



梯度赋权体系就像闯关升级。先满足知情权,再促使其开放地参与讨论,最后赋予投票权、拍板决策,用制度打破外来户的身份尴尬。这本质上就是让每个人都有机会当家做主,使其成为社区共建的“自己人”。这种“小步快跑”的赋权路径,不仅避免了治理失衡,也为不同群体提供了可预期的上升通道,实现了治理效能与社会公平的双重提升。

——广州日报:《梯度赋权,加速流动人口融入社区》

根治“一包了之”需多措并举形成闭环。集中用餐单位须摒弃“外包即免责”的惰性思维,严审承包方资质,在合同中明确安全标准、双方权利义务等内容,依法加强管理。承包方应强化专业能力,通过培训提升食品安全员风险处置水平。监管部门则需以“长牙齿”的执法刚性,对失责单位从严处罚,同时联合相关部门形成跨领域治理网络,避免“各扫门前雪”。唯有将责任压力转化为行动自觉,让法律制度从纸面条款变为日常实践,“一包了之”的痼疾方能彻底终结。

——法治日报:《坚决向集中用餐“一包了之”说不》



【本期话题】

机器人“上岗”景区

清明假期,全国多地景区上岗了智能服务机器人。从泰山景区的外骨骼机器人到恩施大峡谷的机器狗表演,再到北京大运河景区的安保巡检机器人,这些机器人正以多样化的形式“上岗”景区,让游客直呼“未来已来”。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

①钟笛 智能机器人上岗景区,能承担部分基础工作,如安保巡检,大幅提升景区运营效率,优化资源配置,助力景区管理向智能化迈进。

②南柳河 对游客而言,机器狗表演增添游玩趣味,机器人随时答疑,使游览更便捷、新奇,能极大丰富游客在景区的体验。

③琮琤 从景区长远发展看,引入智能机器人是顺应时代趋势。它既能提升景区形象,吸引更多的游客,又能缓解人力压力,推动景区往智慧化方向转型。

本期话题下期继续



期待更多艺术形式加入地铁文化空间

□刘曦

这个周末,南通地铁1号线崇州大道站站厅化身为热闹非凡的“移动音乐厅”,刘若英“飞行日”演唱会提前奏响了动人旋律,让市民们在日常通勤中邂逅了一场别具一格的音乐盛宴。

(4月14日本报2版)

地铁站是城市公共空间的重要组成部分,相对于博物馆、艺术馆,其更具包容度和自由性,也有着更广的受众覆盖面。让流行音乐、高雅艺术走进地铁站,不仅能有效缓解乘客们通勤等车过程中的焦躁情绪,让喜爱艺术的市民受益受惠,同时也展现了南通地铁的艺术格局与审美风采。

随着城市的发展,公共艺术在地铁站的作用愈加

凸显。对标新时代人民日益增长的美好生活需要,轨道交通建设在满足人民便捷出行需求的同时,也要进一步重视满足人们的精神和文化需要。不只有音乐,还有动漫、壁画、雕塑……地铁站的公共艺术不仅仅是装饰,更是文化的体现、情感的表达。它将生活的点滴与艺术的灵感交织在一起,成为地下空间的一道独特风景。

如何进一步提升我市轨道交通公共空间的艺术点缀,凸显文化名片,扮靓形象之窗,值得重视和推动。应充分挖掘并加强南通的代表性文化设计,拓展江海文化传播方式和传播途径。例如,基于南通山水设计环境音乐,创作生态视频,给乘客以视听上的愉悦享受。

又如,将南通先贤张謇进行行动漫化设计,将不同姿态的张謇漫画形象与“爱国情怀”“开放包容”“创新致远”等企业家精神相结合。再如,打造地铁站文化墙,还原南通的经典文化风貌等等。诸如此类,打造出凸显浓郁江海气息的“地铁文化”。

我们期待,未来会有更多的艺术形式加入地铁文化空间,创造出更加多样化、个性化的作品。让公共艺术作为文化的载体,穿越飞驰的地铁,将人们的心紧紧相连。



露营经济需要精耕细作

□新平

8日,虽然是工作日,但滨江花海仍零零散散地搭建了一些五颜六色的帐篷,不少年轻人来到这里露营,他们在帐篷里野餐、玩牌、聊天,阵阵欢乐的笑声在阳光下随风飘散。

(4月11日本报3版)

现代都市生活节奏急促、信息过载,人们在高压中愈发渴望一种“离线状态”。露营恰恰提供了一个让身体和精神“喘息”的场所。帐篷之下,不再有KPI,不再有会议通知,只有微风、草地与交谈。这种由

然带来的治愈感成为年轻人逃离“内卷”的精神出口,也塑造了露营经济的情感黏性。

目前露营市场虽看似繁华,但整体仍处于初级发展阶段。许多所谓“营地”,不过是草地上加几顶帐篷,配些烧烤架与灯串。而这正暴露出露营经济的一大短板,产业化程度低,抗风险能力弱。一旦热度褪去,缺乏核心竞争力的项目势必迅速凋零。要打破这种“爆火—复制—内卷—退潮”的短命循环,必须推动露营业态

从“搭帐篷”向“建生态”进化升级。

让露营经济不但“春暖花开”,而且“四季常青”,需要精耕细作。要引入系统思维,从顶层设计、产业协同、运营管理、服务创新等方面全面重构行业;构建统一的行业标准,制定明确的场地管理、服务规范、安全保障机制,夯实基础工作;推动“露营+”与文旅、体育、教育、研学、康养等行业融合,打造复合型生态体验。总之,只有将“露营+”概念做深做实,露营才能成为一片真正的蓝海。

“业态混搭”点燃消费新引擎

□徐剑锋

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日本报2版)

日前出台的《提振消费专项行动方案》提出,支持服务消费场景创新、业态融合、产业集聚。“菜场+食堂”的“业态混搭”既是场景创新,更是生活方式升级,为推动消费提档升级起到了积极的推波助澜作用。

好生活的愿景照进现实。

事实上,“业态混搭”是商家实施差异化竞争、特色化发展的不二法门。因此,广大商家要敢于突破传统经营模式,善于整合优化资源配置,用更多产品焕新与服务创新构建全链条消费场景,让各种业态擦出“火花”,培育出消费“新爆点”。在此基础上,还要密切关注市场变化和消费热点,及时调整经营策略,不断优化“混搭”组合,进而形成“1+1>2”的多赢局面,这样才能在激烈的行业比拼中力拔头筹。

守护“头顶安全”

户外大型广告是城市景观的组成部分,也是商业活力的体现,但违规设置的广告牌不仅破坏市容环境,还会带来安全隐患,成为“悬在头顶的利剑”。昨天,崇川区新城桥街道综合行政执法局对辖区内一处大型广告牌依法予以拆除。

(4月12日本报5版)

关乎群众生命安全

□云雀

头顶之上,一块广告牌、一块招牌、一面外墙装饰,看似平常,实则关乎群众生命安全。它们或许只是在城市一隅静静存在,但在特殊天气或缺乏维护的情况下,极易变成威胁群众生命安全的“高空利器”。因此,“头顶上的安全”不仅是细节问题,也是检验城市管理水平与公共治理能力的重要指标。

我们常说要关注“看不见的风险”,城市中的高空坠物事件屡见不鲜,其中不少就是违规搭建的广告牌惹的祸。要知道,安全不能等事故发生后才去补漏,而是做好事前防患。

更进一步看,守护“头顶安全”还需建立更加系统化的监管机制。一方面,加强对广告设置的审批与备案流程,明确责任人和后续维保义务;另一方面,建立常态化巡查和隐患排查机制,对“老旧、破损、违规”的广告设施及时清除,真正做到“发现一处、整改一处、不留死角”。

为防患于未然点赞

□余清明

近期,我国大部地区迎来大风天气,进一步增大了头顶安全的威胁。一旦发生事故,我们显然不能把责任都推给“风”。人,应该树立头顶安全意识,像南通市依法拆除违规大型广告牌,防患于未然,就值得点赞。

现实中,行人和车辆冷不防被垮塌的广告牌、脱落的墙皮以及楼上居民的垃圾袋砸中,这样的案例并不少见。那么,如何保障“头顶安全”?首先,要加大宣传力度,让责任单位和楼房住户切实认识到“头顶安全隐患”可能导致的严重后果,同时明白一旦发生事故需要承担的法律责任,切实提高众人的公共安全意识。同时,相关责任单位和楼上居民要绷紧“安全弦”,平常多检查、多观察,及时消除安全隐患,坚决杜绝“高空抛物”。另一方面,被高楼坠物砸中的行人和车主不能“自认倒霉”,应该拿起法律武器坚决维权。