

一周新闻点评

“性价比优先”重塑消费理念和运营模式

新闻摘要:折扣店业态近两年跑马圈地,这场竞赛中,比拼的是能否实现“高质低价”良性循环的供应链实力。在南通主城区,以盒马NB和丹雀小满为代表的两家品牌生鲜折扣店表现抢眼,盒马NB中南店单店开业两日销售额便突破百万元,丹雀小满更是计划年内在全市新开10家门店……硬折扣新零售业态,正不断丰富主流商业场景,让消费者切实感受到“花得少 吃得好”。(7月17日《南通日报》)

点评:过去人们逛商超,追求大店、大品牌。而今,“大店思维”正被“性价比优先”理念所改变,人们更注重实实在在的品质与生活的便捷性。在社区扎根的生鲜折扣店,应运而生。不仅适配“十五分钟便民生活圈”,也看得见摸得着的质优价廉、“小快灵”的运营模式、不断优化升级的生活服务场景,促进居民消费理念不断更新。这是一种互惠的“双向奔赴”。

“次抛”消费模式也需做优内容和服务

新闻摘要:健身房里,用9.9元的体验券完成一次酣畅淋漓的搏击操;手工坊内,用19.9元体验爆款拼豆;街舞工作室中,通过单次课程解锁新技能……这种以“单次体验、用完即弃”为特点的“次抛”消费模式,正成为年轻人探索生活、丰富自我的新选择。从实物到服务,从兴趣培养到社交需求,年轻一代用“轻量级”消费撬动生活多样性,在低成本试错中寻找人生更多可能性。(7月16日《江海晚报》)

点评:相比较传统的长期预付模式可能带来的商家“跑路”风险,以及消费冲动带来的后悔,“次抛”模式可谓精准抓住了当下年轻人注重体验、求新求变的心理,“不求天长地久,但求曾经拥有”。而这种新型消费模式也带动商家经营策略的转变。值得一提的是,超低价的首次体验卡,并不是“诱饵”。唯有做优内容和服务,才能真正留住消费者。因为如果失去口碑的话,连“锤子买卖”也做不成了。

良好的体验有助于适老化改造理念落地

新闻摘要:记者从崇川区民政局获悉,该区今年采取“政府鼓励引导、市场主导参与”的模式,成功建成首批两家适老化体验中心,让老年人能够一站式体验各类老年生活场景,为居家养老提供了更多元的选择和实实在在的便利。这也是崇川区积极落实省政府关于建设适老生活体验馆民生实事项目的具体实践。(7月17日《江海晚报》)

点评:如今“适老化改造”是一个热词,反映了老龄化社会的民生需求。适老化改造追求前瞻性,注重品质和细节。而理念的跟进,离不开可触可感的体验。因此,崇川区建立的这两家适老化体验中心可谓恰逢其时。当然,这种体验不能仅仅是盆景式的、高大上的,更应在普遍性、高性价比、亲民性上多下功夫。唯有体验感觉良好,才能推动适老化改造理念在现实中落地。

高温季节更需拧紧消防“安全阀”

新闻摘要:持续高温不仅让人体感不适,也使得燃气管道压力变化、电器超负荷运转、户外作业风险陡增。因高温环境下设备故障起火、老旧电器自燃等事故造成的烧伤事件增多。据不完全统计,近两周,通大附院、市一院已收治8名因此类事故导致严重烧伤的患者。他们中有在厨房遭遇燃气闪爆的家庭主妇,有在烈日下检修设备被灼伤的工人,也有因电器老化引发火灾而受伤的老人。(7月19日《江海晚报》)

点评:一些平日里就存在的消防隐患,在高温季节,更加剧了风险,随时可能被引爆。因此,更需要从源头上加大治理力度。职能部门增加检查、督查频次,街道和社区网格触角延伸至更加细微处,尤其对独居、老年和生活有困难的家庭,更需要及时上门做好宣传、提醒和排查。只有多管齐下、标本兼治、内外共抓,才能真正拧紧消防安全阀门,确保群众平安度夏。

(点评人:邓渠)

让城市赛道进发更多“青动能”

□高锦陈

“苏超”面对面

7月19日,“苏超”南通队主场对阵盐城队。开赛前,以198名南通籍985、211高校准大学生为主的“青春南通”志愿合唱团,齐声领唱《歌唱祖国》,瞬间引爆响彻全场的“万人大合唱”。比赛中,南通、盐城的足球小将们为城市荣誉而战,以青春之躯奋力拼搏,展示出令人难忘的球技与活力。中场时,南通师范高等专科学校百人啦啦队伴随“苏超”战歌《万众一心》的旋律,以最饱满的热情、最精彩的热舞为比赛增添亮色……青春的面孔,在

“苏超”赛场无处不在,肆意怒放。

足球被誉为“世界第一运动”。许多热爱足球的年轻人,在奔跑中淬炼,在胜负间成长,他们的努力和热爱,汇聚成城市的精气神,也书写着城市的未来。“苏超”作为一项火爆出圈的群众性体育赛事,以“一城一队”“谁行谁上”“踢真球赢真心”的低门槛,满足了普通人尤其是广大青年对“纯粹体育精神”的渴望,赢得了无数人“为城而战”的热血呐喊。据统计,“苏超”516名参赛球员的年龄跨度从16岁到40岁,平均年龄24.09岁,大多数球员为大中专校学生和城市业余赛骨干。“你我皆平凡”,“你我共奋斗”,赛场内外球员与球迷的精神共鸣,

无疑拴紧了城市与青年的情感纽带。

在现实生活中,很多年轻的球迷无暇驰骋绿茵,他们是将“指尖梦想”化为“现实图景”的“青创先锋”,是用脚丈量土地、投身乡村振兴的“新农人”,是寒窗苦读、立志报国的莘莘学子,是奋战在社会各行各业的打工者……当足球融入城市肌理、城市球队成为城市名片,每个人都会对“青春是用来奋斗的”有更真切的感悟。在“苏超”十三太保梯队的助威天团中,我们看到四面八方甚至海外涌来的“青动能”,汇聚成城市球队最强大的“赛场第12人”。一个热爱足球的城市,一个拥有绿茵“沃土”的城市,无疑会吸引更多

“他乡青年”竞相奔赴、共同成长。

真正的“胜利之师”,身后必有一座万众一心的青年之城。当下,南通队“苏超”六连胜一骑绝尘,为我们的城市打造“青年发展友好型城市”、促进文体旅商深度融合赢得“浓烈的流量”。“苏超榜一”的南通,连续十五届举办江海英才创业周,正是在政策、文化、就业、生活等方面全方位顺应年轻人尤其是青年人才的需求,让他们在城市与青春的共鸣中扎根、追梦,累硕硕果成为“城市对青年更友好,青年在城市更有为”的有力印证。愿“苏超”越办越精彩,愿南通队成为“苏超”赛场的常胜将军,为南通高质量发展注入更多源源不断的“青动能”!

观点声音

门脸朴素,招牌低调,菜式口味却相当惊艳。众多分布在街头巷尾“其貌不扬”的烟火爆店、市井餐馆,近年来频频登上各大美食榜单。观察这些宝藏小店,本地特色、鲜烹现制是经营的关键词。无论位置是否显眼,内部装修如何,对老饕们来说,只要常有本地人上门,就值得光顾。食在街巷,味在人心。从山东烟台的烤海肠、河南郑州的荆芥拌黄瓜,到湖北襄阳的牛肉面、湖南长沙的臭豆腐、福建泉州的姜母鸭,通过品尝地道的街边美食,我们可以深入了解一个地方真实、鲜活的风土人情,从中感受千姿百态的烹饪之美,品味层次丰富的生活滋味。浏览有关市井餐馆的评价,除了“烟火气”,“有人情味”也被反复提及。广东广州的梁新记小食店,一到深夜,门口就会停下一不少出租车,司机们熟练地掀开蒸笼找热饭、喝热粥。老板说,能让附近上班的员工、凌晨工作的出租车司机吃上一口热乎饭,就是“我们最大的价值”。面对高昂租金,上海“恭城宴·大锅红烧羊肉面”老板夫妇一度想过放弃,在社区老顾客的挽留和帮助下,他们找到了附近租金更实惠的位置。当我们选择跟着味蕾去旅行、去体验,其实就是在选择为了进行亲密互动。食物是最日常的。用心做美食,真心待顾客的市井餐馆,无论藏得多深,经营多久,都值得被看见、关注和点赞。衷心希望那些熟悉而又独特的味道,得到更好传承和发扬,激发更多抚慰肠胃、温暖人心的力量。

人民日报《食在街巷,味在人心》

据媒体近日报道,随着短视频和医生自媒体的快速发展,一些“网红医生”的科普乱象逐渐显现,有的将健康科普当作牟利工具,假借科普名义违规开展导医导诊、线上问诊甚至直播带货等活动;还有通过夸大治疗效果、虚构病例、杜撰故事等手段误导公众、敛财牟利。针对这些问题,国家卫生健康委员会近期表示,将加大互联网健康科普乱象的整治力度。互联网健康科普领域乱象的出现,原因是多方面的。首先,网络平台在“网红医生”账号的资质审核、违规惩戒等方面存在管理漏洞,技术过滤机制也不完善,使得一些根本不具备医疗知识的人也能摇身一变成为“网红医生”。其次,按照某些公立医疗机构的内部管理规定,医疗机构需对医生发布的健康科普内容履行“科学性审核”与“法务合规审查”义务,但这一机制在不少医疗机构中流于形式,导致一些看似是科普、实则为推广产品或服务的变相广告得以避开监管。最后,部分医生法治意识淡薄,在流量经济诱惑下刻意制造健康恐慌,超出自身专业领域跨界蹭热点,背离了健康科普的初衷。对于这些健康科普乱象,必须多管齐下进行强有力的监管治理,这既是对“听诊器变摇钱树”乱象的釜底抽薪,也是对互联网健康科普生态的重塑,唯有厘清“专业”与“流量”的边界,方能让健康科普回归“服务健康、普惠公众”的本质。在政策与法规层面,应当完善相关制度设计。在监管机制层面,需要构建跨部门协同治理模式。在平台管理层面,要压实平台主体责任,规范账号的管理与运营。唯有多措并举、标本兼治,方能构建起专业可信、规范有序的健康科普传播格局,让健康科普回归服务公众健康的本质,切实保障人民群众的健康权益。

——法治日报《多措并举治理健康科普乱象》

这几天,有关“高铁不允许吃方便面”的话题引发热议,并一度冲上热搜。此前有网友发帖称,高铁车厢对方便面的食用有相关提醒,要求“旅客在乘车期间,请不要食用榴莲、方便面等有浓重气味的食品”。部分网友对禁止食用方便面持赞同态度,认为高铁车厢作为相对密闭的公共空间,空气流通性较差,方便面冲泡后散发的气味浓郁且持久,容易在车厢内弥漫,给其他乘客尤其是对气味较为敏感的人群带来不适。一些患有呼吸道疾病的乘客,可能会因方便面的气味引发身体不适;孕妇、小孩等群体也可能对这种浓重气味产生反感。从维护车厢整体环境和大多数乘客的舒适度角度出发,限制食用方便面具有一定合理性。另一部分网友则质疑“禁泡令”,认为长途旅行中吃东西是刚需,而方便面价格亲民、食用便捷,是不少旅客解决餐食问题的首选。此外,有网友还对铁路部门此举的动机产生怀疑,认为可能是为了推动自家高价快餐的销售。这些都加剧了公众对“禁泡(方便面)令”的抵触情绪。铁路部门出于营造良好乘车环境的初衷,制定相关规定本无可厚非,但在执行过程中,需要更加充分地考虑旅客的实际需求和利益诉求。一方面,应进一步优化车厢内的通风系统,提高空气净化能力,降低食物气味对其他乘客的影响,努力从硬件设施上解决问题;另一方面,在餐饮供应方面,铁路部门应加大改革力度,丰富餐食种类,提高餐食品质,切实降低价格,提供更多性价比更高的选择,以满足不同旅客的饮食需求。在制定和执行规则时,要充分权衡公共利益与个体权益,综合考虑不同群体的实际情况和需求差异,通过优化管理措施,加强有效沟通与引导,实现公共管理的科学性与人性化,让每一位旅客都能在舒适、和谐的环境中,享受安全、便捷的出行服务。

——北京青年报《高铁“禁泡令”争议带来丰富启示》

轻轻一按,道闸应声而开。网络平台上,售价数十元的“万能”遥控器销量惊人,巴掌大小的设备,被宣传成“畅通无阻”的神器。商家演示视频里,无论是小区道闸、停车场栏杆还是商铺卷帘门,只需对着设备按几下,就能让其乖乖“听话”。这背后的原理并不复杂,多数道闸使用固定频率的无线遥控,而万能遥控器只需复制、扫描频率,就像配了把万能钥匙,打开千篇一律的锁。更令人心惊的是销售的公开化。在主流电商平台,“万能遥控器”被堂而皇之地标注“道闸通用”“卷帘门专用”,月销动辄上千件。评论区里,“复制保安遥控器,停车不缴费”“小区大门随便进”等“使用心得”赫然在目。当破坏规则的工具变成明码标价的商品,侥幸心理被商家的“便捷”宣传放大,安全的堤坝早已出现崩塌。一个个小小的遥控器,撬动的是整个社会对“安全管理”的信任根基。遥控器的“万能”,恰恰暴露了管理的“失能”。许多小区、停车场为图省事,仍在用老旧固定频率道闸,从未更新加密技术。保安将遥控器随意摆放,甚至转借他人,让频率复制变得易如反掌。类似的甩钩式管理,本身就是对安全的漠视。根治万能遥控器乱象,监管部门必须亮出“硬手段”。对生产、销售违规遥控器的商家,要顺藤摸瓜、一查到底,不仅下架违规商品,更要追究法律责任;对电商平台,要压实主体责任,建立关键词筛查机制,让“破解”“万能”等违规信息无所遁形。管理方更要摒弃“将就”心态。小区物业要定期检查道闸安全性,及时升级设备。保安应规范遥控器使用,避免频率外泄。

——羊城晚报《“万能遥控器”公然售卖,谁在给安全防线开“后门”》

“换证绿色通道”是对群众需求的精准回应

□徐一文

有话直说

换证“绿色通道”的开通,恰好如同一场“及时雨”,为酷暑中疲劳奔波的驾驶员提供更快捷、更便利的保障。职能部门的服务不再局限于“窗口办事”,而是掐准时点及时快速地满足广大市民朋友特别是驾驶员们的需求。这是一种有温度的做法,让驾驶员朋友打实实看得很清楚、摸得着、感受得到,想群众之所想、急群众之所急,值得点赞。

其实,在南通,像公安优化换证方式、提供这样的暖心服务并非个例。比如,对符合免上线检测条件的机动车(需处理完违法、事故,且在保险有效期内),车管所直接核发电子检验合格标志,并通过短信告知车主。车主登录交管

12123App 即可查收使用;再比如,公安交警支队系统根据驾驶人住所和机动车登记地址,智能计算驾驶人换证最小服务半径,通过短信精准告知最近的换证(体检)网点,免去驾驶人到窗口换证奔波。南通不少职能部门,为驾驶员朋友提供更多个性化的服务,都是一种有益探索。

从“能办”到“办得好”,从“固定窗口”到“机动窗口”,从“跑多个门办一件事”再到“进一个门办多件事”,政务服务正在经历着一场深刻变革。这种变革不仅是服务时间、服务效能的延长或提升,更是服务理念、服务方式的迭代升级,从这个意义上讲,打破了人们对政务服务刻板的印象,让广大人民群众感受到政务服务可以这样灵活便民、这样贴心高效。

基层的呼声和群众的期盼,就是我们努力的方向。多提供一些个性化、暖民心的服务,可以很好地提升一座城市的凝聚力,让生活、工作在城市的群众更舒心、更愿意为之奋斗。开通换证“绿色通道”看似一件小事,却能彰显出地方党委政府为人民服务的宗旨意识,体现出对广大人民群众的关心关怀。但办好这一件小事,却更能彰显城市社会治理的温度和高度。期待在更多领域、更多地方能够推出更多元的暖心便民举措,让老百姓的期待与政务服务“同频共振”,让更多群众享受到更多的改革红利。

星厨出摊不是掉价,而是增值

□施倩

热点快评

夏日微风轻拂的南通街头,一幅非凡的景象正在上演:南通大饭店熟食档口前人头攒动,咸蛋黄花蟹香气扑鼻;有斐大酒店外星厨们忙着打包狼山烧鸡;金石大酒店红色遮阳棚下,排队的长龙绵延百米……近日,多家高端星级大酒店打破传统经营模式,放下“身段”让星厨出摊,以亲民价格售卖熟食、简餐等美食,将“星厨美味”搬到街头巷尾,点燃城市烟火气。这一创新之举,既是市场主体主动求变、逆境突围的生动体现,也为城市商业服务多元化注入了新动能。

然而,面对星级酒店“摆摊”现象,也有人质疑:高端餐饮“接地气”,是否意味着“掉价”?事实上,这种观点恰恰忽略

元就能品尝星厨手艺,既满足了大众对品质美食的需求,也提升了酒店的品牌亲和力。

民生导向鲜明,烟火气里见担当。星级酒店出摊是商业行为,能为城市经济注入活力,更是丰富了市场供给、展现了服务民生的社会责任感。在忙碌的生活中,人们在街头品尝星厨美食,感受着城市的热闹与活力;吸引居民餐饮消费的同时,周边小摊贩的生意也随之升温。这种“点燃城市烟火气”的效应,是城市发展过程中不可或缺的积极力量。更重要的是,这一模式让高端餐饮资源“下沉”,使普通百姓也能享受到星级服务,缩小了消费差距,符合共同富裕的导向。正如一位排队购买狼山烧鸡的市民所说:“以前觉得星级酒店遥不可及,现在花几十块就能吃到大师手艺,感觉特别值。”

创新不拘一格,转型升级需打破思维定式。有人担忧,星级酒店摆摊会“损害品牌形象”,这种观念本质上是“面子思维”作祟。事实上,国际知名酒店品牌早已探索多元化经营:上海半岛酒店推出过外带套餐,东京帝国饭店依旧保留平价面包坊,均未影响其高端定位,反而因亲民举措赢得更多好感。真正的品牌价值,不在于固守某种形式,而在于能否持续提供优质产品和服务。当前,中国经济正从高速增长转向高质量发展,服务业更需以创新驱动转型,星级酒店出摊也恰恰展现了该行业适应市场、服务大众的能力。

放下“身段”,才能赢得未来。星厨出摊,不是“掉价”,而是“增值”——增的是市场竞争力、民生获得感和品牌亲和力。酒店只是缩影,更多行业都需放下不必要的包袱,以务实创新求生存,以服务民生赢口碑,才能在变局中开新局,在烟火气里见真章。