

“行李移站”提升便民服务新高度

□刘佳

近日,南通轨道交通创新推出“行李移站”智慧转运服务,联合多家酒店及智能寄存平台,在“苏超”赛事与旅游业持续崛起的背景下,为市民和游客提供行李一站式送达服务。这不仅是一项技术应用的落地,更是智慧交通与人文服务相融合的生动实践。

“行李难题”一直是游客出行中的常见困扰,南通轨道交通最新推出的“行李移站”服务,正好切中了这一现实痛点。该服务借助技术赋能与资源整合,依托地铁网络及智能寄存设施,实现了行李在不同站点、合作酒店之间的智慧转运,乘客只需手机下单,便可将行李安全、准时送达指定目的地,真正实现解放双手、轻松出行。

“行李移站”不仅是一项便捷的民生服务,更在多个层面展现出重要价值。它显著提升了市民和游客的出行体验,通过线上智慧配送有效减轻行李负担,使人们出行更加轻松自由。在“苏超”赛事及旅游旺季期间,该服务有效疏解了人流压力,优化了场馆与景区的秩序,为“体育+旅游”的融合发展提供了基础设施支持。同时,这一举措也提升了南通的城市形象,以技术赋能人文关怀,依托智慧物流与公共交通网络的结合,展现出现代化、精细化的治理水平,更传递出包容、便捷、有温度的城市气质。

未来的城市出行服务,可在“行李移站”等现有基础上,系统构建更加智能、更加人性化的现代化城市出行服务体系。持续拓展服务覆盖范围,在现有站点和合作酒店基础上,逐步将更多交通枢纽、景区入口、商业综合体和酒店民宿纳入服务网络,推动“行李移站”走向模块化与网络化,提升整体可达性和便利性。推动智慧服务系统深度融合,整合预约、导航、寄存、送达等功能于统一出行平台,依托实时地铁运行数据,提供精准行李送达时间预估与动态路径优化,不断提升服务效率与运行可靠性。加强服务建设,针对老年人、带孩家庭、残障人士等群体,推出“代预约”“取件”等辅助功能,在赛事、展会、节假日等大客流期间,设置临时行李转运柜与移动服务点,以弹性运营机制应对高峰需求。深化“轨道交通+旅游”联动,推出集成行李转运、景点导览、票务预订等功能的旅游通勤套餐,打造“一路轻松游”等项目,全面提升游客体验和城市旅游吸引力。

轨道交通的“行李移站”,以大众出行的需求展开,推动技术应用与真实出行场景的深度融合。未来的城市出行,将探索从单纯运人转向人同物送,升级通行服务,打造全程无忧的出行体验,逐步构建一个更有温度、更显智慧的城市出行生态。

自媒体创作,要流量更要正能量

□吉小舟

据报道,河南知名博主李福贵花2万元带村里46名老人走出大山,前往郑州旅游。这一善举不仅让老人们圆了看世界的梦想,也使他的短视频平台账号收获了超过600万点赞,粉丝量飙升至997万。李福贵用实际行动诠释了正能量的强大力量,也为当下的自媒体行业树立了榜样。

在流量至上的时代,自媒体为了吸引眼球、获取关注,手段可谓层出不穷。一些自媒体为了追求流量,不惜突破道德底线,发布低俗、虚假甚至有害的信息。从故意摆拍编造社会热点事件,到传播毫无营养的低俗娱乐内容,这些行为不仅误导了公众,也对社会风气造成了不良影响;这些行为虽然可能

在短期内获得一定流量,但从长远来看,损害的是整个自媒体行业的公信力。与之形成鲜明对比的是,李福贵的行为不仅为老人们带来了欢乐,也为她传递了温暖和爱,充满正能量。她的视频没有刻意的炒作,没有低俗的噱头,却赢得了广大网友的点赞和认可。这说明,正能量的内容同样具有强大的吸引力,能够引发人们内心的共鸣。

正能量内容之所以能够产生如此巨大的流量,是因为它满足了人们更高层次的精神需求。在信息爆炸的今天,人们已经对低俗猎奇内容产生审美疲劳,转而渴望能够带来温暖、启迪和思考的内容。李福贵的视频之所以被广泛传播,正是因为她在物

欲横流的时代展现了返璞归真的价值追求——孝亲敬老、回报乡梓。这种价值追求是跨越时空、超越阶层的,能够引发最广泛的情感共鸣。

正能量流量不仅具有商业价值,更具有显著的社会价值。李福贵的一个善举,通过互联网的放大效应,已经成为一种社会示范,激励更多人关注农村留守老人,参与乡村公益事业。健康的社会需要这样的正能量循环:善行被传播,传播激发更多善行,从而形成向上向善的社会风尚。

当然,倡导正能量流量并不意味着内容创作就要刻板说教、枯燥无味。正能量的传播完全可以是有声有色、生动有趣的。关键是要把握一个基本原则:在追求流量的同时,不失道德底线;在创

新形式的同时,不忘社会责任。

每一个内容创作者都应当意识到,我们生产的内容,不仅关系到个人账号的粉丝数和影响力,更影响着网络空间的生态,塑造着社会的文化氛围和价值取向。选择生产什么样的内容,本质上是一种道德选择。每一个网民也同样拥有选择的权利。我们的每一次点击、每一条评论、每一个点赞,都是在为想要看到的网络世界投票。选择支持正能量内容,拒绝低俗信息,是每个网民都能做到的微小但重要的贡献。

在数字化时代,我们不仅要追求流量的大小,更要关注流量的质量;不仅要计算流量的经济价值,更要考量流量的社会价值。

观点声音

如今,博物馆已成为集教育、旅游、展览、公共服务等为一体的文化综合体,能满足不同群体的文化需求。由此不难理解,为何越来越多的人钟爱博物馆。数据显示,2024年全国博物馆接待观众14.9亿人次。观众参观需求水涨船高,但博物馆承载量有限,“预约难”成为文博热中“幸福的烦恼”。破解供需矛盾,需从两端发力。针对新需求、创造新供给,可以一定程度上提高博物馆承载量。比如,今年暑期,四川三星堆博物馆延时开放至晚上8点,日均接待观众超2万人。延时开放、夜间开放,更好满足传统非参观时段的需求,不仅能为市民游客带来便利,也将为挖掘消费新潜力打开新思路。积极探索合适的开放模式,进一步改进预约、改善管理,有助于更好满足观众观展需求。比如,周一闭馆曾是许多博物馆遵循的惯例,如今,不少博物馆尝试关闭闭馆日,实现全年无休;有的探索错峰闭馆,闭馆时间与其他博物馆错开,避免让游客周一无馆可逛。以更大的视角看,一座博物馆的物理容量,总是有上限的。破解博物馆“预约难”,需要跳出“一亩三分地”,在“诗外”下功夫,从整合文旅资源的大盘子中谋思路。打破物理空间的限制,推动展品走出博物馆,走向更广阔的地区,能让更多观众不必长途跋涉便可大饱眼福。推动不同地区的博物馆相互“牵手”,让更多文物“出差”“做客”,博物馆的辐射面将越来越广。激活沉睡的资源,让冷门博物馆热起来,也能有效实现游客分流。推动博物馆百花齐放,打造“小而美”的特色品牌,不仅有助于解决“预约难”,还能培育地方文旅新的消费增长点。

——人民日报《破解预约难,“诗外”下功夫》

调研考察团还没出发,数千字的调研报告已经“完成”,看似洋洋洒洒、引经据典、数据翔实,实则AI代笔。随着人工智能技术的飞速发展,利用AI辅助撰写调研报告、公文文件的现象日渐普遍。甚至有开发团队专门为政府部门定制公文写作大模型工具,只需输入需求,几分钟内,一篇几千字的“调研报告”就生成了。应当警惕,滥用AI或可能滋生新的形式主义。近年来,各部门持续开展基层减负行动,有的部门将本职工作全交给AI。个人甚至调研前就备好应付上级的“报告”,出差归来,将准备好的报告稍作调整,打印上交,使本应发现问题、解决问题的调研,变成了走过场的形式主义。不仅在调研领域,有的机关单位在日常工作中对AI的使用已明显“越位”。小至公文撰写,大至政策制定,事无巨细都依赖AI提供“标准答案”。有些撰写的文件充斥专业术语和数据,看着唬人却漏洞百出,一问都是AI生成的。不可否认,AI赋能千行百业是大势所趋,但AI应成为政务工作的“帮手”,而不是“枪手”。从“没有调查,就没有发言权”到“全面落实‘四下基层’制度”,我们党始终将调查研究,求真务实置于作风建设的关键位置。滥用AI的本质,反映出的仍是工作作风不实、责任意识淡薄。再华丽的AI写作,也代替不了“沾泥土、带露珠、冒热气”的一手调研。

——新华网《AI岂能成为形式主义的“帮手”》

在刚刚过去的暑期,不少学生家长为给孩子恶补暑假作业而发愁,特别是一些低年级学生的手抄报、假期旅行打卡视频、手工制作等作业,学生难以独立完成,只能由家长协助甚至代劳。近年来,教育部多次发文,要求克服中小学教学中的形式主义。但在日常教学中,形式主义作业却屡见不鲜。不少学校除了要求家长必须陪做作业、批改作业并进行视频打卡,还有五花八门的节日主题手抄报,给家长们带来负担。布置手抄报等创意类作业,原本是为了提高学生的综合素质,通过观察生活进行独立思考,培养孩子的创新思维和课外兴趣。但一些过于复杂的作业,超出学生认知和独立思考能力,只能推给家长。而家长代劳完成的精美制作,不仅容易让孩子产生依赖心理,还可能在学生中滋生攀比和虚荣心理。个别孩子自主完成的作品,又因相形见绌而心生失落。作业如此完成,不仅增加家长负担,于学生成长也无益,违背了创意类作业的初衷。家庭作业不该成为家长作业。课堂教学延伸,不能伸得太长,把本该音乐美育等课堂上的教学安排,带回家里推给家长。给学生家长减负并不是撒手不管,而是要掌握好陪伴与参与的尺度,让孩子在真正的陪伴中快乐成长。课外作业要有,但是别出成“超纲题”留给家长做;评比竞赛可以搞,但不能搞得弄虚作假变了味;校园活动可以办,但切勿办得几方叫苦成负担。

——经济日报《家庭作业不该成家长作业》

据报道,目前广东一些学校已不再硬性要求学生统一穿着校服返校。有家长说,开学前就有老师通知,学生只需穿着干净整洁的服装,佩戴好红领巾返校即可。这里有一个背景是:今年5月,广东省五部门联合印发规定:学校不得以任何形式强制学生购买校服。不再硬性要求学生统一穿校服返校,这一看似微小的改变,却有重要价值。因为不强制穿校服,才是落实“不得强制购买校服”规定的关键。今年5月,教育部办公厅印发的《关于开展基础教育“规范管理提升年”行动的通知》,在负面清单(2025版)中指出,严禁违反校服选购的有关规定,强制购买校服,利用购买校服牟利、侵害群众利益。这一规定的要义之一,是防范“校服腐败”。客观而言,中小学生学习并非多余,很多情况下甚至很有必要。校服有承载校园文化认同、消除攀比等功能,合理利用校服不无裨益。而“不得强制购买校服”和“不强制穿校服”,也并非意味着取消校服,而是管理更加柔性、灵活。这是对学生与家长选择权的尊重,也考验学校管理智慧。如何在不强制作校服的前提下,构建校园文化凝聚力与平等氛围,将成为学校面对的新课题。对此,相关学校不妨鼓励校服设计创新,使其既体现校园文化内涵,又能满足学生的个性与舒适需求,让更多学生和家愿意主动订购和穿着校服。这样有助于让校服回归其应有功能,成为校园的独特风景。

——新京报《不强制穿校服返校,让“不强制买”真正落地》

近年来,各地不断加码大学生创业扶持。然而,暖心政策却被一些不法商家“钻了空子”。近日,据《法治日报》报道,一些“代办大学生创业补贴”的帖子出现在社交媒体。有的中介机构以“稳拿补贴”为诱饵制造陷阱,将“暖心助力”做成了一门“黑心生意”,值得警惕。待补贴申请失败或学生发现端倪时,便以“政策变动”“材料问题”为由推诿扯皮,让学生吃下“哑巴亏”,甚至卷入虚开发票、骗补等违法漩涡中。种种行为不仅掏空毕业生的钱包,更践踏了政策善意。乱象背后,“黑心中介”难辞其咎,政策执行中的疏漏也不容忽视。一方面,政策从发布到落地的“最后一公里”未打通。有的地区创业补贴申请多门,科技、人社、教育纷纷出手,线上线下渠道五花八门,申请需要四处奔波、费时费力;有的地区申请材料要求模糊,缺乏具体指引,只能反复修改尝试,创业者不得不依赖市场中介。另一方面,审核监管机制存在盲区。部分地区对创业项目的真实性核查流于形式,仅依靠书面材料判断,难以识别“为创业”的虚假项目,导致市场有机可乘。“补贴代办”大行其道,也让人看到了部分毕业生的浮躁心态。补贴是“扶上马送一程”,不是“天降横财”,更不是“空手套白狼”。一些学生将补贴当作投机取巧的“生财之道”,这种心态让他们对“白嫖补贴”的宣传缺乏抵抗力,甚至主动寻求中介帮助,这无异于杀鸡取卵,舍本逐末。让创业补贴回归政策初衷,要有“疏堵结合”的组合拳。在“疏”的层面,打通政策落地的“毛细血管”,整合多平台资源,搭建统一的创业服务平台,实现“一次线上注册、多类补贴发放”,或简化申请流程,探索“免申即享”,让毕业生少走弯路;在“堵”的层面,利用大数据技术建立跨部门核查机制,对创业项目的经营场所、资金流向、实际运营情况进行动态跟踪,对“零经营”“虚假注册”的项目坚决拒补,对涉嫌代办的中介依法严惩。

——新华每日电讯《创业补贴成“生意”,莫让逐梦变“逐利”》

据国家市场监督管理总局网站消息,国家卫生健康委、国家市场监督管理总局9月8日公布《关于实施预包装食品数字标签有关事项的公告》。这则公告的发布,标志着我国食品标签管理正式迈入数字化时代。消费者只需扫描包装上的专属二维码,就能用手机放大字体、听取语音讲解,甚至查看配料产地、工艺细节、全链溯源等信息。这不是简单的技术升级,而是一场关乎每个人“舌尖安全”的透明革命。其实,数字标签并非是什么遥不可及的高科技,而是将印在包装上的文字信息,通过二维码等数字技术手段进行展示的一种新形式。消费者只需用手机扫一扫,便能清晰、完整地看到包括配料、营养成分、生产工艺、产地来源等全部标签信息。数字标签的优势显而易见。这一创新举措借助现代化信息传播方式破解了传统食品标签的物理局限,具有放大和凸显效果,让信息展示从“挤不下”变成“一目了然”,可有效化解传统食品标签的信息盲点,可以划出消费者关注的重点,可以覆盖食品信息的要点,从而让消费者更透明,让消费者选择更自主。这项措施推动企业把产品信息说得更清、信得更明,既是保护消费者权益,也是倒逼行业自律、提升食品质量安全水平的有力举措。

——北京青年报《用数字标签破解食品信息躲猫猫》

有话直说

消除“毒玩具”隐患 守护儿童健康

□李秀丽

近年来,一种名为“解压软泥”的玩具风靡市场,以绚丽色彩和低廉价格吸引无数孩子。近日,央视财经《财经调查》栏目以一场深入暗访,撕开了“解压软泥”玩具的伪安全面具。记者历经数月追踪,揭露了其背后隐藏着剧毒砷砂的致命风险——儿童误食5克即可致死,长期接触更会损害肝肾功能和生长发育。不少家长反映,孩子们玩耍后出现皮肤过敏等症,而这类“三无”产品(无厂名厂址、无产品合格证、无安全警示)却在线上线下肆意销售。儿童是国家的未来,他们的健康安全牵系民族复兴的根基。我们需要以更高站位审视这一危机,从保护儿童的角度出发,筑牢安全防线,杜绝任何妥协。

软泥玩具的危害直接威胁儿童的生命安全。砷砂作为核心成分,毒性极强:1克至3克就能导致成年人中毒,儿童误食少量即可致命。媒体调查发现,商家在销售中无任何消费提醒,包装上刻意回避“砷砂”字样,混淆视听。孩子们在玩耍时,直接接触高纯度砷砂,误食风险极大。国家推荐性标准明确规定“每千克玩具材料中砷的迁移量应≤300毫克(300mg/kg)”,但检测结果显示,市面产品普遍超标,最高值达5712mg/kg,超过国标19倍。这种无视规则的行为,不仅暴露了监管漏洞,更将儿童置于危险境地。保护儿童健康,必须从源头消除毒物隐患,任何疏忽都可能毁掉一个家庭的希望。

保护儿童健康,需要全社会共同担责。家长作为第一道防线,应提高警惕,避免购买“三无”玩具;企业则需坚守道德底线,杜绝造假欺瞒;政府监管部门要精准执法,加大查处力度,发布消费警示。开学季来临,软泥玩具销量激增,这不仅是市场问题,更是社会责任考题。唯有将儿童健康置于利润之上,构建政府、企业、家庭协同机制,才能织密安全网络。需要以央视调查为起点,推动三方面雷霆行动。监管利剑须斩断线上线下灰色产销链,对伪造报告、隐匿成分行为顶格处罚;企业良知必须用法律钢绳捆绑,将玩具安全标准从“推荐性”升级为“强制性”;家长认知亟待科学武装,让“三无软泥=砷砂毒物”的警示深入人心。

习近平总书记强调,“孩子们成长得更好,是我们最大的心愿”。守护儿童健康,是民族复兴的基石。每一次风险事件,都是对文明底线的拷问。我们要以儿童为本,强化立法执法,推动行业自律,提升公众意识。让每个孩子远离毒玩具,在安全、健康的环境中成长,这是对未来的庄严承诺。行动起来,不容一丝妥协。



“巧阿姨”真贴心

南通开发区一社区在新时代文明实践站设立“巧阿姨缝补坊”,一批热心退休阿姨免费为居民提供缝补服务,解决了社区居民“缝补难”问题,让旧衣焕新,让邻里感到舒心。 严鹰画

乐见首个全国科普月点亮科学之光

□康晓婷

近日,2025年南通市“全国科普月”活动正式启动,以科普讲解大赛拉开序幕。这场以“科技改变生活 创新赢得未来”为主题的全国科普月,是一次“全领域行动、全地域覆盖、全民参与共享”的科普盛宴,也是国家将科学普及与科技创新摆在同等战略高度的铿锵宣示。在迈向科技自立自强的征程上,全民科学素质的提升既是夯基固本的“地基工程”,更是驱动发展的“动力引擎”。

法律护航,科普事业迈入“新纪元”。每年9月为全国科普月写入法律,彰显了国家将科学普及与科技创新摆在同等战略高度的铿锵宣示。在迈向科技自立自强的征程上,全民科学素质的提升既是夯基固本的“地基工程”,更是驱动发展的“动力引擎”。

“公里”的打通,既需要实验室里的技术攻关,更离不开全社会科学素养的“水位提升”。当高新技术产业产值占比达48.5%的江苏,65%的技术来源依托产学研合作,我们更要清醒认识到,创新成果从“实验室”走向“生产线”,必须扎根全民科学素质的“沃土”。当公众读懂火箭背后的材料科学,当青少年惊叹生物基聚酯材料如何替代塑料,科技创新便不再是遥不可及的“高精尖”,而成为可感知、可参与的生活实践——这种认知升级,正是新质生产力发展最深厚的社会根基。

模式创新,科普传播玩出“新花样”。“寻初心、悦科普、探创新、向未来”的主场活动逻辑主线,道出了新时代科普的“破圈”秘籍:告别“我讲你听”的单向灌输,转向“文化浸润+互动体验+价值共鸣”的立体传播。观众在“百年学会话前沿”展区触摸科

发展史,在“智汇青春·科创成果向未来”展示台与青年科研团队探讨AI质检系统如何将不良率降至0.02%,更能通过“科普之光”网络展播,足不出户“云游”全国3000余场特色活动。这种“线上+线下”“历史+未来”“硬核科技+人文温度”的融合模式,让科普从小众圈层变成了大众狂欢。尤其“科学+文化+体验+消费”的跨界融合令人眼前一亮,众多技术量产案例亮相,生物基聚酯材料化身文创产品,科技博主用短视频解读量子计算。当科普撞上文化消费,知识传播便有了“破圈”的力量,生动说明科普不是枯燥的知识堆砌,而是用时代语言讲好科学故事,让每个群体都能找到专属的“科学入口”。

协同发力,科普格局绘出“同心圆”。全国科普月的背后,是一张覆盖政府、科研机构、企业、媒体、公众的“协同网络”。比如“人才+资本+项目”机

制,既邀请专家解读智能制造,也为女性科研人员开辟专项科普通道。正如新修订科普法强调的“全民参与、普惠共享”,科普月的价值远超活动场次,它激活了社会的“科普基因”,企业将科普纳入责任清单,学校融入课后服务,家庭培育“亲子共学”新风尚,最终编织起“人人都是科普者、人人都是受益者”的良性生态。

科普兴则国运兴。站在新的历史起点,我们期待全国科普月不仅是一场嘉年华,更能成为培育创新文化的孵化器。当每年9月成为全民科学素养的提升月,当实验室成果转化为科普展的互动体验,当科学家精神融入民族血脉,科学之光必将照亮每个人的生活,无数个体的创新力量终将汇聚成科技自立自强的澎湃动能。这正是“科技改变生活,创新赢得未来”的深层意蕴,也是一个民族面向未来的底气所在。