

# 老城“上新”:不同的路径,相通的逻辑

本报评论员 杜鑫

“老城”,如今成了不夜城;资源枯竭型城市辽宁阜新,在矿坑里建起了赛车道,盘活了废弃土地,带动了餐饮、住宿等产业发展;甘肃八坊十三巷修旧如旧,打造休闲聚落与文化旅游景区……

改革开放以来,我国经历了世界历史上规模最大、速度最快的城镇化进程。随着经济社会的发展,近年来一些老城的可持续发展遇到瓶颈,传统产业优势不再,资源面临枯竭,社会服务功能退化等。对此,不少城市积极探索符合本地实际、各具特色的老城转型升级的路径和模式,以期突破困境,为老城注入新动能,打造城市新增长极,实现城市的高质量发展,提升城市形象。尽管各地的“上新”路径不同,但是内在逻辑是相通的。

其一,顺应民心、尊重民意,把市民的需求作为老城改造、城市创新发展的第一需求。比如,云南用地铁将曾经的“鬼城”呈贡与昆明市中心连成一片,完善了交通路网,引来了人流,进而推动教育、医疗等配套设施的建设;甘肃改造八坊十三巷,至今还保留着当初征集老城改造方案的1020份社区问卷,昔

日“城中村”变身网红打卡地,原住居民致富的路子也随之拓宽。

这些案例表明,以市民需求作为老城改造的出发点和落脚点,既可以从源头上确保老城改造的合理性,也是增强市民幸福感的现实需要。金杯银杯不如百姓口碑。老城改造的得失,最终的裁判员是市民。老城改造做得好,改变的是城区面貌,聚拢的则是人气和人心。

其二,因城施策,探索符合实际的转型升级路径。比如,重庆服装工业园变身国际生物医药城,看似“跨界”,实则有着内在逻辑。重庆本身就是医药基地,只是产业分布零散、体量小,没有一个主要的聚集地。而入驻企业寥寥的服装工业园恰好提供了一个装“新酒”的“瓶子”;辽宁阜新废弃矿坑弯弯曲曲的运煤作业道,从结构上看就像越野赛车道,在升级改造的建设中,当地最大限度地利用了矿坑原貌。

这些案例表明,老城改造没有统一的模式可以复制。每个城市的历史、底子、面临的问题不尽相同,因地制宜地探索改造路径,该补短板就补短板,该更新就更新,尽最大可能

减少折腾和浪费,力求事半功倍。

再者,科学规划,着眼于可持续发展。比如,重庆不是简单地把医药企业聚集到一起,而是整合上下游资源,提供产业配套,同时完善创新体系,让这些企业能够留下来,并且有更好的发展平台和机会;内蒙古鄂尔多斯康巴什区利用3年多的时间,一次性完成城市基础设施建设后,才按照规划分步实施建筑项目,避免了拥堵、内涝、缺水、断电等各类“城市病”,把城市整体打造成大花园、旅游景区,为城市注入可持续发展的动能。

这些案例表明,老城改造规划的科学性至关重要。改前要有一个完整、统筹的规划,着眼于长远发展;改后要注重运营,增强城市的自我造血能力,提升对“城市病”的免疫能力。这样的“上新”才既有颜值,也有质量。

当前,我国不少地方城镇化的发展已经从“增量扩张”转变为“存量更新”,很多老城面临着改造或正在进行改造。期待更多的城市在尊重民意、尊重实际、尊重城市发展内在逻辑的基础上,探索出更多“上新”的成功案例,为经济社会的发展注入新活力,进一步增强市民的获得感、归属感、幸福感。

期待更多的城市在尊重民意、尊重实际、尊重城市发展内在逻辑的基础上,探索出更多“上新”的成功案例,为经济社会的发展注入新活力,进一步增强市民的获得感、归属感、幸福感。

《工人日报》近日推出的系列报道《“上新了,老城”》,呈现了一个个老城改造、城市创新发展的鲜活案例——重庆巴南服装工业园创新招商方式、完善创新体系,转型为国际生物医药城;云南呈贡借助高铁、地铁的开通,以及大学城、昆明市行政中心的入驻,“鬼城”变

## 破解“儿科成难科” 医联体是一剂良方

徐建声

据8月17日新华网报道,首都儿研所与北京朝阳医院儿科紧密型医联体合作运行以来,儿研所派出专家进驻朝阳医院,借助朝阳医院呼吸科、皮肤科的优势,加强对儿科呼吸系统疾病及皮肤病的诊治力度,朝阳医院儿科综合诊治能力不断提升。

长期以来,我国各地儿科都存在不同程度捉襟见肘的情况。患者多而医生少、待遇低而人才流失,更加剧了这一现象。一定程度上,儿科成了“难科”。

医疗资源分布不均衡、发展不平衡,各医院之间也互有优势和短板。这在一些特色专科医院表现尤为明显。如首都儿科研究所,一直以来在儿科诊疗技术上都有领先优势,吸引了全国各地的患儿就诊,“看病难”“住院难”是其常态。

医疗资源的积累、沉淀,特别是一些医疗专科优势的形成,是一个漫长的过程。某种角度上,寄希望于医疗资源绝对平均并不现实。建设医联体,医疗资源共享,其实是贴合现实的一个好办法。

上述首都儿研所与北京朝阳医院儿科医联体的成功运作,提供了借鉴样本,两家医院之间实现了资源共享、力量互补和通诊通治。简言之就是,患者到儿研所看病,在朝阳医院住院治疗,治疗遇到疑难问题时可向儿研所转诊。如此,不仅可以解决住院难的问题和压力,也能提高对口医院的儿科诊疗能力。

这其实只是北京加强儿科医联体建设的一个缩影。早在2017年,北京市18家拥有儿科的市属医院就组建成成立了北京市医院管理中心儿科学科协同发展中心,优势互补,“组团”发展,为患儿提供高质量的诊疗服务。

当前,儿科医疗资源不足,发展不平衡等问题备受关注。破解“儿科少、医生缺、力量弱”这些突出痛点,除了要加强儿科医生培养扶持力度,增加儿科医院科室建设投入,补齐儿科短板,还上“欠债”外,还应更加广泛地探索建设儿科医联体,打破地区之间、院级之间的壁垒。推动儿科诊疗协调发展,让孩子们看病无忧,实现“家门口看病”,还要再加把劲。



## G 图说

### 换汤没换药

“你的孩子与天才的距离,只差一套潜能开发方案!”“只要两天时间,就能获得‘超感知力’”……记者在山西多地采访发现,一种打着“全脑开发”旗号的培训班,陆续在暑假来临前后恢复营业。尽管收费标准上万元,仍受到众多家长追捧。对培训机构的培训方式和理念,物理学家和医学专家都不认同。

专家们都认为不可能、不认同的事情,一些培训机构居然言之凿凿,这得是有多少大的本事和能力?“全脑开发”之类的培训,此前各地曝光过不少,相关培训机构纯属忽悠、骗家长的钱,真面目也被揭穿,但培训、教育机构的水依然挺深、挺混,忽悠的味道和配方也未变。一方面,一些家长实在有必要反思一下自己的“神童”情结,让孩子正常、普通地长大有什么不好?“智商税”交得还少吗?另一方面,市场监管部门和教育部门应明确界限和职能,少一些“踢皮球”,多一些真作为。

赵春青/图 林琳/文

## “减肥神药”成“新型毒品”? 细思极恐

徐建辉

号称是进口的“DC减肥特效药”,实际上却是“新型毒品”。这样的减肥神药甚至还被微商疯狂推荐,直播平台主播带货。据8月17日澎湃新闻报道,记者从上海市禁毒办了解到,今年以来,上海查处的吸毒人员中,使用含有管制类精神、麻醉药品成分“减肥药”的人员占比高达85%。

我国是一个对毒品“零容忍”的国家。不仅对大麻、冰毒、海洛因等传统毒品毫不手软,对经过各种伪装、升级,以及打擦边球、偷换概念的新型精、麻药品也是雷霆手段。也正因打击力度毫不松懈,某些毒品才会时常“换马甲”。此番减肥药涉毒,还在网上公开大肆叫卖,必须引起重

视和警惕。

近年来,非法流入我国的“减肥药”等非法药物中,多含有我国管制的精神药品,人们较为熟悉的“减肥药”“安眠药”“聪明药”,就分别添加了地西泮、氟硝西泮、利他林等成分。上述药物均已在2005年被列入《麻醉药品及精神药品品种目录》,施行严格的目录管制和行政许可等措施。

一些来路不明的“减肥药”等产品,其某些成分的危害不容小觑。比如,“安非拉酮”刺激下丘脑神经中枢,使人有饱腹感,可控制食欲减少食物摄入量,但会提高身体兴奋性,莫名情绪波动或失眠、情绪亢奋等;芬特明作用于拟交感神经,控制食欲或镇静,《柳叶刀》发表的研究表明“随着服药剂量的增加,会出现认知和精神障碍的情况也相应增加”……用这样的东西来减肥,

瘦和美未必能追求到,但人可能先病了甚至傻了,这划算吗?

从上述药物成分及其药理作用来看,形形色色的“减肥药”“安眠药”“聪明药”,其实已经达到了法律上对毒品“能够使人形成瘾癖的麻醉药品和精神药品”的界定范畴。对这些药品,相关销售者、购买者、使用者,还能、还应轻松看待,继续交易吗?

这一漏洞必须尽快堵上。一方面,要加大毒品知识宣传,撕下“网红”涉毒商品的画皮,提高人们对这些新型毒品的识别能力和警惕性,防止因无知而涉毒。另一方面,要加大对电商平台及入驻商家、微商、直播带货主播等新零售渠道的监管,划出禁售红线。此外,还应瞄准源头和链条,严打制贩运销各个环节,斩断涉毒商品黑色利益链和传播通道。

案件,包括国际或涉外争议案件;涉及香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区的争议案件;国内争议案件等。对这些有分量的纠纷,6100元并不算贵,而对99元的押金来说,基本属于“杀鸡用上了宰牛刀”。简单的、小额的消费纠纷,没必要闹上这么权威、高端的机构,若是所有被欠押金的用户提起集体仲裁还差不多。相关企业绕过消协和其他可以处理纠纷的机构,故意将纠纷推到高级别的机构去仲裁,“醉翁之意”根本不在“酒”。

令人忧心的是,这种人为抬高消费者维权门槛的手法,正被越来越多的企业采用,特别是在消费人群聚集的电商平台上。这意味着,可能会有更多的、不特定多数的人,在更多消费领域遭遇消费维权困境。对相关企业这种故意侵害消费者合法权益、破坏市场竞争秩序的行为,相关部门除了对其进行日常监管外,还应在其格式条款、格式合同等文件的规范上有所警惕和作为。

让消费者维权的门槛低一点、渠道畅通一些,是相关部门的职责。公平交易、维权得力,是成熟、健康的市场交易应有的样子。但愿拿回“芝麻”先交“西瓜”这种事情不要再发生了。

## 拿回“芝麻”先交“西瓜”,不能这么欺负消费者

为共享单车企业最大的“烂尾”。

押金难退,一方面是企业资金链断裂,运营难以维继,无力偿还,或者直接关门跑路,用户求偿无门;另一方面是相关企业在格式条款中挖坑设套,比如规定必须在企业所在地的法院起诉,必须满足某些先决条件才可以继续走维权流程,等等。

对小黄车来说,上述两方面因素都存在。其至今拖欠着众多用户的押金未退众所周知,如今其用户协议中的仲裁条款也闹得沸沸扬扬——“凡因本协议引起的或与本协议有关的任何争议,均应提交中国国际经济贸易仲裁委员会,按照申请仲裁时该会现行有效的仲裁规则进行仲裁。”也就是说,有争议、纠纷时,想维权可以,但先要走仲裁渠道。而中国国际经济

贸易仲裁委员会受理并处理案件的最低费用为6100元,无法打折。想拿回99元押金,得先搭进去6100元仲裁费?这笔账,一点不划算,企业也算得挺精——哪个消费者也不会选择“冤大头”。这么做,无疑抬高了消费者维权的成本和门槛。

事实上,类似的“骚操作”并不陌生。时下,用户在使用相关产品或接受相应服务前,都须对用户协议中的格式条款选择“自愿”或“同意”,然而冗长的条款中往往暗藏各种门槛和深坑。正如有些专家所说,“这是经营者通过提高争议解决成本阻碍消费者维权的典型手法,目前这种现象在电商行业有蔓延的趋势。”

其实,中国国际经济贸易仲裁委员会主要受理契约性或非契约性的经济贸易等争议

## 现场·我在我思

李丹青

闽东宁德,山清水秀,曾是“老少边岛贫”集中的后发展地区。彼时,年轻人盼望走出贫困山村,到外面寻找“诗和远方”。大量青年离乡,某种程度上造成部分村庄空心化、老龄化严重。而此次来这里采访,我惊喜地发现,村中多了不少有朝气的年轻面孔。

“我现在的生活,就是理想中的小康生活。”年轻人用平实的语言描述着现下生活和对小康的朴素理解——“钱多、离家近、环境好”“村里安静、节奏舒缓”“能照顾父母和家人”……这些具体而微的小确幸,真好!

在家乡,他们经历了什么、收获了什么,又改变了什么?

福建省福鼎市磻溪镇赤溪村是远近闻名的贫困村。“路无三尺宽,地无三尺平”“三餐食番薯,遮体破衣裳”……当地村民曾编民谣,来形容30多年前的贫困状况。身为村里的第一位大学生,杜羸没有遵循父母的期待,走出赤溪、吃“国家饭”,而是返乡制茶。在他看来,创业最有可能在短时间内帮家里脱贫;80后赖春燕怀着二胎时,父亲被检查出患有重病,她和丈夫辞去城市的工作,回到家乡种植葡萄,以便能有更多时间陪伴家人。

返乡途中,每个人的境遇和梦想各有不同,但有一点是相通的,那就是相较于老一辈农民传统的耕作技能,这些“新农人”有知识、懂技术、善经营。

太姥山下的方家山村,是一个畲族人口占比过半的少数民族村,家家户户“没有粮仓、只有茶仓”,茶叶多被低价收购加工。畲族青年钟渊返乡后,将家乡的畲耕文化与太姥山白茶故里、优质生态等元素有机结合,开发产品、打造品牌,推动当地生态旅游和民族风俗文化的发展。

和茶叶一样,很多初级农产品如果没有好商标和有效推广来提升品牌附加值,扩大销售、增加收入就无从谈起。正是意识到了这些,不少年轻人返乡创业后,把更多精力和努力放到品牌打造和推广营销上,讲好“产品的故事”“背后的故事”。

同时,他们将社会对于绿色食品、高品质农产品的需求作为基点,不断探索精耕细作,赋予农产品以品牌价值和文化内涵;运用电商、直播等新平台、新渠道拓展新销路,增加产品附加值、提高市场份额……他们的返乡,为当地发展注入了活力和新鲜血液。他们带回来的各种新标准、新技术、新理念、新规划,使他们有足够的底气和能力成为脱贫攻坚的引路人、乡村振兴的生力军。一片片茶叶、一个个果子,经过他们的“创新再造”,成了带动当地增收致富的金叶,让乡村焕发生机的甜蜜果。

滴水穿石,久久为功,返乡青年们的事业蒸蒸日上。仲夏时节,打理茶叶商铺的间隙,杜羸喜欢带孩子在山村小溪游泳,傍晚绕着村子,陪爱人和父母散步。这样的生活,闲适惬意。有学者研究发现,追求家庭和睦的生活方式、让家人过好日子,构成了青年返乡创业共有的回流目标。

如今,青年对美好生活有了更多元的期待,物质富足只是其中之一,他们更希冀的是能有丰富多彩的人生体验。家乡生活不再是单调的“两点一线”,家乡的吸引力除了“绿水青山”的发展机遇,还有归园田居式的生活。

离开和归来,并非定局。它可能是一个新的开始,一段新的体验。只要葆有脚踏实地的实干精神、仰望星空的激情朝气,便没有什么能够阻挡奔往美好生活的脚步。家乡,也可以有“诗和远方”。

## 老字号“二次创业” 要守正也要创新

吴学安

进入耄耋之年的“老字号”企业近期正排队递交上市申请,如五芳斋、张小泉等。“通过上市证券化,一方面‘老字号’企业可以实现价值增值;另一方面可以通过上市获得低成本资金来发展。”(见8月17日《证券日报》)

资本市场不相信年纪,只相信产品服务魅力和营销实力。对于老字号而言,上市是融资创新,是一种二次创业、二次发展的机会,可以吸纳更多资金,拓宽发展空间。

对老字号而言,上市并非终点,而是开始,如果不能保持盈利,依然有可能被淘汰出局。老字号与资本市场碰撞需要定力,当庞大的资金涌来,企业应该利用这种机会不断革新产品,将其当成“二次创业”的启动资金,做大做强主业,而不是一门心思“圈钱”。揆诸现实,有些老字号在上市之后也没能焕发第二春,反而遭遇“第二困”,经营状况持续下滑。今年5月,在新三板挂牌的一家有百余年历史的老字号黯然退市。

虽说老字号有故事、有底蕴、有情怀,但是获得资本市场通行靠的还得是实打实的盈利。因而,老字号更该让其经营理念“上市”,积极对接现代经营管理方式,对接消费者的口味和需求,在产品上练好内功。比如,增加融资的灵活性,改变比较单一的股权结构,优化治理结构;瞄准不同群体的消费需求和消费能力,灵活打造价格策略,分层制定产品或服务。

目前,A股市场里的老字号上市公司将近50家,主要集中白酒、中医药、餐饮、调味品等领域。而场外,还有一批老字号在积极申请A股“入场券”。在同质化产品越来越多的今天,即将上市的老字号们必须清醒地认识到,企业之间的竞争就是品牌的竞争,没有多少企业能躲过市场的“暴虐”。守正与创新,并不冲突,“酒香不怕巷子深”的思路也需要改变,学会创新、扬弃,以及回报投资者,才能在资本市场上行稳致远。

## 亲手把家乡建成『诗和远方』