"弹钢琴"的关键,在于建立生态产品价值实现机制,探索政府主导、企业和社会各界参与、市场化运作、可持续的生态产品价值实现路径。大理蝴蝶泉景区联合当地公司,启动"野生菌森林"建设项目,在自然保护区外打造140亩仿野生种植菌子基地,丰富游客旅游体验。许多生态保护区周边,往往存在大量的集体林地、集体土地,同样有绝美的风景。通过"村集体维护+公司承包线路"的方式推动集体林地、集体土地开发,既能增加村集体和村民收入,也能解开谁来协助管控、怎样满足游览需求的难题。

徒步线路景区化,亦是规范户外活动、提高安全指数的重要举措。江西萍乡武功山,结合10万亩高山草甸和云海日出等旅游资源,推出不同难度的徒步路线,沿途规划客栈、露营地,同时对驴友进行实名信息登记、安全注意事项告知。有景区服务作保障,户外旅游商业化发展的安全底座更加坚固。

也要看到,监管不能替代自律,自觉遵规守法应成为户外活动组织者、参与者的"标配"。绕开卡点擅闯保护区核心区、随意攀折草木引火做饭、偷采野生植物等行为,不仅破坏生态、威胁自身安全,还触及了法律法规的红线。只有做足安全预案、法治功课,才能真正让户外活动轻松愉快。比如,哪些地方禁入,组织者理应知情;儿童研学游、溯溪游等项目,应设立年龄身高等门槛,做好安全培训。

生态是户外游、体验游最大的"卖点",有序合理的户外活动本身又能成为生态向好、保护从严的"讲解员"。户外活动与生态保护、游客安全本不该彼此对立,而应相互成就。既抓好"严管"这一当务之急,也谋好"共赢"这一长久之计,唯有如此才能让户外有关的产业和活动实现长远可持续发展。 **杨文明**

以旧换新政策细化调整释放更强消费动能

近期,多地消费者在购物时留意到,以旧换新政策正围绕涉及品类、补贴方式等核心环节进行调整。相关调整不仅紧扣"往实里做"的鲜明导向,更在细节处下功夫、在变化里藏温度,将便利与关怀实实在在送到消费者手中,让政策红利更可感、更暖心。

一是品类扩容,持续释放政策效能。以前提到以旧换新,大家第一反应就是换家电、换汽车。如今,各地都在品类方面"添新",例如部分地方把适老化改造纳入,旧的普通马桶换成智能助老马桶能拿补贴。这种变化不是简单的"加品类",而是聚焦消费者的真实需求做调整,家里想换什么、需要换什么,政策就尽量把补贴覆盖到,进一步释放政策红利。

二是补贴标准调整,把钱花在刀刃上。近期,多地针对以旧换新补贴采取"摇号"、资格券、先到先得用完即停的方式,这不是削减补贴,而是在一定的预算下提升分配效率与公平性,把有限的资金更精准地投向真实换新需求,让真正需要的人群受益。这种调整,本质上是财政补贴提质增效的体现,通过优化分配机制,让每一笔钱都发挥最大效用,不仅维护了政策的公平性,更让"既拉动消费,又真正惠及民生"的政策初衷落地。

三是财政金融联动,为政策高效落地注入强劲动力。在财政资金支持层面,相关数据显示,今年第三批用于支持消费品以旧换新的690亿元超长期特别国债资金已全部下达。按计划,第四批同等规模的690亿元资金也将于10月份如期拨付,预示着全年3000亿元资金下达计划顺利收官,为以旧换新工作提供坚实的资金保障。

金融支持的同步发力,则进一步拓宽了政策实施路径。早在今年6月份,中国人民银行便联合五部门共同印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》,为消费品以旧换新提供精准金融支持,其中明确鼓励金融机构多渠道、多方式做好消费品以旧换新金融服务。此外,随着9月1日覆盖全国的个人消费贷款财政贴息政策正式落地,政策红利加速释放。这些举措不仅有效缓解了消费者的即时资金压力,更显著提升了大众参与以旧换新活动的积极性。

从财政资金的精准直达,到金融服务的创新适配,各类政策工具衔接畅通、相互支撑,形成了推动以旧换新政策高效实施的强大合力,为政策目标的顺利实现筑牢了根基。总体来看,以旧换新政策的细化调整,核心是"提质效"。对整个经济发展来说,通过持续释放消费潜力,为经济回升向好添一把力。 **苏诗钰**

创业补贴贵在精准

据报道,近来有一些"代办大学生创业补贴"的帖子出现在社交媒体。记者调查发现,有的中介机构以"稳拿补贴"为诱饵制造陷阱,将"暖心助力"做成了一门"黑心生意",值得警惕。

打开部分社交平台,有关大学生创业补贴的"攻略""秘籍"频频出现。在其引导下,创业补贴似乎可以随意"薅羊毛"。一些中介机构一边用"高补贴""零门槛""白嫖"等话术诱导,一边通过伪造营业执照、虚构创业项目、收取高额"代办费"等手段钻空子。更有甚者,教唆学生提供虚假材料。种种行为不仅掏空毕业生的钱包,更践踏了政策善意。

乱象背后,"黑中介"难辞其咎,政策执行中的疏漏也不容忽视。一方面,政策从发布到落地的"最后一公里"未打通。有的地区创业补贴政出多门,科技、人社、教育部门纷纷出手,线上线下渠道五花八门,申请需要四处奔波、费时费力;有的地区申请材料要求模糊,缺乏具体指引,只能反复修改尝试,创业者不得不依赖市场中介。另一方面,审核监管机制存在盲区。部分地区对创业项目的真实性核查流于形式,仅依靠书面材料判断,难以识别虚假创业项目。

创业者也要端正认知。补贴是"扶上马送一程"的有力支持,不是"天降横财",决不能把补贴当作投机取巧的"生财之道",否则就可能中了"黑中介"的圈套,还会透支自身信誉。

让创业补贴回归政策初衷,要打好"堵疏结合"的组合拳。在"疏"的层面,打通政策落地的"毛细血管",整合多平台资源,搭建统一的创业服务平台,实现"一次线上注册、多类补贴发放",或简化申请流程,探索"免申即享";在"堵"的层面,利用大数据技术建立跨部门核查机制,对创业项目的经营场所、资金流向、实际运营情况进行动态跟踪,对"零经营""虚假注册"的项目坚决拒补,对涉嫌违规的中介依法严惩。

逐梦更要合法获利,"红利"不能变成"黑产"。唯有信息更透明、审核更严格、惩戒更有力,才能让政策红利精准滴灌到创新的土壤,让创业努力回归纯粹。 **吴剑锋**

"丝瓜汤文学"走红 蕴含对"被懂得"的呼唤

"儿子你晚上要不要喝丝瓜汤?""不用了。""丝瓜汤很补的。""真的不用了。""夏天吃丝瓜很好啊。""不用了!!""儿子你脾气怎么变得这么差,你肝火太旺了,喝点丝瓜汤降一下火气吧。"最近,某博主发布的一则家庭情景短剧,引发了众多网友共鸣。妈妈不顾儿子的一再婉拒,重复回应"多喝丝瓜汤",最终认为儿子态度不好是肝火太旺,还是需要丝瓜汤补补身体……

为什么这么多人被"丝瓜汤"戳中?因为它指向的是一种典型的家庭沟通模式:父母习惯以"养生式"语言来解释矛盾,所有情感、冲突和结构性问题都被简化为身体上的小毛病,然后再用食补来解决。这种模式的离谱,正是笑点所在。

在玩笑之余,这个话题实际上从侧面反映了当前代际关系面临的挑战。去年,中国青年报社社会调查中心对1334名应届毕业生进行的一项调查显示,83.1%的受访应届毕业生在求职观念上与父母存在分歧,其中15.3%的受访应届毕业生直言分歧很大。究其原因,主要是因为一些家长一厢情愿为你好,缺少与孩子的有效沟通交流。实际上,不仅是求职,对于孩子的学业、事业、婚姻等方面,不少父母的关心都是以饮食、健康的名义出现的,喋喋不休讲道理、提要求,却往往忽略孩子的情绪与需求,让不少为人子女者感到窒息却又无力反驳。

更有甚者,将自己的观念强加给孩子,剥夺孩子的选择权,到头来很可能好心办坏事。前年,四川省一名女子被父母强制考公五年未能"上岸",导致患上精神分裂症的话题曾冲上热搜。这个极端案例带来的教训极其深刻,它警示广大家长:好愿望不一定会带来好结果,有的甚至事与愿违。"丝瓜汤文学"走红,根本上说是源于人们情绪表达的现实需要。其背后蕴含着对"被懂得""被理解"的深情呼唤,值得家长聆听、反思并化作正确姿态与实际行动。

由于各种"丝瓜汤文学"语录过于实用,被网友开始各种广泛应用。如与他人吵架时甩一句"你肝火太旺,喝点丝瓜汤降降火气",既能压住气势,还能顺便化解尴尬,防止矛盾升级。在讲究情商和表达技巧的职场,如何体面表达、释放情绪是一项重要的生活技能。值得一提的是,如今"丝瓜汤文学"已成为一些人温和反击的方式,比如面对部门主管的批评,一些"Z世代"回应"你这么凶是肝火太旺,喝点丝瓜汤吧"……以这种幽默风趣的语言就能化解紧张,还能避免发生冲突。

"丝瓜汤"表达方式能够远离"恶言",更符合当代年轻人非暴力沟通的社交需求,显得更加理性、更加智慧。倘若更多的人学会以这种幽默风趣的语言代替任性表达,我们的社会就会少很多无谓纷争,变得更加祥和美好。有人说,"丝瓜汤"是今年最好用的梗,不无道理。

网络流行语是观察社会动向与文化生态的一个晴雨表,认真解读网络流行语,不仅能真切体会到当代年轻人关注的重点,而且能洞见时代表情,感受发展脉搏。"丝瓜汤文学"走红引人关注和思考,虽然其中带有调侃的成分,但其真正体现出来的期盼是:人与人之间多一些换位思考,少一些自以为是;多一些包容和理解,少一些抱怨和指责。

某种意义上说,这不仅是摆在家庭和职场面前的一道必答题,也是我们每个人的终身课题,需要持之以恒、常修常炼。 **杨延城**