

打造职工文体新图景,让“诗与远方”融入日常

本报评论员 吴迪

近日,全国总工会、文化和旅游部、国家电影局、国家体育总局联合印发《关于深入推进新时代职工文体工作高质量发展 扩大职工文体消费的意见》(以下简称《意见》),旨在系统推进职工文体工作,释放消费潜力,满足广大职工日益增长的精神文化需求,为全国职工送上一份新年文化“大礼包”。

《意见》提出扩大职工文体活动规模、繁荣职工文化供给、创新职工文体活动场景、深化职工文体活动融合、优化职工文体消费环境等八大重点任务。这是全总首次联合三大文化体育领域主管部门发布的文件。这一近年来少有的“高规格”举措,凸显了工会在整合社会资源、服务职工需求方面的主动作为,呼应时代所需,彰显深远意义。

首先,《意见》是对党的二十届四中全会精神及“十五五”规划建议中“大力提振消费”“广泛开展群众文化活动”“推进群众体育发展”等部署的贯彻和落实。一段时间以来,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》等文件,均强调文旅消费的拉动作用。2025年上半年,全总推出的助

力职工文化旅游消费“十项措施”,已将“丰富职工文体活动”纳入重要内容。此次《意见》进一步聚焦,将职工文体工作上升到多部委协同推进层面,凸显了党和政府、工会对劳动者“精神共富”与“身心健康”的深切关怀,是实现精神赋能与消费拉动双赢的具体实践。

其次,《意见》明确建立由全国总工会牵头,文化和旅游部、国家电影局、国家体育总局共同参与的工作协调机制,推动工会与相关部门常态化、制度化协作,将优质资源精准输送至职工群体。事实上,这样的合作在各地已有范例并取得良好效果,湖南省总工会联合省文旅厅推出“湘观剧·工会有戏·好戏送职工”,新国风沉浸式幻境秀《新划海欢歌》让“95后”职工直呼“没想到传统花鼓戏可以这么‘潮’”,机制化协作必将使全国职工更常态更便捷享受到这些服务。

再次,《意见》鼓励文体活动创新形式、融合发展,满足职工多元化的文化消费需求。近年来,各级工会顺应形势、突破传统,在文体活动中嵌入思政引领、工会服务、文旅消费等内容,推出一大批新场景新模式。福建厦门市工人文化宫在工运旧址推出红色剧本游《鹭岛星火》,职工通过角色扮演“穿越回”历史现场,在互动叙事中感悟工运精神。全国

职工工间操大赛(青海西宁)赛场外同步开设“工匠集市”,一碗拉面凝聚劳模匠心与大美青海风情。全国职工半程马拉松赛(宁夏银川站)则延伸出星空夜攀、特产品鉴、万人合唱等系列体验,凭赛事票根可享多重消费优惠,打造“赛事+文旅+消费”的文体嘉年华。

当然,上述这些活动离不开可持续的资源支持保障,《意见》明确要推动开展职工文体活动、带薪年假的集体协商,鼓励提高工会经费中职工文体活动支出比例、拓展使用工会会费开展职工文体活动,鼓励多部门联合推出面向职工的专属优惠文体产品服务。从经费、时间、服务等角度,确保职工在参与文体活动时“得实惠、真受益”。

文体活动最能促进职工队伍的情感交流与凝聚融合。“十五五”期间,职工群众对高品质精神文化生活的向往愈发强烈,文体活动必须在内容供给、服务方式、体验场景上全面提升升级。期待各级工会、工人文化宫以《意见》为契机,加强与相关部门以及文艺院团、公共文化服务机构、文博场馆、演出场馆、电影放映场所、体育场馆的合作,合力提供更高品质的职工文化服务,让“诗与远方”融入更多职工群众的日常,让劳动者在奋斗路上既有奔头,又有滋味,更有光芒。

现场·我在我思

陈丹丹

“刘宝华月季,因为我二舅叫刘宝华”“他长得像花一样”——据近日上游新闻报道,云南省农科院在社交平台为研发的月季新品种公开征名,评论区一位网友的留言火了,获得超24万的点赞量。研发团队随后开启投票活动,“宝华”月季以断层领先的票数被选中。日前更是传来一则好消息,“宝华”月季已顺利通过国家林草局初审,预计最快于2026年8月上市。

对此,网友纷纷调侃,“‘宝华’这下可以‘名垂花史’了!”那么,一场看似寻常的征名活动,为何能演变为“出圈”的科普传播?与过往的同类活动相比,它又有哪些与众不同?

事实上,公开征名的活动形式由来已久,此类活动的共同点之一在于激发共创并增强参与感,让正能量与大流量同频共振。从路名到动物名,再到吉祥物的名字,近年来引人关注的公开征名活动不胜枚举。我也参加过一项给“微笑天使”江豚征名的活动。当时,网友给江豚取了“汉宝”“蓝精灵”“汉明珠”等别出心裁的名字,翻完评论区的我还为“汉明珠”投了一票。

与其他征名活动相比,此次月季征名“出圈”的密码,或许源于其戳中人心的平凡烟火气——有普通人的故事,有朴素的情感表达,还有自发的互动与传播。

普通人的故事自带亲切感,往往更能引发共鸣。正如在近些年的高校毕业生典礼中,食堂大叔、宿管阿姨、保安师傅被邀请上台演讲,一句句“好好吃饭”“好好睡觉”的暖心嘱咐,戳中了学子心中最柔软的地方。这样的故事,一如“宝华”月季,虽然没有高大上的议题,但背后有一个个真实的个体,也承载着无数普通劳动者的平凡记忆,反而更加熨帖人心。诸如此类打破刻板印象和严肃语境的传播,不失为一种以小切口替代宏大叙事的新范式。

同时,可观可感的情感符号,往往能传递有温度的情绪价值。打动人心的,可能不是简单的一朵鲜花、一个地名,而是物与人的联结,是物所代表的视觉、味觉、触觉隐喻。正如一位网友写下的留言,“宝华”月季让人鼻子一酸,是因为它让大家联想到了自己的亲人,脑海中也不禁浮现爷爷奶奶、父亲母亲的形象,“看到了花,就像看到了身边的人”。

而让信息由点到面传播并实现“破圈”的,是网友借助媒介开展的二次创作与实时互动。不同于以往通过邮箱、电话、网站等渠道开展的单向征集活动,“宝华”月季的相关评论从出现到走红,背后都有网友的一次次点赞、一条条跟评。从相关弹幕或是留言中,有人找到了情感共鸣,有人因为“天赋型选手”的创新梗捧腹大笑,并自发转发给好友,彼此间共同的社交话题也由此形成。

在“宝华”月季被选中背后,还有研究团队的层层专业把关。他们没有一味追随流量,而是主动对入选的名字进行甄选,找出其中既有情感厚度又符合命名规范的名字。这也启示我们,真正可持续的破圈传播,需要兼具开放性与专业性。据悉,研究团队已计划推出以长辈名字与巾帼英雄命名的新品种征名活动。

未来,期待有更多浸润烟火气的信息传播,期待有更多“宝华”在时代的泥土中扎根生长。

“新年第一会”问计企业,优化营商环境的生动注脚

黄鹤权

据《证券时报》报道,2026年伊始,福建、上海、辽宁等多个省市都将优化营商环境作为“新年第一会”的核心主题。

“新年第一会”的议题选择,往往折射出地方发展的核心关切。上海将优化营商环境大会从往年的“新春第一会”提前至“新年第一会”,发布的方案直击“内卷式”竞争、“牟利性职业举报”等企业发展痛点;福建连续两年在“新年第一会”部署优化营商环境,明确市场化、法治化、国际化、便利化四大方向;而辽宁省委书记以“八个坚决整治”直指营商环境“沉疴痼疾”。

多地密集发力的背后,是对经济发展规律的深刻把握。营商环境犹如阳光、水和空气,是市场主体生存发展的“硬支撑”,更是影响区域竞争力的核心要素。各地的举措虽各有侧重,但本质上都是以政策红利降低制度性交易成本,让企业卸掉包袱、轻装上阵。在存量竞争日益激烈的当下,谁能提供更公平的竞争环境、更高效的政务服务、更可靠的兜底保障,谁就能吸引更多资本、人才与技术,为经济增长注入不竭动力。

营商环境的优化是一项系统性工程。要让企业代表坐会场“C位”也坐发展“C位”,让“坚决整治”不流于口号,更需要久久为功的清醒认知,需要建立常态化监督机制,将评价权真正交给市场主体;完善失信惩戒机制,杜绝“新官不理旧账”;优化服务流程,让惠企举措真正落地生根,等等。唯有如此,才能将会议共识转化为日常治理的行动自觉,将短期热度转化为长期信任。

从渤海之滨到东南沿海,多地“新年第一会”的同步发力,是全国范围内营商环境不断向好的生动注脚。期待各省能以此次大会为起点,以“钉钉子”精神抓好落实,让“最佳口碑省”“近悦远来”等目标从蓝图变为现实。可以预见,当越来越多地方把营商环境视为生命线,不断以制度创新破除发展障碍,中国经济的活力与韧性必将持续迸发,高质量发展的成色将越来越足。

AI“骂人”是数字时代的一记警钟

徐刚

AI也会“骂人”了?据澎湃新闻报道,近日,有网友在社交平台反映,自己在使用某企业AI工具辅助修改代码时,多次收到AI的侮辱性回复,例如“滚”“自己不会调吗”“天天浪费别人时间”等。该企业官方随后回应称,经核查确认此为“小概率下的模型异常输出”,与用户操作无关,也非人工回复。

当AI从初级工具演变为能够与人进行复杂交互的智能体时,其行为的不可预测性已经成为一个无法回避的社会命题。从聊天机器人Tay在社交平台上迅速“学坏”,到某些AI客服对用户“冷嘲热讽”,再到此番AI工具的“暴躁发作”,近年来,国内外多个主流AI大模型均曾曝出生成歧视性、攻击性甚至违法不良信息的案例。这某种程度上说明,在行业追求AI“拟人化”“人性化”的同时,对其行为边界与“安全护栏”的建设明显滞后。

值得警惕的是,在此类事件中,一些企业简单将问题归咎于“小概率异常”,或以“技术中立”“模型不可控”为由推卸责任,而用户在被冒犯后,既无申诉渠道,也难获实质救济。这种权责不对等的格局,正在侵蚀公众对AI技术的信任基础。企业如何从机制上降低此类事件发生概率?当异常发生时,有何应急机制与补偿措施?用户权益的保障不应停留在口头承诺。

国家网信办近期公布的《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法(征求意见稿)》明确提出,服务提供者应当落实安全主体责任;提供和使用拟人化互动服务,不得生成、传播侮辱或者诽谤他人,侵害他人合法权益的内容。由此,相关企业要从“小概率”中看到“大责任”,将技术安全置于商业利益之前,采取有效措施防范虚假信息、不良信息生成。监管部门也应进一步细化AI治理标准,强化伦理审核,加强对AI产品全生命周期的监管,让“失控瞬间”少一些,再少一些。同时,作为普通用户,我们也需要看到AI的局限性,培养批判性使用习惯。

作为科技界的“新星”,AI其实还有很长的路要走。“骂人”事件是一记警钟。如何在拥抱技术进步的同时,守护人之为人尊严与价值?这道题的答案,需要开发者、监管者与使用者共同书写。



图说

见怪不怪?

“远看像小车,近看无牌照”——据近日《半月谈》报道,以往满足中老年人代步需求的低速四轮电动车开始将“形似豪车”与“低价”标签捆绑,并迅速占领乡村镇街、城市郊区等下沉市场。这类“老头乐”闯红灯、逆行、横穿马路等违规行为较为普遍,一些群众对此已经“司空见惯”。

在一些地方,“老头乐”乱象由来已久,这类低速电动车的安全隐患不容小视,其中一些车辆被用来接送孩子上下学,肆意穿梭在大街小巷,让人捏一把汗。同时,一些厂商在产品标准及外形上各行其是,电池参数虚标、制动系统不稳定等,为道路交通安全埋下源头隐患。这些问题都源于“老头乐”没有明确的“身份”,其既不属于传统意义上的机动车,也不完全符合非机动车标准,这让监管面临诸多困扰。治理此类乱象迫在眉睫,有关方面应理顺其中的需求、问题和痛点,比如明确产品属性、安全标准;多元化完善基层慢行交通系统,减少人们对“老头乐”的依赖等。需求再大,也应安全为先,绝不能让“老头乐”继续在见怪不怪中畅通无阻。 赵春青/图 嘉湖/文

从“扎胎补偿”到“免费再游”,最美的风景是共情

郭元鹏

在刚刚过去的元旦假期,有两件发生在景区的“暖心事”引发人们关注——据近日扬子晚报紫牛新闻报道,山西晋城司徒小镇面对多位游客车胎被扎的意外,没有推诿扯皮,而是主动承担损失费用并补偿每位车主1000元;在陕西太白山景区,因突发大雪降温,部分路段出现积雪结冰,导致大批游客被困。对此,景区不仅及时致歉,更以免费再游的承诺传递诚意。

其实,事情的关键不在于赔了多少钱或免了多少票,而在于景区抓住了旅游服务的核心:把游客的感受放在第一位,用真诚和担当赢得信任。

随着经济社会发展和消费日益多元化,人们越发看重出游的体验感。比如,在司徒

小镇,当车胎被扎后,游客在天寒地冻里陷入狼狽无措,何况其中还有老人和孩子。景区值得称道的是,在停车场不收费的情况下,没有想着“如何避责”或去争论“责任在谁”,而是第一时间接住游客的情绪,用主动补偿的实际行动平息不满,然后再报警寻找肇事者。这种“先回应感受,再处理事情”的方式,恰恰是应对舆情的关键,也是文旅揽客的秘诀。

再看太白山景区,大雪属于不可抗力,景区如果只是道歉也合情合理,但却让游客真正释怀。而“免费再游”的承诺,巧妙地把旅途的遗憾化作对下次相逢的期待。这不仅是补偿,更是一种态度:我们珍惜你的到来,愿意用一次更好的体验弥补这次的不足。这已经超出了普通危机公关的范畴,不失为一次有效的情感沟通。

如今文旅行业的竞争,早就不仅是比风景谁更美,更是比服务谁更暖。随着短视频

等传播方式普及,景区的每一个细节都可能被放大,应对突发事件的能力越来越成为景区竞争力的重要组成部分。近年来一些景区让“坏事变好事”的“圈粉”做法背后,其实是对“口碑大于流量”的深刻理解:一次危机如果处理得好,完全可以变成树立品牌形象的机会。从更深层看,相关案例也反映出文旅行业正在从“管理者思维”转向“服务者思维”。这种转变不是挂在墙上的口号,而是体现在每一次选择里:是否主动上前一步,是否第一时间回应突发事件、是否真正站在游客角度想问题。

从司徒小镇的“扎胎补偿”到太白山的诚意邀约,这些案例为其他景区提供了应对舆情的参照,也给行业发展打开思路、带去启发。当每个景区都能把“游客第一”融入运营的点点滴滴,文旅行业才能行稳致远,为经济社会高质量发展赋能增效。

这些共享实践的普遍意义值得深入挖掘。其一,重塑公共资源的配置逻辑。让机关企事业单位的闲置场地、设备、人力资源,在错时共享中实现价值最大化,减少了资源浪费,也降低了民生服务的供给成本。其二,推动政府角色从“管理者”转向“服务者”,通过敞开一扇扇“院门”,拉近政府与市民之间的距离,用看得见、摸得着的便利赢得群众信任。其三,探索出了民生服务的可持续路径。无论是杭州共享停车“弥补管理成本”的收费原则,还是北京开放食堂“错峰就餐、内外平衡”的运营模式,都在公益属性与管理可行性之间找到了平衡,为避免“一阵风”式服务提供了制度保障。

从共享泊位到共享食堂,这些“破壁”之举共同书写着民生服务的温暖答卷。当更多公共资源以共享思维重新配置,我们看到的不仅是具体民生痛点的缓解,更是一座城市的包容性与亲和力的提升。期待这些共享实践进一步规范化、常态化,让公共资源的阳光照亮更多民生角落,让每一份对美好生活的期待都能得到精准回应。

城市的温度藏在共享资源的细节里

王维砚

据浙江杭州市政府官网消息,近日,市政府办公厅下发《关于进一步推进杭州市机关事业单位和国有企业泊位对外共享开放工作的通知》,进一步推动机关事业单位和国有企业停车泊位向社会错时共享开放,助力缓解“停车难”,该通知将于今年3月31日起施行。

停车难一直是城市治理中的一大痛点,杭州也不例外。数据显示,杭州机动车保有量已攀升至519万辆,“十四五”期间新增207万辆,增幅超六成。在此背景下,当地推出泊位“能开尽开”新政,让围墙内的“沉睡

资源”转化为触手可及的民生红利,精准回应了群众诉求,更彰显了城市治理的温度与智慧。

机关事业单位和国有企业的停车泊位,也是公共资源的组成部分,“能开尽开”的核心,是公共资源的价值回归。新政提出的“错时共享”模式——工作日下午后、节假日全天开放闲置泊位,设定30%的最低开放比例,鼓励中心城区、商业区提高开放幅度,精准破解了泊位的供需矛盾,让公共资源在时空互补中实现效益最大化。

政策的生命力在于落实,而精细化设计也是此次新政的一大亮点。新政明确,搭建全市共享停车“一张网”,让泊位信息实时可查,破解了以往共享停车的“信息孤岛”难题;

引入专业运营单位,明确收费标准不高于周边政府定价,既化解了机关单位的管理压力,也避免了逐利化倾向。这些环环相扣的制度设计,既体现了城市治理的绣花功夫,也让政策落地更有保障。

事实上,“打破围墙、共享资源”的治理实践,近年来已成一种趋势。北京多家机关、企事业单位的内部食堂打破“院墙”,为周边居民和上班族提供用餐新选择;重庆、上海等地在节假日开放政府食堂,以亲民价格和本土风味接待游客,缓解旅游高峰期用餐压力;湖南吉首市政府大楼设立书香图书角,面向市民免费开放,让书香浸润城市每个角落;河南安阳滑县一乡政府,连续3年开放大院,给周边村民提供晒粮场地……