

给“春日经济”来些新创意

□寒塘

热点快评

眼下,赏春花、尝春菜、游春园……各地“春日经济”正红红火火,迎来消费高峰。“春日经济”升温的同时,我们也看到在一些地方还存在场景单一、融合不够等问题。究其原因,还是在于理念。比如把“春日经济”看成季节限定,就像时令菜,过了这一季就没戏;还有的把春日经济片面视作“赏花经济”。其实,春日经济是一种包括饮食、旅

游、购物、艺术欣赏、体育健身等多元形态的复合型经济,需要在多维融合和创意上下功夫,多出金点子,搭好台,唱足戏。

比如最近,上海、南通两地媒体策划发起,牵手各地文旅部门共同推出的“江海之约·让春天从这里出发”活动,就是非常不错的创意。既是一次全媒体采访行动,也是一次沪通两地文旅深度合作行动。不仅有两城各地在文旅推介上的融合,也有线上线下活动的融合,更有特色餐饮、住宿、消费等领域的交流融合,让两城各地五光十色的春景深入人心,也为

国风巡游等活动融入其中,以满足不同年龄、不同群体的品质化、个性化消费需求。

抓住“春日经济”这个风口,配套服务要做细做优做足。很多时候,开开心心去游玩,赏美景,可一件小事可能就让人觉得堵心,不愿再来。包括停车场、公厕、指示牌、景点门票印刷、特产小吃等等,要把吃、住、行、游、购全方位的服务细节做到极致。因为这些细微之处,正是展示城市文旅品质的窗口。提升品质,才能让时令经济的“春风”吹得更久更远,让“季节限定”成为四季的约定,恒久的约定。

有话直说

历史公园“焕新”,大有可为

□蒋娇娇

为加大对具有历史价值的公园保护力度,更好延续城市历史文脉,承载城市记忆和百姓乡愁,近日,南通公布了首批具有历史价值的公园名录,水绘园、南通博物苑、城市绿谷、文峰公园、啬园、唐闸公园、东洲公园7座公园上榜。

南通城市公园历史悠久,据史料记载,早在宋元时期,南通城内即有园林存在,以微型园林居多。20世纪初,近代伟大的爱国主义者、著名实业家、教育家张謇倡导实业救国,在南通兴办了大量的文化、教育事业,并在全国第一次引进西方城市公园概念,借鉴欧美城市功能分区和中国传统园林造园原理,因地制宜建设城市园林。

在南通城市的迭代发展中相继涌现诸多具有历史价值的公园。首批具有历史价值的公园中,有的是已被公布为国家级文物保护单位的园林;有的是在近代南通城市建设过程中,兼采东方造园手法与西方城市园林建设思想的结晶;有的建成年代虽然不算长,但承载了几代南通人的珍贵记忆……它们在不同的

历史阶段,见证了南通的发展与变迁,早已成为城市风貌的重要组成部分。

为更有效保护现存具有突出历史价值的城市公园,完善城市公园体系结构,延续城市公园发展历史,需要坚持整体性、合理性、可持续的保护原则,不仅要保护公园内的文物古迹,也要注重保护与其同存的各造园要素以及周边的环境。同时,要通过城市公园展示城市地方特色,凸显城市文化底蕴。

探寻历史文化的活化利用之道,让历史与现实在城市中交相辉映,既是推进城市更新的内在要求,也是保护传承历史文化的有效途径。要系统推进历史文化保护传承利用,探寻具有历史价值的公园在现阶段的现实意义,发挥其在满足市民现代生活的物质和精神需求方面的积极作用,而且要不断思考如何让历史文化“活”起来。通过文旅项目、文艺精品、文化活动等多种方式,推动历史文化和产业发展的融合,让历史文脉绽放时代新韵,焕发生机。

把节水贯穿全行业全社会

□戴卫民

3月22日至28日,是第三十七届“中国水周”。国务院刚刚发布的《节约用水条例》(以下简称《条例》),自5月1日起施行。这是我国首部节约用水行政法规。《条例》的施行,对于促进全社会节约用水,保障国家水安全、推进生态文明建设、推动高质量发展,提供了有力的法治保障。

节约用水是发展循环经济的重要组成部分。面对水资源供需矛盾,节水是解决水安全问题的关键。节水工作仍面临用水管理有待加强、节水措施有待完善、激励政策有待健全、监督力度有待加大等问题。

养成节水好习惯,树立绿色新风尚,政策引导是关键。用水不能任性,浪费水资源行为将受到法律约束。《条例》的颁布施行,让治水管水有了“尚方宝剑”,通过法律法规的形式,明确任何单位和个人都应当依法履行节水义务,促进节约用水,精打细算用好水资源,从严从细管好水资源。节水工作是重要的社会性工作、系统性工程,以《条例》的发布施行为契机,应做到“三个坚持”,即坚持“节水优先、空间均衡、系统治理、两手发力”的工作思路,坚持总量控制、科学配置、高效利用,坚持约束和激励相结合,建立政府主导、各方协同、市场调节、公众参与的节水机制,凝聚各方力量,合理、有效利用水资源,将节水理念和节水方法落实到城市规划、建设、治理的各个环节,全面推进节水型城市建设。

从用水的全过程来看,涵盖工业、农

业、生活等方面。因此,宣传工作显得十分重要。要通过新闻媒体和“四进”模式即进社区、进公共区域、进校园、进企业大力宣传《条例》的具体内容和重要意义,营造亲水、近水、惜水的浓厚社会氛围,使之做到家喻户晓、人人皆知;大力宣传节约用水的目的和意义,强化市民的节水意识,明确节水工作贯穿于经济社会发展全过程和各领域。只有在用水的全过程做好节约的工作,才能更好做到时时节约、事事节约、处处节约;宣传节水先进单位和先进个人,从观念、意识、措施等方面树立节约风尚,同时提高水资源利用效率,以精打细算的思维用好每一滴水,比如可以宣传节水达人的具体做法,给节水提供新的路径。

强化保障监督,是加强用水管理、完善节水措施、严格法律责任的重要环节。应加强对用水活动的监督检查,对浪费水资源等违法行为依法查处。对浪费水资源的行为,单位和个人有权向有关部门举报,接到举报的部门应当依法及时处理。政府强有力的推动和广大用水人群积极自觉的行动相结合,才能使节水工作取得明显成效。

我们应当积极引导广大市民共同关注水资源,把牢固树立“水是生命之源”的观念和强化绿色文明意识、生态环境意识和可持续发展意识有机结合起来,营造全社会的节水氛围,把节水意识渗透到生活的每一次用水当中,促进生态环境改善、人与水和谐发展,共同建设碧水家园。



科创教育助逐梦

我市不少学校搭建科技创新教育实践平台,激发学生的学习兴趣,用科创教育点燃他们心中的创新之火,取得了一张张亮眼成绩单。王一凡画

观点声音

当汽车从闹市街道拐进一扇大门,瞬间被绿植“淹没”,“闹中取静”四个字蹦进脑海。寻径拾级而上,四周草木繁茂。若不是巨大的沙土墙与背后高楼的玻璃幕墙形成鲜明对比,记者几乎忘记自己正置身于车水马龙的福建厦门市。繁华市区为何“留”出如此大一块绿岭?原来是为了保护有“中国最美小鸟”之誉的栗喉蜂虎。保护区成立以来,栗喉蜂虎数量稳中有升,2023年骑马山繁殖区亲鸟繁殖数量达200只以上。在寸土寸金的地方“留白增绿”,体现保护动物的决心;因地制宜创造适宜栖息的环境,彰显生态治理的智慧。从严格实行保护区域全封闭式管理,到规定野外观察、拍摄不得惊扰栗喉蜂虎正常栖息,一系列举措落细落实,有效维护了种群安全和生态安全。野生动物往往有其独特习性,保护不能越俎庖丁,而要“有所为有所不为”。减少打扰和不必要的干预,是对野生动物最好的保护。深怀对自然的敬畏之心,始终站在人与自然和谐共生的高度来谋划经济社会发展,就能建设万物和谐的美丽家园。

——人民日报《“留白增绿”的生物保护学》

近日,“天水麻辣烫”多次登上热搜,带火了当地旅游,也拉动了甘谷辣椒、天水油泼辣子、定西土豆粉等当地特产的热销。今年以来,从年初“尔滨”蔓越莓掀起一场全国“土特产”大摸底,到甘肃众多特产走进大众视野,“土特产”的发展备受瞩目和期待。由于产品结构单一、附加值低、不注重差异化营销等原因,多数地方的“土特产”产业形态仍以原料生产和初级加工为主,并不广为人知。随着一个个“隐藏款特产”成为“爆款”,不少网友善意地调侃称,“我的家乡特产就是特地瞒着我产”。今年中央一号文件提出,鼓励各地因地制宜大力发展特色产业,支持打造乡土特色品牌。产业振兴中“土特产”是一篇大文章。发展乡村特色产业,要立足乡村特有的物质和非物质文化资源,开发具有鲜明地域特点的产品产业,从乡村产业的全链条提升,推动“土特产”成为带动农民增收致富产业、促进乡村全面振兴的重要引擎。酒香也怕巷子深。要充分发挥各地农产品展销平台作用,通过结合直播带货、进驻互联网销售平台、主题推介等活动进行不定期促销,组成“线上+线下”双管齐下、功能互补的多种销售渠道,帮助土特产实现跨区域产销对接。

——经济日报《土特产不再甘当“隐藏款”》

随着气温回升,鲜花市场迎来一波热度。年轻人正在通过各种

鲜花消费场景把春天“带回家”,鲜花消费已突破固有的节日专属仪式感,成为年轻人日常“悦己”的重要方式。在日常印象里,鲜花是礼物、是心意,在各种节日礼品排行榜中往往名列前茅。但如今,许多人都喜欢在下班、逛街途中为自己买一束鲜花,让自己的生活多一点仪式感。这些花朵,折射着年轻人对生活的期待和小确幸,展示了新一代消费者的观念——更看重悦己、更在乎情绪消费。拉动消费升级的同时,鲜花经济也为鲜花产业带来“浪漫”的暖意:云南某县建成高端花卉基地、山东某村全村发展冬暖大棚……不少地方因地制宜发展鲜花产业,助力乡村振兴。而这些优质、稳定的鲜花供应,逐渐改变着鲜花量少价高的局面,又反过来激发了消费市场的活力。据某电商平台数据,今年妇女节鲜花备货量同比去年增加近三成,售价也比去年便宜不少。消费者用较低的价格,就可以将一小束新鲜的“浪漫”带回家。若要进一步挖掘“浪漫”消费力,还要继续做好增值服务,发挥“鲜花+”作用。比如,在服务上更精细化,借花鸟市场成为网红打卡点的契机,推出特色游览路线;又如,推广文创产品,以当季花卉、独家标语等为主题设计个性化产品。未来的鲜花经济,还大有可为。

——广州日报《乐见悦己消费新“花”样》

“老人是在吃饭的时候被拍的,当时没多想,但是不知道会被发到网上。”家住陕西省西安市的李女士近日向媒体反映,家里的两位老人在一家餐馆用餐时被店家拍下视频,之后店家又在老人不知情的情况下将视频发到短视频平台上,这让他们感觉很恼火。你再在商家的经营场所花真金白银进行消费,商家却不花一分钱公然消费你的肖像权、个人信息权和隐私权。在这种不对等的相互“消费”关系中,商家占了便宜,消费者吃了暗亏。消费者不是商家的“免费模特”,没有义务无条件充当商家的“气氛组”“引流工具人”。商家通过直播消费场景,拍摄短视频等方式进行营销推广,在经营自主权的范畴内,有积极的创新意义,营销路径的合法性、合理性在总体上也没有问题,但商家不能只考虑自己的利益诉求,不考虑消费者的感受和权利诉求。如果发现自己被侵权,应通过制止商家拍摄、要求商家删除相关拍摄画面或下架短视频、向相关平台投诉、向法院起诉等方式积极维权,向商家传递反制监督的压力。

——北京青年报《消费者不是商家的“免费模特”》

“社工+义工”,推动志愿服务更优质

□蒋佳琪

江海锐评

近日,新成立的市委社会工作部明确今年重点工作任务,要探索社工人才与志愿者的融合发展。

基层社会治理核心在共治,社会工作者与志愿者作为社会基层服务的重要资源,在回应社会服务的需求方面可发挥重要作用。打造专业社工人才队伍,将志愿服务向专业化、精准化发力,推进“社工+志愿者”联动帮带,利用社工陪伴式辅导的方式引导志愿者参与社区治理,有助于提升基层社会治理能力。

可以说,推动“社工人才+志愿者”队伍融合发展,是构建共治共享社会治理新格局的有益探索。首先在队伍建设上,要通过“线上+线下”双管齐下方式,在社区居民和社会人员中招募

志愿者,定期开展志愿服务基础知识培训和专业技能培训,扶持发展有社区特色、管理规范、服务优良的特色志愿服务组织。通过多领域、专业化的服务方式,挖掘培育社区志愿服务“带头人”,助力社区精细化管理。对优秀志愿服务事迹以及优秀志愿者、志愿者项目进行评选,宣传志愿服务先进典型,培育志愿文化,凝聚文明力量,把对志愿者的关爱落到实处,形成“我为人人、人人为我”的良好社会氛围。

结合南通实际,可探索具有我市特色的本土化社工志愿者联动机制模式,依托现有的新时代文明实践阵地资源,共享阵地设施,掌握群众需求,在街道设立社工站,通过社工站项目带动志愿服务队伍参与,扩大服务对象的范围和覆盖面,同时扩大服务成效的影响,保障志愿服务落实到位,实现“社工引领,志愿参与”双驱共促;提供社工服务、人才培育、困难帮扶等具有

专业化和针对性的志愿服务,以自身专业优势来获取和整合更多的社区优质资源,推动多元主体的联动,打造以社区阵地为平台、社会组织为载体、社会工作者为主导的“三社联动”服务机制,助力社区志愿服务自主性提升和志愿服务自组织健康发展。

在抓队伍和平台建设的同时,还需要深耕项目,撒播文明的种子。针对不同群体和具体需求,精准制定项目清单,设计形式新颖、易于开展、常态长效、能吸引各方力量积极参与的志愿服务项目。在志愿服务项目化、常态化、品牌化运作方面,要健全服务体系,深耕规范化、多元化、特色化的志愿服务项目。充分调动“社工人才+志愿者”的力量和资源,实现社工与志愿者优势互补,为服务对象提供更加专业化和精细化的服务。同时结合本土特色,持续擦亮服务品牌,提升服务能力,推动文明实践志愿服务高质量发展。

文明用语从我说起 文明举止从我做起