

一周新闻点评

“无废城市”建设之路任重道远

新闻摘要: 作为全省“无废城市”建设试点, 2022年以来, 我市通过循环利用、拆解重生、精细分类三大举措, 积极探索“无废城市”建设路径。(4月8日《南通日报》)

点评: 我市在“无废城市”建设方面, 做了不少有益探索和实践, 也取得了一些成效。当然, 目前还处在试点阶段, 所以难免给人“盆景”之感, 距离真正意义上的“无废城市”建设目标, 任重道远。比如如何突破固废处理能力的技术瓶颈、加大政策协同、提高社会参与度等, 这是需要多方合力推进的社会系统工程。

医疗护理员需走专业化精细化道路

新闻摘要: 最近, 全市多家医院相继推行“免陪护病区”。经过规范化培训的医疗护理员可以为患者住院期间提供专业的照护服务, 不仅利于患者恢复健康, 也减轻患者家属的照护负担。截至目前, 全市共有24家医疗机构92个病区推出免陪护服务, 医疗护理员持证率100%, 累计服务患者7300余名。(4月8日《江海晚报》)

点评: 过去, 医院的护理员干的是脏累活儿, 只要“肯干就行”, 随着社会发展和现实需求的变化, 现在得“会干才行”, 也就是说, 护理员的工作正从“辛苦活”转向“技术活”。因此, 提高其专业化水平是大势所趋。而社会老龄化、医疗服务多元化带来的细分需求, 也对护理工作的精细化提出了新要求。

人文纪实摄影, 贵在还原“本真”

新闻摘要: “通城忆象——黑白胶片的光影回溯”展览正在南通市图书馆热展, 展览持续至本月底。近百幅摄影作品, 镜头聚焦寺街、西南营和老工厂, 出自本土摄影师李向东之手。他从2005年开始用黑白胶片来记录南通老街老巷老厂的风情与变迁, 用二十年时间的积淀, 为城市记忆增添了一幅帧鲜活的影像。(4月8日《江海晚报》)

点评: 说实话, 看着这样的纪实摄影, 是非常令人感动的, 尤其在这数码修图、AI滤镜满天飞的时代。这并不是说, 我们不能使用数字技术记录生活, 但是不能本末倒置。在移动互联网和手机普及的时代, 不仅人人都有麦克风, 而且人人都有摄像机, 完全可以打破专业的壁垒, 以个体的镜头, 丰富更多的城市记忆。当然, 这首先需要以真诚之心, 让镜头里的画面不失“本真”。

烟火气是菜场的核心竞争力

新闻摘要: 近日, 位于崇川区学田街道的网红菜市场“学田肆集”迎来升级蜕变——市场二楼内“镶嵌”了一个社区食堂, 为周边居民打造出“菜场+食堂”的便民服务模式。(4月11日《江海晚报》)

点评: 在生鲜电商快速崛起的时代, 传统意义上的菜场面临的挑战越来越多, 所以一些“网红菜场”应运而生, 比如“学田肆集”, 就融入了小吃、轻饮、休闲、娱乐、餐饮等多业态, 现在社区食堂的嵌入, 更增添了其烟火气。什么是烟火气? 说白了, 就是朴实温情、可亲可感的生活气息, 这是线上购物所无法取代的。所以, 一个菜场能走多远, 是不是网红不重要, 凝结了百姓口碑和体验感的烟火气才是核心竞争力。

(点评人: 邓渠)

多维创新 跑出文旅提质升级加速度

□黄千千

江海锐评

滨江临海、承南启北, 南通正以其独特的区位优势、浓郁的风江海韵和深厚的文化底蕴, 在文旅产业发展的赛道上奋力奔跑。近日, 江苏省文化和旅游厅公布的2025年全省重点文旅产业项目中, 南通有9个项目入选, 比去年增加3个, 总数量位列全省第四位, 展现出强劲的发展势头。

当前, 南通文旅产业进入新一轮黄金发展期, “一核引领、三带贯通、四区先行、五片发力”的空间布局正在加速构建, 全域旅游格局日渐清晰。同时也要看到, 文化资源开发不足、产业融合度低、品牌影响力弱等问题不同程度存在, 制约了文旅产业的高质量发展。为了让“江海有情, 南通有请”的城市邀约传得更远、更广, 推动文旅产业进一步提质升级, 需要系统构建一条独具特色的发展之路。

文化价值深挖, 实现从资源禀赋到文旅

IP的转化。南通丰富的江海文化遗产为文旅IP开发提供了坚实基础, 可以通过差异化县域IP矩阵建构和非遗活化利用实现文化价值转化。一方面, 聚焦张謇文化IP, 整合大生纱厂遗址、张謇纪念馆等资源, 开发“实业救国”研学旅游线路, 打造国家级工业旅游示范基地; 同时依托五山森林公园等生态资源, 构建“滨江生态文旅带”, 强化江海生态IP。另一方面, 推动非遗市场化运作, 实施“三进计划”——进景区、进校园、进商圈。设立“蓝印花布非遗体验中心”, 打造“技艺展示—DIY体验—文创销售”一体化流程, 并联动南通家纺城开发高端衍生品; 板鹁风筝文化节可结合乡村旅游, 推出“非遗+体育”特色活动, 增强传统技艺的市场吸引力。

产业融合创新, 实现从单一业态到多元生态的转型。产业融合是提质升级的关键, 需突破单一业态限制, 推动文旅与其他领域的跨界联动, 积极培育“文旅+”新业态, 丰富文旅产品供给。如“文旅+农业”, 可打造如皋长寿康养综合体, 整合盆景艺术、温泉疗养

及生物制药资源, 构建“康养—休闲—研学”三位一体业态, 以文化生态涵养“银发经济”。“文旅+海洋经济”方面, 吕四渔港可规划“渔文化体验区—海鲜美食街—海洋研学基地”功能分区, 延伸产业链。此外, 通过南通电竞产业、影视IP赋能文旅, 吸引粉丝打卡, 增强客群黏性。

科技赋能体验, 实现从传统观光到智慧文旅的跃升。数字化与智慧化是未来文旅发展的核心驱动力, 应加快探索“文旅+科技”模式。一方面, 应用VR技术让新石器时代生活、张謇实业救国等历史场景得以重现, 提升景区、博物馆的沉浸式体验; 另一方面, 实施智慧化服务升级, 如推进“双百”工程, 即100%景区实现智慧导览、100%文保单位建立数字孪生模型, 打造全市文旅“一码通”平台, 集成预约、交通、消费等功能, 让“一部手机游南通”成为可能。

品牌营销突破, 实现从区域辐射到全国影响力的升级。品牌塑造是提升知名度和美誉度的关键, 需强化精准营销与区域联动。

观点声音

AAA级信用等级证书、AAA级质量服务诚信单位、AAA级诚信经营示范单位……看到这些带有“诚信”“信用”字眼的凭证, 你是否“拉满”了对一家企业的期待值? 然而, 有媒体调查发现, 企业信用评价市场鱼龙混杂, 一些机构仅两三个人加一台打印机就能“出证”, “今天拿钱, 明天拿证”“多交钱多办证”等乱象并不鲜见。如今, 诚信的重要性日益凸显, 越来越多的企业下大力气维护好这种声誉, 并试图撬动这块资源, 以在招投标等环节占得先机。正是看到了信用评价市场的旺盛需求, 一些不法商家打起了制售“信用证书”的歪脑筋, “只需提供企业营业执照, 无行政处罚记录, 就能办AAA级信用证书”。甚至, 为打消部分企业的顾虑, 有商家还自建查询网站“证清白”。造假“一条龙”服务, 扰乱的是市场秩序, 破坏的是诚信环境, 为市场经济健康发展埋下了不小的隐患。制售“信用证书”这项“灰色产业”在埋下违法经营风险隐患的同时, 亦会给人民群众的财产安全造成威胁, 打击整治必须动真碰硬。以“供应商信用评价”为例, 合规评价机构的审核阶段通常需要半个月。此外, 其通常根据评价指标的差异而收费不同, 成本远远高于“山寨”机构。权衡之下, 打出“低价收费”“快速发证”旗号的非正规机构, 就成为部分企业的“心头好”。市场经济是信用经济、法治经济, 务必堵好“偏门”、开好“正门”, 推动社会信用体系与经济社会发展各方面各环节深度融合。一方面, 要扫除监管盲区, 整治“山寨”评价。比如, 进一步推动信息的跨部门互通, 提高信用评价机构的准入门槛, 多部门共同发力整治违法行为乱象。另一方面, 要大力培育信用服务市场, 加强信用制度建设。

——南方日报《岂容“信用证书”伤信用》

近日, 市场监管总局发布首个市场监管行业标准——《自然人网店管理规范》, 通过统一网络交易平台对自然人网店入驻、运营、退出、数据报送标准, 全面推动提升平台对自然人网店治理规范化、标准化水平。所谓自然人网店, 是指在企业、农民专业合作社、个体工商户等经营主体之外, 个人销售自主农副产品、家庭手工业产品或者个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动的网络经营主体。根据《电子商务法》等法律法规, 自然人网店免于登记。这意味着, 自然人网店的网络经营门槛较低。低准入门槛提供了宽松的经营环境, 有助于激发自然人网店的经营活动。同时, 自然人网店的免登记也产生了一些弊端。之前, 各网络交易平台对其管理标准不统一, 自然人网店良莠不齐, 不少网店法律意识和诚信意识薄弱, 存有虚假夸大宣传、销售假冒伪劣或三无产品等问题。一些自然人网店利用这种宽松管理环境, 向网络交易平台提交虚假声明、虚假信息, 甚至打造影子店铺、“照骗”店铺, 以达到隐身避责的目的。《管理规范》填补了自然人网店管理规则的空白, 旨在推动构建网络交易平台对自然人网店“统一入驻标准、统一运营规范、统一退出机制、统一数据报送标准”的“四个统一”管理框架, 实现对自然人网店“从生到灭”的全流程全链条规范, 引导自然人网店健康规范发展。《管理规范》的一大亮点是, 在网络交易平台入驻环节对自然人网店进行精准定位, 在监管环节对自然人网店的“位置”进行动态“校正”。在“标准定位”的导航指引下, 自然人网店就隐无可隐, 躲无可躲, 逃无可逃。这种显性经营状态不仅给外部监督提供了方便, 有助于降低监管维权的难度和成本, 提升监管维权的效率和质量, 也向经营者传递了一种压力, 有助于经营者强化自律意识和责任意识。

——北京青年报《规范自然人网店 维护网购者权益》

国家市场监督管理总局食品安全协调司司长关9日在出席国务院食安办新闻发布会时指出, 农产品“美颜直播”等新风险的出现给食品安全监管带来了许多挑战。近年来, 随着直播电商的迅猛发展, “农产品带货”成为助农增收的新渠道。然而, 新渠道带来新商机的同时, 也带来了新问题。部分商家利用滤镜、特效等手段对农产品进行过度美颜, 甚至虚假宣传, 导致消费者收到的实物与直播展示严重不符。调查显示, 在农产品直播电商消费舆情中, 负面舆情最多的是虚假宣传, 占比高达52.48%, 过度美化是主要原因之一。在过度美颜的镜头下, 发蔫的蔬菜水果变得鲜嫩饱满, 冰冻肉类看起来像是现宰鲜肉, 再配上主播热情的推荐, 哪怕是最有经验的主妇, 恐怕也很难分辨其真假。这种“美颜直播”乱象不仅损害消费者权益, 带来网络食品销售的新风险, 也为食品安全监管带来挑战。而且, 那些真实展示农产品的诚信商家反而因此而处于劣势, 导致劣币驱逐良币, 长此以往, 影响市场公平, 不利于农产品电商的可持续发展。食品安全监管不分线上线下, 必须筑牢食品安全“云端防线”, 决不能任其成为食品安全监管盲区。对此, 要强化平台责任, 督促主播及其服务机构真实带货、合法合规经营; 压实协同治理, 市场监管、农业农村、工业和信息化、网信等部门, 要加强信息监测通报和协查处置, 重罚夸大、虚假宣传者; 用好技术手段, 比如浙江等地打造绿色直播间样板, 建立“乡一品、品牌、一品溯源”体系, 广东推出网络主播“健康分”信用评价体系, 这些都是规范直播带货行为、减少“美颜”农产品的有效尝试。此外, 还要完善维权机制, 优化直播购物退换货流程, 降低消费者维权成本, 推出红黑榜公示, 让虚假直播宣传人喊打, 无处遁形, 让广大消费者买得放心、吃得安心。

——广州日报《农产品“美颜直播”当休矣》

当前正值踏青游高峰, 山野间、河畔旁、公园里, 随处可见支起的帐篷与天幕。然而, 记者走访多个热门露营地发现, 明火烧烤、乱丢垃圾、风绳乱绑、侵占绿地等不文明现象屡见不鲜, 惬意与自由背后隐藏着不小的安全隐患。与过去的“风餐露宿”不同, 当下的野外露营愈发精致。带电源、拉天幕、摆投影、搞餐车、弄烧烤……装备越来越全, 花费越来越多。如果说是在成熟专业的露营地也就算了, 但大量露营扎堆在一些不具备基础设施的户外区域, 很容易出现帐篷之间间距过小、电器使用混乱等问题, 稍有疏忽, 就可能酿成意外。爱好露营, 向往绿色生活, 更应绷紧文明与安全这根弦。事实上, 户外圈一直坚守着“对环境的最小冲击法则”, 要求在户外活动的全时段都考虑环保因素, 做到尊重大自然。当然, 露营行为的规范, 不仅靠露营者自觉, 也需要相关部门的引导与管理。对于屡禁不止的不文明行为, 更应加大管理力度, 倒逼一些人增强环保与安全意识, 真正做到“轻装来、无痕去”。“露营+钓鱼”“露营+沙滩派对”“露营+篝火晚会”……层出不穷的露营新玩法不断丰富着游客的出游体验, 延长着露营经济的产业链条。数据显示, 去年我国露营经济核心市场规模达2139.7亿元, 预计今年露营产业能够带动的市场规模将超过万亿元。除了用“立规矩”的方式, 也可以在公共空间管理上进行优化。是否可以探索设置更多便民露营公园? 城市公园设计能否包含露营需求? 扩大优质露营地供给, 避免无处可选只能扎堆儿, 不失为一种更值得期待的治理方案。

——北京日报《露营不要“露”出一片狼藉》

低空旅游, 如何“起飞”

□张敏琦

有话直说

2025启东首届低空飞行嘉年华, 诠释“三水交汇”独特地标与“低空经济”时代脉搏的激情碰撞, 是探索低空经济与地方经济文化旅游深度融合的成功尝试。低空旅游, 作为新兴产业, 融合了通用航空与文旅消费, 不仅促进相关产业链的融合发展, 也为旅游业提供全新的视角和体验方式。

推动低空空域从“管制型”向“服务型”转变。当前低空旅游涉及民航、空管、文旅等多个部门, 审批流程复

杂, 权责划分不够清晰, 低空空域划设与管理等方面存在漏洞和客观制约。通过制定通用航空器适航标准、运营许可细则, 明确低空经济的发展目标、重点任务、空间布局以及时间节点, 为低空经济的长期发展提供清晰的路线图。除总体规划外, 政府还需出台一系列具体的低空旅游支持政策, 以降低企业运营成本, 激发市场活力, 推动低空旅游的快速发展, 包括税收优惠、财政补贴、金融支持、土地供应等多个方面。

加快基础设施建设, 布局“低空经济+文旅”网络。首要任务是加速通用航空机场与起降设施的布局 and 建

设, 其中包括城市内地面飞行起降场、充电设备、候机楼、消费功能区的基建以及低空域数字化管理网络的新基建。政府需主导并协调相关部门, 对全国范围内的通用航空机场进行科学规划, 确保其分布合理、功能完善。在通用航空机场与起降设施逐步完善的基础上, 合理规划景区航线成为推动“低空经济+文旅”网络构建的另一重要环节。政府需联合旅游、交通等部门, 根据各景区的地理位置、特色资源以及游客需求, 设计出既经济又高效的航线网络。不仅可以缩短游客在途时间, 提高旅游效率, 还能通过航线的串联, 实现旅游资源的整合与共享。

系统谋划低空旅游产品, 满足游客多元需求。充分考虑旅游地的资源禀赋, 以此为基础打造具有鲜明特色和差异化的产品。旅游地的自然风光、历史文化、民俗风情等独特资源, 都是塑造低空旅游产品差异性的重要元素。通过深入挖掘这些资源, 设计与之相匹配的低空旅游项目, 可以极大地提升产品的吸引力和市场竞争力。在产品开发上, 要注重差异化、体系规范化, 结合地方特色打造主题线路, 开发多层次的组合型产品, 满足不同目标群体的消费需求。除此之外, 还可以利用现代科技手段, 如虚拟现实、增强现实等, 为游客提供更加沉浸式的旅游体验。

明星“打鸟”破圈, 带来哪些生态启示

□刘曦

近日, 知名演员李现因为热爱观察和拍摄鸟类, 被生态环境部点名, 以一己之力带火了“打鸟”这个春季现象级话题。紧接着, 各地文旅部门闻风而动, 纷纷“喊话”李现来自己的城市“打鸟”, 南通摄影“老法师”也不甘人后, 直言南通也有许多“小可爱”等待入镜。

这里所说的“打鸟”, 是摄影爱好者的约定俗成的用语, 主要指使用长焦镜头远距离拍摄鸟类, 与“打靶”类似, 强调拍摄时需精准对焦和耐心等待, 并非字面意义上的伤害鸟类。观鸟自古以来就是一种雅趣, 随着春和景明、大地回暖, 踏青“打鸟”的人也慢慢多了起来。众多拍鸟爱好者早早支起“长枪短炮”, 凝神屏息, 小心翼翼地捕捉每一个稍纵即逝的精彩瞬间。鸟儿细微的动作变化, 闪耀着诱人的光芒, 众人既是美景记录者, 本身也融入无边春色; 化作一场全民参与的生态仪

式, 也是一道别样的风景。而各地文旅部门争相“喊话”诚邀“打鸟”, 不仅展现了热情好客的姿态, 也不失为一种直观的城市形象广告——生态环境好不好, 野生动物来投票。

鸟类是人类亲密的伙伴, 更是生态环境的“晴雨表”。南通气候条件适宜, 生态环境优良, 沿海湿地和滩涂一直是鸟类迁徙途中的重要“加油站”。每逢候鸟迁徙季, 数以万计的天空精灵都如约而至, 其中不乏踪迹罕见的“极危”物种中华凤头燕鸥, 以及被记录到的7种国家一级重点保护野生鸟类, 20多种二级重点保护野生鸟类等。当游客放下手机, 举起望远镜, 他们看到的不仅是鸟类的翩跹身姿, 更是一个地区在绿色发展中的智慧抉择。这也给我们提供启示: 真正的文旅融合, 从不是流量堆砌的狂欢, 而是让每一片山林、每一声鸟鸣, 都成为可持续发展的注脚。每一处观鸟胜地,

都是大自然赋予的宝贵财富, 也是人类智慧与自然环境巧妙结合的生动例证。精心设计不影响鸟儿生活的观鸟屋、观鸟塔、观鸟亭, 配备望远镜等观鸟设备, 让现代科普公益与自然景色、古迹风光、民俗文化等融为一体。通过举办自然教育、生态文明科普公益课堂, 开辟研学路线等, 让南通成为观鸟爱好者的幸福港湾, 科研人员研究生态系统的的重要基地, 孩子们学习鸟类和自然环境的户外课堂。众人携起手来, 让万鸟翔集、天空欢歌, 成为南通生态环境的一张靓丽名片。

中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。人与自然是生命共同体, 绿水青山不仅是“金名片”, 还是可持续发展的“聚宝盆”。好的生态环境, 不仅能吸引鸟儿栖息, 更能提升当地生态环境竞争力。构筑天蓝、水清、地绿、景美的生态屏障, 把鸟类保护与“观鸟经济”有机结合起来, 营造爱鸟护鸟的良好氛围

及人鸟和谐的观鸟文化。从神态各异的鸟儿身上感受自然的美好, 领略城市的风情, 无疑是件愉悦身心的美事。在此过程中, 更需要大家文明出行、礼貌观鸟, 避免给鸟类正常活动造成干扰, 保护它们赖以生存的栖息地。以爱美之心观鸟、拍鸟, 就应该维护这份美好, 与鸟儿保持适当的距离, 比起专业装备, “不打扰”更应该成为每个“打鸟”人的必修课。而生态观鸟活动的蓬勃发展的, 也必将为绘就美丽南通的新画卷增添绚烂一笔。

由此我们也应该知道, 观鸟不仅仅是一个“观”字, 也不仅仅局限于个人的一种爱好。由个人的观鸟、爱鸟、护鸟, 扩大和延伸到保护整个人类居住的生态环境, 可以做的事情有很多很多。一言而蔽之曰: 保护生态环境, 我们不做旁观者, 要做行动派。当观鸟不再是摄影爱好, 而是每个人对自然的敬畏与守护时, 这场始于热搜的短时潮流, 才能真正沉淀为生态保护的长期动力。