

城市更新：看得见民生，留得住乡愁

本报评论员 吴迪

更新做成看得见的民生、留得住的乡愁、摸得着的产业样本。

城市更新直观呈现着一个地方的治理智慧与发展理念。如今,越来越多地方的城市更新正在由“有没有”向“好不好”“美不美”渐进,即从数量、规模、外观等更新,向品质、服务、肌理焕新,探索出一条条有系统化思维、能可持续发展、富有生命力的路径,让城市治理更加精细化、更加深入人心。一批批城市更新创新案例启示我们,城市更新需答好系统化、可持续、生命力的考题。

系统化思维,即把城市更新当作系统工程规划,让“规划—建设—治理”各环节咬合发力,让资金、土地、政策拧成一股绳,让市容市貌、产业迭代、文化赓续等一体推进。

可持续发展,即让城市空间与产业迭代良性互动、相互依托。比如,武汉光谷片区依托高校与科创资源,将旧厂房升级为人工智能与生物医药孵化器;江西景德镇部分地区把废弃瓷厂改成文创街区,培育数万名创客……产业兴旺反哺空间维护,城市更新才不会沦为“一次性投入”。

保持生命力,是从治理逻辑上为更新后

的城市空间注入活力,包括实用性、前瞻性、柔韧性等,以及让市民在城市更新过程中积极参与、建言献策,实现“我的城市我当家”。

城市更新没有“标准答案”,亦不在于拆掉多少老旧小区、新建多少高楼大厦,重要的是回答好“为谁更新”“如何做到最优性价比”,以及向谁寻求“参考书”等问题。

比如,在老龄化人口较多的社区,生活硬件设施适老化改造、社区公共服务微更新等,或许远比打造网红街区更直击群众诉求;在年轻人聚居社区,融入“主理人经济”“平台经济”“首店经济”等复合业态、引入智慧物联生活设施等,显然更加熨帖人心。又如,注入资金也要算性价比。有些地方推出“城新贷”财政贴息、超长期特别国债等用于老旧电梯更新,把有限的钱花在群众最需要处……精准抓住“人与城市的关系”,城市更新才能更有的放矢、更精准对接现实需求。

当前,不少城市更新结出了累累硕果,如北京“劲松模式”盘活闲置空间,重庆红育坡片区靠停车、农贸等资源“造血”实现可持续运营,海南博鳌建设零碳示范区等。相关案例在“钱从哪来”、城市沉睡资源活化利用、大

社评

中国新闻名专栏

把人的衣食住行、急难愁盼放在优先级,把城市的产业格局、文脉赓续作为底色,这样的城市更新才能更好满足人民群众对美好生活的向往,让城市真正成为高品质的生活空间。

老旧家属院,被“绣”成全龄友好的公园社区;千年古街,修旧如旧变身网红打卡地,天台经济点亮夜色;华中最大的滨江地下环路,向地下要空间,重塑片区发展格局——据10月26日极目新闻报道,如今,湖北武汉以“绣花功夫”优空间、留文脉、兴产业,把城市

大件旧物回收不该是“烫手的山芋”

张西流

据近日《法治日报》报道,今年上半年,北京市民赵先生打算处理家里闲置的椭圆仪。他先联系厂家,对方表示不提供回收服务;把信息挂到二手交易平台,几个月时间无人问津;又辗转找到专做家具、健身器材回收的商家,得到的答复同样是“不收”。“东西还能用,为什么没人要?”赵先生的困惑,正成为越来越多家庭的共同感受:购买大件商品早已不是难事,可要处理一件不再需要的大件旧物,却远没有想象中容易。

随着促消费政策的不断出台,大量废旧家电、家具加速淘汰。然而,这些体积庞大的旧物,却陷入了“没人要、没法扔、扔不起”的尴尬境地,成为城市治理的“烫手山芋”。究其原因,一方面,大件旧物搬运难、拆解繁,且许多废旧家具附加值低,一些回收企业不愿接手。另一方面,流通网络不够完善,销售、回收、拆解等环节信息衔接不畅,导致正规回收渠道常常“吃不饱”,大量旧物流向不规范的“手工作坊”,甚至被随意丢弃,不仅占用公共空间,还带来了环境污染与消防隐患。

让大件旧物“体面退场”,亟须有关方面打通堵点,建立“投放—运输—集中拆解—再利用”的链条。推动大件旧物从“闲置负担”变为“循环资源”,需创新商业模式,让“送新”与“收旧”实现无缝衔接。有关方面可鼓励家电家具生产企业将回收成本纳入产品定价体系;大力发展“互联网+回收”“换新+回收”物流体系,支持物流企业与专业回收企业合作,在上门配送安装新品的同时,完成旧物搬运。还有,建立健全二手质检与交易规则,推动成色较好、具备二手流通价值的旧物继续发挥余热。

废品是放错位置的资源。各类大件旧物中蕴含着丰富的金属、塑料、木材等资源,对其进行精细化处理,不仅能大幅减少温室气体排放,还能推动资源循环利用。回收体系的畅通,既可以消除居民更换大型家电、家具的顾虑,进一步释放消费潜力,更能够带动再生资源产业发展,培育绿色消费的新增长点。

大件旧物回收考验着城市精细化治理的智慧。期待政府、企业、消费者多方协同,用循环的理念重塑产业链条,让每一件旧物都找到归宿,真正实现经济效益、生态效益、社会效益的多赢。



G图说

噱头

“几元就能测基因,真的靠谱吗?”据红星新闻报道,近期,在电商平台上,一款标价9.9元的基因检测产品吸引上万名消费者下单。不少消费者反馈,检测报告结论模糊、误差不少,甚至连血型都是错的,而想要完整解读还得额外付费。

近年来,基因检测在网络上火了一些商家顺势以基因检测等作为噱头对某些产品进行包装炒作,比如检测患疾病的概率、预测寿命长短等。这类所谓基因检测,表面是满足大众猎奇心理,本质是商家以低价引流,把基因采样当成获客手段。市面上类似套路并不少见:低价卖基础报告,再层层加价解锁完整内容,报告多为概率化描述,不等同于临床医学诊断。盲目采信报告,容易对健康状况作出误判,更让人担忧的是,基因信息属于高度敏感的生物信息,关系个人隐私乃至生物安全,相关样本数据保管不善则存在泄露、滥用风险。对此,平台要严把审核关,厘清消费级基因检测和医疗检测边界;监管部门要压实商家的数据安全主体责任,规范生物信息采集存储,同时做好科普提醒,引导消费者理性看待基因检测。

赵春青/图 吴迪/文

几百元买的“国医大师”,唬人的道具

刘少华

据10月26日《北京晚报》报道,国医大师是中医药工作者的杰出代表,“国医大师”的称号是中医药行业的最高荣誉。然而记者调查发现,网络上存在一条碰瓷“国医大师”称号的证书造假产业链。看似装裱正规、信息齐全的证书,实则只需要数百元到上千元就能轻松买到。而“碰瓷证书”的所谓颁证单位,或早已被民政部公开打假,或在多种渠道核实无门,涉嫌山寨社会组织。

真正的“国医大师”凤毛麟角,而碰瓷“国医大师”的人则多如过江之鲫。一张纸、一个牌匾,就能让人摇身一变成为“大师”,这条造假产业链的运作方式并不复杂,甚至堪称粗糙:只需提供身份证和照片,虚假资

料也能通过“审核”;证书上印着国徽,扫码跳转的“验真网站”却连备案信息都没有。有推销人员直言:“这不是国家部门的证书,是一些机构和协会的证书……就是听起来名气大点,私下里自己宣传用。”说白了,买卖双方心知肚明,他们交易的只是一个唬人的道具。

而真正值得警惕的,是这种道具的杀伤力。购买者中,不乏没有行医资格的人、小诊所的从业者。他们拿着假证书在短视频平台展示、在社交媒体上自我标榜,吸引来的却是真正需要就医的普通百姓。当“国医大师终身成就奖”“国医大师功勋人物”这类称号堂而皇之地出现在患者面前时,它就不只是一个虚荣的标签,而可能成为误导诊疗、损害健康的隐患。

碰瓷“国医大师”乱象的背后,是造假成本较低、打假成本偏高的现实困境。这些售

卖假证书的山寨机构,打一枪换一个名字,被曝光后很快就能再穿上“国医某某委员会”“全国某某学术中心”等马甲重新开张。而普通患者大多没有核实真伪的意识,看到证书上的公章、二维码就信以为真。

大师不是可以随便叫的。前段时间,有关协会相继取缔了一批“工艺美术大师”“制茶大师”“玉雕大师”“烹饪大师”称号,目的就是纠正“大师”泛滥的乱象。下一步,相关部门不妨针对“国医大师”这类山寨荣誉产业链开展专项整治,对售卖虚假证书的平台和账号进行溯源打击,同时把官方评选的历届“国医大师”完整名单向社会公开,进一步减少信息差。

医生之“大”,不在名号之盛,而在救死扶伤、解人疾苦。“国医大师”的含金量,在数十年如一日的诊桌前,在患者口口相传的好口碑里。

是老一套,既没有结合年轻人的认知习惯做调整,也没有把本地真实的红色故事挖深讲透。还有个别地方为了追求流量,把红色历史过度娱乐化、商业化,反而消解了其本身的厚重感。这些问题都在提醒我们,红色旅游的“年轻化转型”,从来不是靠几个网红打卡点、几句网络热词就能完成的。它真正的生命力,永远建立在对历史的尊重之上,根植于把真实的故事讲得更动人、更可感的努力里。

年轻人愿意主动走向红色热土,说明只要找对了连接彼此的方式,跨越几十年甚至上百年的精神力量,依然能在当代人心里激起强烈的回响。当越来越多的95后、00后愿意把红色目的地放进自己的出游清单,愿意用自己的方式去理解和传播这些故事,红色文化的传承就真正完成了一次从“上代人讲给下代人听”到“年轻人主动走进历史”的重要接力。

汪昌莲

快捷及时、方便留痕……工作群已成为不少职场人沟通工作的主要方式。尤其在一些项目制和服务性岗位,一事一群、一客户一群、临时拉群,成了很多企业的默认做法。然而,无上限的工作群不仅带来了无止境的工作量,也导致了权责不明确、注意力不集中、离线休息权难以保证等问题。法官表示,劳动者依法享有休息休假权,用人单位不能把“随时在线”当作劳动者的默示义务,更不能因为劳动者在非工作时间未及时回复群消息,就对其作出处分、降薪等处理。(见10月26日《工人日报》)

信息化办公普及之后,工作群本是提升协同效率、快速传递信息的便捷工具。可不知从何时起,一事一群、一项目一群已经成了不少单位的常态。手机里工作群连成串,消息提示音此起彼伏,动辄几十条、上百条未读信息,让许多职场人长期处在随时待命的状态,身心被持续消耗,疲惫感如影随形。工具本该服务于人,泛滥无序的工作群,反倒把一些劳动者困在了线上,这背离了推广数字化办公的初衷。

工作群泛滥,带来的最直接的伤害,是不断模糊工作与生活的边界,催生隐形加班。对不少劳动者来说,工作群打破了时空限制,下班之后、周末休息日,各类通知和指令照样弹出。而一些管理者默认,只要消息发到群里,员工就应当及时回应。久而久之,部分职场人形成条件反射,听见提示音便心头一紧,即便身处休闲场景,精神上也无法放松。这种持续的心理紧绷,容易引发焦虑、失眠等问题,也让劳动者难以获得真正的休息。

换个角度看,适度拉群沟通,或许有助于开展工作,但工作群过于繁杂冗余,反而会拉低效率,甚至滋生指尖上的形式主义。大量功能重叠、定位模糊的群同时运转,相同的通知反复转发,各类报表多头报送,员工要在不同群聊之间来回切换、核对信息,将大量精力耗费在刷新消息、确认收到、截图留痕上,真正投入到业务钻研、操作落实中的时间被不断压缩。一些单位热衷于在群里发通知、晒截图,看似热闹繁忙,实际问题却悬而未决。

说到底,工作群泛滥的根源在于粗放的管理思维。部分单位习惯于“遇事先建群”,没有区分紧急通知、常规通报、临时协调的渠道差异,也未建群信息发布规范,“多建群、广撒网”的工作方式,实质上是把管理成本转嫁到普通员工身上,长远看也不利于用人单位的健康发展。

推动工作群发挥应有的作用,首先要做好精简整合,划定清晰的运行规则。相关单位应当全面摸排梳理现有群组,合并功能重复、用途相近的群,解散项目完结、长期闲置的临时群。同时,明确工作群的使用规范,厘清每个群组的定位、信息发布主体,区分常规事项与紧急事项,约定非紧急信息不在夜间、节假日推送。此外,能用内部办公系统传递的正式文件,不在微信群转发,以减少信息碎片化流转,从源头控制群组数量和消息频次。

管住工作群,本质是捍卫劳动者的休息权,树立以实绩为重 的管理导向。管理者要主动转变观念,尊重员工8小时之外的离线权利,不把随时在线当作敬业标准。只有让线上工具回归辅助定位,凝聚“以人为本”的职场共识,劳动者才能卸下指尖负担,从容平衡工作与生活,从而迸发出更多活力和创造力。

优惠规则难倒AI? “双十一”岂能层层设套

唐传艳

据10月26日《北京青年报》报道,今年的“双十一”大促已经启动,多家平台已开启优惠活动,玩法繁多。记者发现,AI凑单成为今年“双十一”年轻人的省钱新玩法。消费者把购物清单和优惠规则一键发给AI,短短几分钟就能算出最优方案。不过,AI算出的低价,并不能顺利下单,不少消费者反映,最终还会卡在平台的隐性互斥限制和动态调价上,消费者感慨“AI算得出优惠,算不透套路”。

往年每逢“双十一”,都有人感慨,“简直是在考脑力和算术”“购物前要先解谜”。跨店满减、品类券、直播券、预售抵扣层层叠加,消费者凑单经常要反复拆分订单、增减商品,往往耗时颇多。规则越多,玩法越杂,优惠的本意越被冲淡,购物体验也越差。

AI的出现,让复杂优惠有了更快的解法。清单和规则发给AI,它自动匹配福利、拆分订单,几分钟就能给出最优方案,省去繁琐计算的麻烦,也有助于减少冲动消费。然而部分消费者发现,AI算出的低价多停留在理论层面,下单时又是另一番景象。究其原因,AI拿到的只是一张页面快照,它读得懂明文规则,却无法预判临时调价、权益互斥、优惠券回收等隐形套路。有消费者按方案下单,结算时发现两张券无法同时使用;也有人付定金后发现商品涨价,买不买又成了难题。总之,再聪明的算法,也算不清平台后台的实时变动。

或许在一些平台看来,面对层层叠叠的规则和优惠券,很多消费者难以弄清真实价格,即便最终结算的价格与预想有偏差,也不会意识到是后台在搞小动作。种种套路之下,难倒的是AI,受累的是消费者,消耗的是“双十一”应有的诚意。

打破这种局面,需要监管部门出手纠偏,整治无序竞争,肃清市场环境,也需要各大平台主动作为,诚实地对消费者。今年,一些平台尝试做减法,值得肯定。比如,有的平台取消沿用多年的跨店满减,改为官方立减;还有平台取消定金预售,主打现货直发。总而言之,优惠经得起“算”,大促才能回归让利本意。

平台若想做长久生意,就该少一些层层设套,多一些明码实价,把精力从设计规则转向提升品质与服务。每一次下单都不必“绞尽脑汁”,消费信心才能稳稳立住,“双十一”才能为消费市场的繁荣注入不竭动力。

职场人为『群』所困，背离数字化办公的初衷

乐见年轻人成红色旅游主力军

春华秋实

据10月26日央视财经报道,今年7月,《旅游强国建设“十五五”规划》发布,对红色旅游提质升级行动作出部署。相关研究报告显示,今年上半年“红色旅游”相关产品搜索热度同比增长超130%。在游客年龄构成方面,数据显示,今年上半年,预订景区门票的18岁至35岁游客订单占比突破50%。年轻人正成为红色旅游的主力军。

曾几何时,在一些人的想象里,红色旅游

似乎是“老一辈的功课”,多是刻板的陈列、僵化的讲解、排着长队的瞻仰。年轻人与红色景区之间,似乎隔着一道无形的墙。而当下,这道墙正在被拆掉,越来越多的年轻人加入了红色旅游的队伍。今年以来,从娄山关换装冲锋的实景体验,到延安65公里的长征历史步道,红色旅游景区的年轻面孔在变多,社交平台上涌现了大量探访视频。更值得注意的是,年轻一代的参与方式也变了:他们不再是被组织来的,而是被“种草”来的;不只是参观,而是沉浸式感受和回望。

年轻人用脚步投了票,红色旅游景区更

是以诚意迎客。今天的红色旅游,多已不是“展板加讲解”的单一模式,实景任务、行进式演艺、红色夜游、VR体验等新形态不断涌现,“跟着团长打县城”“重走长征步道”等项目受到欢迎。年轻人愿意为这些体验买单,说明关键在于相关地区能否用他们听得懂的方式讲述。当历史不再只能隔着玻璃观看,而是可以走进、触摸、共情,红色资源便获得了新的生命力。

如今,不少地方已经尝到了业态创新的甜头,但也有部分红色景区还停留在“靠旧址吃饭”的阶段,展品几十年没更新,讲解词还