# 商都评论 1

# 共享客厅:小空间承载大民生

日前,商务部、民政部等九部门联合印发《关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》,明确提出"鼓励共享客厅、共享自习室、共享工具箱等共享经济模式",将发展共享客厅等新模式作为持续推进城市更新行动、推动便民生活圈建设扩围升级的重要抓手。

新州日報

近年来,共享客厅已在多地悄然兴起,在很多社区成为居民频繁光顾的"能量中心"。作为社区治理的一种创新模式,共享客厅通过有效盘活闲置空间资源,重构以邻里关系为核心的社区治理新格局和温情互助网络,不仅回应了城市化进程中的社区治理难题,也为居民带来可感、可享的实惠,成为共建共治共享理念在基层落地的生动实践。

共享客厅虽物理空间有限,其经济价值与社会意义却不容小觑。一是有助于

优化资源配置,满足多样化空间需求。付 费型共享客厅既可以盘活闲置空间,提高 资源利用效率,为场地所有者带来额外收 益;又可以为用户提供灵活、便捷、高性价 比的多样化服务,满足其临时性、短时性 的空间需求,有效化解寻找场地的难题。 二是能有效重建社区社会资本。社区共 享客厅通过提供开放、包容的共享空间, 为居民从封闭的私人生活走向公共交往 提供平台,推动"陌生人"转变为"和睦邻 里",在互动中重建信任与归属感。三是 可创新社区治理机制。通过邻里议事角 等机制,社区共享客厅为居民提供了表达 诉求、议决公共事务的常态化平台,有效 拓展了民意沟通渠道,充分发挥基层的组 织优势,切实激发群众自我管理、自我服 务、自我监督的潜能,成为推进基层协商 民主和群众参与的重要载体。四是能提 升社区服务效能。共享客厅以开放式、沉 浸式服务推动各方互动,实现从管理到服 务、从被动响应到主动介入的转变,有效 提高了基层服务的可及性与实效性。

让共享客厅惠及更多社区,有赖于我们多方面的持续努力。共享客厅应基于社区实际和居民需求进行差异化设计,科学规划、合理布局,实现精准定位与特色发展,避免一哄而上、重复建设。色色,对主义。同时,要有效整合各方资源,积极引导企事业单位、社会组织和市场至的现积极引导企事业单位、社会组织和市场主体参与共建,为共享客厅建设提供长效、因明全发与共建,为共享客厅建设提供长效、因明查上进共享客厅建设。此外,因明也有进进共享客厅建设。此如,在老别面面,可探索功能集成模式,融党

建宣传、政务服务、双创支持及公益活动于一体,协同促进社区融合与居民发展;在老龄化社区则可着力打造适老型共享空间;在青少年聚集的社区可突出阅读文化特色,打造阅读共享空间,营造良好社区文化

作为社区治理的创新载体,共享客厅也需不断优化与迭代升级。建立社会建立会的"建立会会"的发展模式,有效全性"重建设、轻运营"问题。强化数字赋能,推动智慧客厅建设,实现党建、政务、社区管理与商业服务等多网融合,提动、股股外、海、深化内容建设,以下、积极开展覆盖科普、教育、提供享不成,积极开展覆盖科普、教育、提供享不成。

#### 0

# 揪出 AI 带货"李鬼", 靠立体防线 假乱真、以次充好、偷工减料, 已经破坏了。有的借助名人效应, 仿冒专家学者、奥运冠 争的市场秩序。再次, 侵害人格权利。人

近段时间,网络上一些商家利用AI技术仿冒带货。有的借助名人效应,仿冒专家学者、奥运冠军、影视明星;也有的借助产地效应,冒充知名品牌。消费者、粉丝难辨真伪,慕名下单,却不知道自己被蒙骗了(据10月11日央视网报道)。

假到什么程度呢?可以颠覆常识。譬如,一些网上直播间展示的国家地理标志农产品樟树港辣椒,农户站在过膝深的水中,从一人多高的植株上采摘辣椒,在明眼人看来完全是"一眼假",却蒙骗了不少外行的买家。不只是仿冒知名产品、驰名品牌,不法商家还制造名人"代言"产品的假象,从中非法牟利。从专家学者、奥运冠军到影视明星,不少公众人物深受其害。

这类假象的实质是什么呢? 首先,侵犯消费者的知情权和选择权。按道理,"货真价实,言不二价"在任何时候都应是商家恪守的底线。时下的AI仿冒带货却违背底线原则,用AI视频营造虚假场景来欺骗消费者。其次,破坏市场秩序。市场交易可不是"一个愿打一个愿挨"这么简单。以

假乱真、以次充好、偷工减料,已经破坏了公平竞 争的市场秩序。再次,侵害人格权利。人脸信息、 声音信息都属于人格权利范围,不容AI深度合成 来肆意侵害。

AI仿冒带货新騙局的出现,也让人们们深切地意识到,没有智能向善,人工智能技能更加更加意识到,没有智能向善为实"正在替代"眼见为实",走入现实。那么,"AI向善"的专证确定,对实了是什么呢?一位人工智能领域的专家好出现,要像治理生态一样治理 AI。这就出现更好给他们看来。这是一个人工智能领域的专家的,我们更要。只有各方协同参与治理,才能更加重要。只有各方协同参与治理,才能更加重要。只有各方协同参与治理,才能更加重要。只有各方协同参与治理,才能更加重,不断完善模型的纠错能识别,不断完善模型的组织,并级AI识要和的位应强强、进一步明晰标识规范、回溯机制。

#### 反向深造

9月开学季,山 东、河南、江苏等地的 多所职业院校、技工 院校迎来了一批"特 殊"新生——他们手 握本科学历. 却选择 "反向深造"学技术, 这一现象也被网友称 为"本升专"。采访 中,记者发现,本科生 "回炉"学技术,并非 学历降级,而是瞄准 "技能刚需"的理性就 业选择。这群选择 "本升专"的年轻人正 向着成为高端制造业 稀缺的"紫领"人才发 起冲击。

王琪 文/图



#### 让人才价值超越年龄刻度

根据安排,10月25日是多省份事业单位联考的时间。今年下半年考编的一个特点是,不少地方进一步放宽了年龄限制。

对于职场来说,35岁是一个神奇的数字,被人们赋予各种数字之外的含义,譬如"职场天花板""裁员定律""职场生死线"等,其中的不服与无奈跃然纸上。这条无形的线是什么时候、什么人画下的已无从考证,不过困住了千千万万职场打拼者、饱受劳动者诟病却是不争的事实。

无论从个体角度,还是集体高 度来看,"35岁困局"都不合时宜。 于个人而言,正常情况下,一个人从 6周岁入学,接受9年义务教育、3年 高中、4年本科,毕业时已经22周岁 (硕博毕业年龄更大),工作13年, 35岁正是褪去学生青涩、职场羽毛 已丰的年龄,况且到60多岁退休, 还有超过25年的工作时间,正值年 富力强,成了嫌弃的对象,于情于理 说不过去。于集体而言,权威报告 显示,2022年,全国劳动力人口的 平均年龄是39.72岁。平均年龄人 员是劳动市场主力军、生力军,35 岁年龄限制与实情相悖。此外,我 国渐进式延迟法定退休年龄政策从 2025年1月1日开始实施,35岁职

场受限与大势相背。 考编年龄门槛松动,不仅是数 字变化,更是对人才评价理念的革新,具有进步意义和示范效果。考编率先松绑,向社会传递出"能力优于年龄"的鲜明信号,必将有效引导市场破除年龄偏见,为"35+"劳动者创造更公平的竞争环境。

要让红利充分释放,尚需进一步破解三大现实瓶颈。

其一,为"拆门槛"正名。"35岁危机"已经成为一个棘手的社会问题,靠个别地方、个别领域试水,难保有长期效果。要真正打破这个"职场天花板",需要顶层设计,从法律法规上予以明确。

其二,为"经验值"赋权。当前普遍存在"学历绑定年龄"现象,即仅对硕博或高级职称者放宽年龄,本科群体仍面临限制。可借鉴一些地方的经验,对有相关从业年限的本科考生实行"年限抵年龄"政策,让经验与学历享有同等权重。

其三,为"战斗力"赋能。大龄考生入职后可能面临适应难题,可建立"新录用人员导师制",同时通过职业培训衔接政策,如针对基层岗位开设治理能力课程,帮助其快速融入角色。

当年龄不再成为奋斗者的"休止符",让人才放开手脚施展才华,这既是社会进步的标志,更是社会高质量发展的动力源泉。连海平

#### 给农业装上"AI大脑"

近日举办的2025年首届智慧农业创新大赛上,施药除草机器人、业创新大赛上,施药除草机器人、现几人机等智慧农业发展成果,让观众享受了一场农业科技的"盛",也让人对未来农业的发展空宫",也让人对未来农业的发展发宽。《关于深入实施"人工智能+"行动的意见》明确提出,加强人工智能中了动的的意理、风险防范等领域应用,帮助农民提升生产经营能力和水平。人工智能的引入,有望把农业智能化推到一个新的高度。

我国在推进农业生产全流程智能化领域已取得一系列成就。例如,人工智能与物联网的融合,能第一时间全面获取虫情、作物长势,实现农业全产业链的精准管理与决策。不过,仍有一些挑战不容忽视。例如,对农业人工智能全产业链布局滞后,规模化、产业化仍有距离,一些关键技术仍需突破,如农业数据采集难,"数据孤岛"现象严重,导致各子系统数据填充和模型训练不足,制约人工智能模型的高效演进等。

农业智能化涉及智能育种、智能感知、物联网、智能装备等诸多农业高科技领域,各子系统的智能化水平,关系转型升级的成色。立足当前国情农情,农业智能化需系统谋划、整体推进。

加强农业人工智能全产业链布局。AI对农业的赋能,不仅要在育种、种植、养殖、渔业等领域横向销开,也需在生产加工、仓储物流、数字营销等环节纵向拓展。借助AI技术,承担喷药、施肥、播种、运输、监测灾情等工作,并对农产品进行分级分选,将订单与库存快速匹配,自动分配不同销售渠道,并精准投放广告。着力推进产学研联动与人

型材料、高端农机等硬件装备瓶颈,显著提升智能感知技术、自动化控制技术的研发应用。以全链条软硬件系统融合,实现农业高端智能装备自主可控,以真实应用场景为锚点,多方协作、长期投入,推动AI全面整合农业产供销全链路。

打破"数据孤岛"。AI农业大 模型的深化发展离不开高质量的农 业数据,必须着力克服农业数据地 域性、季节性、多样性和周期性等特 点,实现数据的互联互通与共享共 用。国家数据局、农业农村部等相 关部门,可通过制定统一标准、构建 农业数据共享平台等举措,着手减 少农业数据要素开发利用的障碍 加快完善数据基础法律制度,尤其 是数据产权、流通、交易、使用、分 配、治理、安全等重要制度,破除数 据共享的卡点、堵点,尽快形成可 信、高效、繁荣、活跃的全国一体化 数据市场,把分散的数据有效汇集 起来,以数据驱动智慧农业。

完善政策支持,培育农业人工智 能人才。农业智能化转型升级不仅 是农业生产科技的跃进,更是农业产 业体系的深度调整与重构,这就需要 多方面的政策支持与制度创新。要 进一步调整优化产业政策、财政补贴 政策,为涉农高校、科研机构、推广单 位、互联网企业和农业经营主体创造 良好的发展环境。与时俱进创新涉 农人才培养模式,紧跟农业智能化转 型升级需要,培养一大批掌握现代生 物技术、人工智能、大数据分析与信 息技术的复合型人才。健全乡村创 新创业支持政策,持续完善激励机 制,激发广大人工智能人才的积极 性、主动性和创造力。 殷玉凡

# "外卖骑手能屏蔽顾客了",好!

据媒体报道,某外卖平台近期在福建晋 江、浙江绍兴等七座城市试点上线了一项新 功能:骑手可以在订单结束后的48小时内对 用户进行匿名评价,可屏蔽顾客不当评价, 也可以在评价页面一键勾选"不再向该顾客 送餐",设置后365天之内不会再接到该用户 的订单。平台表示,未来这一功能将逐步拓 展至全国。

运行10余年后,外卖骑手终于拥有了少量选择顾客的权利,这是对新经济生态中劳动者尊严的一种回应,从这一细微调整开始,平台用户与骑手之间的地位失衡也有望得到矫正。

长期以来,由于消费者评价权重过高,

外卖骑手几乎丧失了说"不"的权利。面对各类评价,哪怕是恶意差评,他们往往只能"照单全收"。拒绝服务、维护尊严,往往意味着个人评分和收入的双重下滑。"一个差评白跑一天"并非夸张,而是这一群体普遍的现实困境。

数据显示,全国外卖骑手人数已达1300万,他们的劳动权益日益成为社会焦点。从劳动报酬、劳动安全、福利保障,到近年来讨论较多的休息权、人格尊严,一系列基本权益正逐步被纳入制度性讨论与平台规则重构的议程之中。

从更深层次看,允许骑手"发声",在人 文层面,是对劳动者平等话语权的确认。 有人担忧,一些用户权益因此失去保障,比如,"无电梯高楼"等订单会遭集体屏蔽。但细看规则,"拉黑"功能并非随意使用,骑手需上传相关证据,确保拒绝行为有理有据。同时,匿名机制也为骑手规避了潜在的维权压力。目前试点阶段,每位骑手最多仅可屏蔽两名用户,并未开放无限"差评权"。

当然,这一机制将引发怎样的市场涟漪,尚需时间观察。而从数据流转的全局视角看,这只是一个起点。平台将如何分析、处理海量的"屏蔽"数据?能否借此推动派单逻辑、区域运营乃至异常场景应对机制的优化升级,才是关键。

比如,一名骑手屏蔽用户后,订单将如何

重新分配?对频繁被屏蔽的用户或区域,平台能否建立预警与协调机制?此前,上海某小区因骑手入内需乘坐摆渡车导致订单频繁超时、进而被骑手集体"拉黑",这类系统性问题正需通过骑手反馈数据被真实记录、呈现,从而推动平台从根源处设计解决方案

更进一步地,平台允许"反向差评",也有助于在社会层面催生更多"骑手友好"的规则和氛围,让各方主体有商有量,形成既要高效率、也要人性化的数字生活方式。

科技要"向善"。而科技向善的前提,是让系统中弱势一方的声音能够被听见、被尊重。 伴随骑手的"不"成为系统优化的一部分,平台 经济也将步入精细化发展的新阶段。明文

## 年轻人不追5A追"情绪",市场如何接招?

当一些传统5A景区还在竞相比拼硬件与规模时,旅游市场已呈现出另一番景象:"00后"游客逐渐成为当下旅游市场的新生消费主力;在此趋势下,传统观光游的单一模式难以满足年轻消费者的需求,他们更渴望追求具有更强精神共鸣与参与感的旅游

旅游消费的"情绪转向"并非偶然,而是与社会经济发展、消费理念迭代紧密相关。回溯旅游消费的演变轨迹,其核心诉求大致与社会经济消费同频共振:以往,旅游是"走马观花看世界"的稀缺体验,人们以去过多少个5A景区、打卡过多少个地标来衡量旅行价值,本质上是通过标准化的景观消费满足"见世面"的物质性需求。

0

互联网时代,社交平台兴起,旅游在一定程度上沦为"符号化打卡"的社交货币,游客追求的是朋友圈里的"存在感";而如今,随着社会消费从满足基本需求迈向追求品质体验,旅游也逐渐褪去"奢侈品"的光环,成为日常选项,消费诉求更多转向了精神层面。这一转向的重要推手,是"00后"成为旅游市场新生消费主力后带来的需求迭代。

"00后"成长于物质丰裕的时代,没有经历稀缺性旅游的阶段,不会将"向他人证明"视为旅行目的,而是追求能为自己带来愉悦的精神滋养,其消费逻辑从根源上区别于前代。这种内在逻辑的差异,直接催生了三大核心需求:一是对松弛感的追求,二是对归属感的渴望,三是对自我表达的需求。

这些需求变化并非孤立存在,而是通过 消费行为直接倒逼行业供给端变革。即便 是非传统知名景区,通过精准捕捉用户情绪 需求、设计差异化体验,也能迅速出圈。 方面,景区与商家开始从"大而全"的硬件与 规模建设,转向"小而美"的情绪场景打造; 另一方面,行业产品设计逻辑从"我有什么"。 另一方面,行业产品设计逻辑从"我有什么"。 为伴随文化自信成长的年青一代,他们不再 现足于"走马观花",而是希望追求的一个 满足大生,而是不望追求。 "自我表达"的个性化旅行体验,比如亲手做 一幅苏绣、跟着匠人学陶艺等一系列深度参

与式活动,在旅行中传递自我价值观。 这些产品的共性,在于跳出景观展示的 单一思路,围绕"情绪场景构建"做文章,通 过"自然景观+文化体验+社交互动"的复合设计,赋予游客主角感,让他们从旁观者变为参与者,在旅行中获得被治愈、被理解、被认同的情感满足。与此同时,行业盈利模式也随之升级,从传统景区依赖门票的一次性消费,转向体验付费与文创衍生带来的长期情感链接,打开了全新的价值空间。可以说,"00后"作为消费主力的崛起,不仅是事转向情绪竞争的核心力量。

或许,未来最好的景区,未必是最贵、最大、最老牌的,而是最懂人、最有温度、最不端架子的那个。从"追5A"到"追情绪",旅游市场的这场年轻态变革,将推动其走向更具人文关怀、更富个性魅力的新阶段。彭清华

## 精品化是微短剧创作的必由之路

近日,在国务院新闻办公室举行的"高质量完成'十四五'规划"系列主题新闻发布会上,国家广电总局就推动微短剧繁荣发展和规范管理方面进行解答并介绍正在制定的《微短剧管理办法》,为微短剧良性发展提供保障。近年来,微短剧行业在蓬勃发展的同时也出现了剧情"雷人"、"霸总"横行等现象,产生了一些负面影响。微短剧要想从"电子榨菜"转型为"文化正餐",精品化创作是必由之路。

微短剧在野蛮生长阶段,主要依靠流量投放触达目标用户,实现高覆盖和高热度。早期微短剧行业用大量资金购买流量,导致投入创作的资金捉襟见肘,许多作品热度高却品质低。"投流"带来的热度来得快,去得也快。随着短剧平台的崛起,作品投放、题材规划、内容分发、用户触达等方面有了更加成熟规范、更符合市场秩序的行业生态。"投流"已不是微短剧发展的硬通货,"引流"才是微短剧良性发展的硬道理。微短剧创作要从流量逻辑走向价值逻辑,把流量狂欢转化为价值引领;要从算法逻辑走向艺术逻辑,摸索微短剧创作的艺术规律,不能让算法思维襄挟艺术思维。

微短剧在野蛮生长阶段,市场躁动、产量暴增,产业规模迅速扩大。然而,批量化生产、流水线制作的版图扩张并不意味着能够收获经济效益。实际上,许多"走量"的作品由于粗制滥造、内容低劣被迫下架,投资者的经济损失无法挽回。精品化创作意味着要实现从"走量"到"走心"的跃升。须知,一百部平庸之作都不如一部走心之作能够让观众念念不忘。微短剧《逃出大英博物馆》的成功就是因为它是一部能够走进观众心里,产生情感共鸣和价值认同的作品。在微短剧赋能千行百业、展现千姿百态、联通千家万户的创作实践中要提质减量,让释放情绪、联通情感,进而表达情怀的走心之作成为主旋律。

达情怀的走心之作成为王旋律。 微短剧要能够击中观众的漏点和情绪点,这是微短剧创作的底层逻辑。但是如果故事一味沉浸在一夜暴富、一招制敌、一鸣惊人的"爽感"情境中,失去基本的生活逻辑和价值判断,让故事失真、情绪失衡、价值失序,最终就会被"爽感"反噬。须知,"爽感"是微短剧创作的来时路,质感才能赢得观众的回头率。微短剧的精品化创作,要提升时代质感,让时代精神、人间烟火、奋斗故事可触可感,用小切口表现大时代;提升光影质感,要在视听呈现层面精心设计镜头语言、营造年代氛围、雕琢人物形象,提升画面的审美水平;提升戏剧质感,理顺强情节的逻辑性、快节奏的必要性和高反转的合理性,远离"雷人"桥段。

当"霸总""战神""恋爱脑"满天飞时,微短剧陷入"千剧一面"的怪圈。微短剧的精品化创作要拒绝复制粘贴,打造具有独特性的故事内容。像是《家里家外》的川味土活、《狮城山海》的岭南风韵都给故事打上了鲜明的风格烙印。内容的独特性,不只是创意的个性化,更是文化的自觉性,要把中华优秀传统文化独有的精神标识融入作品。产业园区的同质化同样值得警惕。全国许多地方出台鼓励微短剧产业园区建设的政策,打造多功能、一站式的产业链条,这原本是好事。但是切不可脑子一热就盲目上马,否则易导致产业园区过剩等问题。各地要科学规划、因地制宜,避免产业园区的同质化,提高产业园区供给侧的核心竞争力,打造特色化、差异化、垂直化的产业园区。比如,打造专注于科幻、功夫、历史、非遗等题材的特色园区,形成品牌效应和集群效应,助力产业升级。

总之,作为新大众文艺的重要业态,微短剧的精品化创作不是理想主义,而是行业发展的基本标准,要从引流力、走心力、质感力、独特性等四个方面深耕细作,实现微短剧行业的全面、协调、可持续发展。 杨洪涛

## 以制度刚性保障校园食品安全

保障校园食品安全是守护青少年健康成长的底线工程,牵动着千万家庭的神经。最近几起相关案例引发社会广泛关注,也再三警示:不能仅依靠"出问题后整改"的被动模式保障校园食品安全,必须通过健全制度体系,实现主动防控。

近年来,国家层面围绕校园食品安全持续发力,通过出台政策文件、完善标准体系,逐步构建起全方位、多层次的制度保障网络,为校园食品安全划定"红线"、明确"底线"。近期教育部与市场监管总局联合印发的《学校食堂大宗食材采购验收管理工作指引》,更是聚焦校园食堂"食材入口第一关",进一步细化采购验收流程、明确质量标准,为规范食材管理提供了精准可操作的"说明书"。

政策制度的生命力在于执行。要让校园食品安全制度真正发挥作用,需从"监督、协同、追责"三个维度发力,确保制度不悬空、执行不打折。

强化刚性监督,确保标准落地。一方面,监管部门需建立常态化检查机制,对学校落实食品安全制度的情况开展专项督查;另一方面,推动学校建立内部监督小组,形成"外部监管+内部自查"的双重监督格局。 促进社会协同,推动阳光监管。保障家长委员会参与

供应商遴选、食材验收的权利,通过定期公示检测报告与 经费使用情况,让各环节在阳光下运行。 健全追溯体系,倒逼责任落实。建立全链条责任追溯 体系,对采购不合格食材、违规操作的企业及学校责任人, 依法依规严厉追责,既追究直接责任人责任,也倒查管理

责任,让各方不敢懈怠、不敢违规,切实把食品安全责任扛在肩上。 保障校园食品安全没有"休止符"。唯有以制度为纲,强 化执行监督、凝聚共治合力、压实各方责任,才能织密校园食

品安全防护网,让每一份餐食都经得起检验。 孙庆坤