

思想会客厅

对话人:
王 双 天津社会科学院副院长
李 娜 本报评论员

答好城市治理现代化这道课题

城市的核心是人。践行人民城市理念,打造宜居宜业宜游的良好环境,以城市之“治”为高品质生活“加码”,事关城市治理成色和城市发展能级。

李娜:“城市,让生活更美好。”市容环境愈发整洁有序,公园持续优化“上新”,一个个城市建设中的“微景观”为高质量发展、高品质生活“加码”,折射出提升城市治理现代化水平的内在逻辑。

王双:人民性是城市的本质属性,“让生活更美好”是城市建设和治理的价值所在。如今,人们对城市不仅有基本功能的要求,更期待城市成为高品质生活空间,环境更美、生活更美、人文更美。精准、有效回应这些期待的过程,就是提升城市治理现代化水平的过程。依托智慧化管理,让城市运行更高效;通过对公园、街道、闲置房屋等空间载体规划设计,提升城市业态、功能、品质,让生活更舒心,这些都是对现实需求的回应。从产业、文化到交通等,如何进一步优化城市功能,更好满足人民对美好生活的期待,是治理现代化面对的课题,事关城市长远发展。

李娜:新时代的超大城市治理,注重效率,又追求温度。“见物”更要“见人”,注重对共性、个性需求的多样化满足,是城市治理“现代范儿”的鲜明特色。

王双:城市治理强调增强基本公共服务的均衡性和可及性,也要求提升治理的有效性。以文明养犬为例,尊重个人养犬的权利,同时要避免伤害他人利益。为达到这样一种平衡,既用条例、倡议,也在有些社区设立“宠物公厕”,成立劝导志愿服务队,引导居民自我约束。随着城市发展,人的需求在升级。为什么过去公园只重绿化,现在把文化、娱乐需求等也考虑进去了,道理就在这。在兼顾公平与效率、丰富供给适配需求变化的实践探索中,必然会带来治理能力和水平的提升。

李娜:高品质、高水平的治理,离不开精度的考量。依靠“智慧停车”平台,可以实现车位在线预订;有了智能气象监测,可以对何时下雨、下多大雨精准预测……大数据、云计算等新一代信息技术赋能,为精细化治理、城市发展打开了更大想象空间。

王双:治理方式、手段的丰富,与发展理念、规划是一体的。数字技术的成熟为精细化治理提供了更多可选择方案,而生产模式、生活方式的变化也会潜移默化影响人的思想和理念。在推进智慧社区建设中,人们越来越习惯用小程序反映诉求、参与治理,就是技术与理念转变相互促进的结果。当数字技术与城市治理深度融合,势必带动算力产业、数据开放平台的建设和发展,甚至带动整个城市产业结构调整 and 升级,拓展城市发展空间。“治理”到“智理”,一字之差,引发的可能是一系列连锁反应。

李娜:提升城市治理效能,离不开大城细管、大城管,也要靠大城共管。完善共建共治共享治理制度,健全人民群众参与城市治理的机制,让更多群众参与到城市建设和治理中来,城市运行管理水平更高,群众获得感、幸福感、安全感更强。

王双:治理现代化强调多元主体参与,也就是我们说的大城众管。提升城市治理现代化水平,首先需要提高群众参与治理的意识。这与宣传教育的有效性乃至整个城市的文明程度相关。同时,要为大家提供更多参与渠道。现在,很多街道、社区的志愿服务组织都有自己的活动阵地、服务机制,给居民参与治理带来便利。此外,增强服务信息的精准化和可及性也必不可少。这往往依赖信息共享渠道或开放式信息平台的搭建。拓宽参与渠道,保证渠道畅通,对利益表达有回应、有解决机制,形成正向反馈的“环”,让大家有热情参与进来,共建共治共享的目标才能达成。这背后涉及治理理念、体制机制创新等根本性问题。

基层声音
本报与各区融媒体中心联合推出

两头“渴”可以解

■ 莫非

不久前,一个由滨海新区农业农村发展服务中心举办的“新农人”培训开班火了。

培训班上,来自新区10个街镇的50名返乡大学生,与来自院校、机构的专家学者面对面,围绕如何发展现代都市型农业及乡村产业发展新业态与新模式等内容进行交流学习,深入农业一线,近距离感受农村创新创业典型案例。量身定做的理论学习和实践,让学员们大呼“解渴”。

开创乡村振兴新局面离不开“新农人”。打好引育“组合拳”,既为“新农人”解“技能”之渴,也为乡村解人才之“渴”,让有文化、懂技术、善经营、会管理的人,为乡村带来发展的新思维、新理念、新业态。

强化乡村振兴人才支撑,首先要将乡村人才“聚起来”,精准施策回引“金凤凰”,积极引导高校毕业生、在外经商人员、复员军人等返乡服务、投资兴业,不断扩大人才增量;同时还要让乡村人才“强起来”,主动将政策、服务、关怀“送上门”,采用“走出去”“引进来”方式,全面提升乡村人才的能力和水平,让他们在乡村振兴中大显身手,为乡村振兴注入新动能。

“情绪价值”背后的消费潜力

■ 孙一琳

冬夜里的五大道民国广场,被游客敲响的“奇遇转”清脆悦耳,5米高的水晶球散发光芒,格外温馨。和平路步行街的建筑外墙上,“爬”上了两只胖嘟嘟的巨型企鹅,搭配各种喜庆装饰,璀璨灯光下氛围感拉满。点开社交平台,关于这些街区的评论有很多,“我被这条街硬控了”“可爱到尖叫”“疯狂拍照100张”……

一个街区靠什么“硬控”消费者?提供“情绪价值”很重要。此前,中国消费者协会发布的报告指出,除了性价比,能否提供“情绪价值”成为年轻一代消费的重要衡量标准。更多消费品从物质范畴拓展到精神范畴,很多看起来“没用”的商品,因能带给消费者参与感、仪式感等精神满足而受到欢迎。前一阵火爆的陕西文创“馍馍”就因为“过家家”式的售卖方式一“馍”难求。

看起来,追求为消费者提供“情绪价值”是企业 and 商人的事。但实际上,围绕“情绪价值”产生的消费需求,不仅体现在商品本身,更深刻改变着商业格局。电商行业的发展让人们足不出户就能轻松购物,所以对大多数消费者来说,逛街并不是单纯的物质需求,由此带来的“情绪价值”,是线上消费形式无法替代的。前不久,户外话剧演出、汉服节、国风表演,天津金街沉浸式体验不断,游人如织。据金街商户反映,开启演出模式后,当月营业额同比增长130%。一条街的“情绪价值”拉满,就能帮更多商家打开“市面”,延伸消费业态的广度和边界。换言之,挖掘“情绪价值”背后的消费潜力,一条街要找到自己的发力点。

一个街区,空间是开放的,场景是多元的。“情绪价值”从新鲜感与个性化中来。收罗全国各地风味儿山货

的“山货茫茫”市集,将养生和潮流艺术融合的“来松趣经骨”市集……上海鸿寿坊的市集常换常新,给消费者带来更多奇妙有趣的体验。“情绪价值”也从文化认同感中来。焚香、插花、点茶、挂画,杭州清河坊街区常态化开展手工体验、艺术演出等系列特色活动,宋韵文化成为这条街的“流量密码”。优化商业经营模式,在一次次以在地文化为导向、追求个性化的场景创新中,一条街在消费者心中会形成更为深刻的共同记忆和情感链接,让“逛街”成为日常生活的必修课。

这个周末,会有什么惊喜?当“逛街”成为一种期待,对街区和商户来说,意味着新的增长点和竞争优势。在消费场景、休闲场景、文化场景的有机融合中,一条步行街、一个老旧小区、一座老厂房都有机会“硬控”消费者,成为“近悦远来”之地。

一家制造企业瞄准技术难度高、供应链门槛高的高纯金属溅射靶材领域冲锋,在月销售额跌至8万元的情况下,依然投入数百万元坚持研发攻关,最终掌握了全球靶材市场的主动权。不随波逐流,练就“我能”的核心竞争力,累积的也是发展的新势能。

如果说“我能”是练好内功,那么“我要”则是打开视野,凭借敏锐且独到的战略眼光,坚定出击。去年,光伏行业承压,安徽一家企业却如一匹黑马在“凛冬”中突围,这家企业没有选择可快速投产的主流路线,而是坚定选择做下一代异质结光伏电池,甚至不惜重购设备、工艺等全产业链。正是基于“我要”的战略远见,企业在行业洗牌中反倒进入盈利周期,成为全球最年轻光伏“独角兽”。创新没有定式,需要定力,这种定力不是顺水推舟的惯性,而是在面对市场诱惑时,对“我要”精准判断和不懈坚持。

市场瞬息万变,新技术、新业态不断涌现,不妨变“我能”为“我要”,在市场变局中踔出一条有“质”感的进阶之路。

从“我能”到“我要”

■ 金之平

“看见中间的小孔了吗?”工作人员拿过一根自动铅笔芯一般粗细的微孔管,指着中间肉眼几乎不可见的孔洞说,“用我们的纳米精密加工技术,能对它的内孔进行抛光,这在以前是不可想象的。”

梳理我市这家精密加工企业的成长历程,能看到一个关于“我能”和“我要”的故事。传统的抛光方式不仅精度受限,而且对环境很不友好。沿用传统的技术路线,很容易碰到“天花板”,能不能从根本上改变?这家企业独辟蹊径,在鲜有人涉足的等离子抛光领域攻关,从最初给保温杯内胆

抛光,到如今业务延伸到航天航空、医疗器械、电子通信等多个领域。“虽然眼前不少项目很有诱惑,但我们还是选择了难度更高、产业价值更大的方向去突破。”企业负责人说。

“我能”代表了自身的实力,“我要”是对市场领域与发展方向的选择。修炼“我能”的独门绝技,才能掌握“我要”的主动权。寻找需求、开拓市场,这是企业的常态。但是不是有市场就要跟,还需仔细分辨。一味逐“量”,很可能会陷入“内卷”的“无底洞”。练就自身核心竞争力,在“质”的角逐中让自己“能”起来,才能掌握更大的选择权和发展空

深一度

■ 闫丽

接娃几分钟,停车一小时,去晚了没车位,去早了出不来……对于很多家长来说,接娃放学是个头疼事。拥堵的交通、等待的人群,让学校门口成了“一锅粥”。而在中新天津生态城的一个小学,接娃时间缩短到6至8分钟,秘诀何在?

线上,家长们通过智慧小程序登记信息、有序排队、及时接送;线下,小学周边停车区变身家长临时等候区,收到信息的家长可从学校地下停车场进入专用车道,实现快捷接送。

“丝滑”接送,理顺的是校门口的交通,也是一定区域内科学施治的思路。有人说,城市治理就像一个神经元系统。就拿学校上下学来说,校门口的秩序不仅涉及家长利益,也涉及市民出行、周边居民生活及区域安全。换句话说,一个点,牵动城市治理千丝万缕的环节。把一个个问题看透、摸清、解决好,既是把一条条纠缠在一起的线团解开,也是把分散的资源、力量之“珠”串联起来的过程。实际上,越是在资源稀缺、供给紧张的地方,“串珠成链”需求就越高。

珠子摆在那儿,如何串是关键。这需要打开思路看问题,也需要找到“帮手”解决问题。俗话说,工欲善其事,必先利其器,如果说开阔、清晰的思路是治理之针,那么智慧赋能就是一根串珠成链的线。不少游客在旅游时,存在“拖着行李逛景点”的不便。为了方便游客,很多地方推出行李寄存服务,在交通枢纽、重点商圈、热门景点等地设置寄存柜,大大方便了游客。可是不久后,游客又提出了新的诉求:寄存点少,往返取行李太折腾。有的地方随之上线了接入智能技术的行李寄存服务平台,“寄存+动态多场景托运”,实现行李跟着人走。从“治理”到“智理”,不仅是运用新技术这么简单,更有聚集起更多合力,才能激发出城市的更大活力。

人与城互相成就,城与人共融而生,每一个“关键小事”都在升腾着城市温度。

漫话



“结婚登报”,火了

最近,在报纸上刊登结婚启事流行起来。这种多元化的婚俗表达与创新形式,让不少年轻人找到了“复古纸质浪漫”。报纸本身也有着不可替代的文化意义和珍藏价值。

孟宪东画

新视野

有一种年味儿,叫非遗

■ 杨建楠

凌晨三点半,大多数人还在梦乡,武清区“河西务立仁斋炸糕制作技艺”非遗传承人王学仁已经忙开了,和面、熬豆馅、包制、下锅炸……传承百年的技艺造就了美食,也成为引客的招牌。临近春节,来买炸糕的人越来越多,一些准备返乡的人把炸糕当作特产带回家。

小小的炸糕,使百年非遗技艺变得生动具体,也透着十足的年味儿。近几年,总有人感慨,年味儿淡了。究竟什么才是年味儿?有人说,是除夕餐桌上的饺子,是满满一筐的砂糖橘,是剪纸、绒花、年画里的“红火味儿”……

大家虽然嘴上念叨着“年味儿淡了”,可庆祝新春的方式,却在不断翻新。取材于潮汕英歌舞时还要蛇蛇经典片段,杨柳青木版年画推出了俏皮可爱的蛇年生肖年画《小时迁与黑白蛇》。春联也越来越有个性,“身体棒棒”“钱包胖胖”“泼天富贵”“蛇我其谁”……内容创新的同时,款式也在升级,粘贴便捷、小巧精致的春联冰霜贴大受欢迎。

年味儿中有非遗的影子,非遗也成就了更多年味儿。去年

12月,“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”成功列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,我们将迎来第一个“非遗春节”。用非遗的视角寻找年味儿,你会发现,汉沽飞镖精彩灵动、打铁花流光溢彩、独流焖鱼鲜香味美、剪纸图案栩栩如生……多彩的非遗技艺,本就是年味儿的一部分,也使年味儿更有内涵,充满烟火气。正如一位民俗学家所说,春节是拥有最多传承人的非遗项目,每个人都是春节各种习俗和活动的参与者、体验者、传承者、创造者。也正源于新年里人们的种种期盼和祝福,让非遗承载了更深厚的情感与文化。传统文化与现代生活在年味儿里找到了连接点,非遗也因此获得了创新的动力和代代传承的生命力。

我们的春节,世界的非遗。春节蕴含着中华民族和中华文明和平、和睦、和谐的价值追求,既是中国的,也是世界的。据不完全统计,近二十个国家将春节作为法定节假日,全球约五分之一的人口以不同形式庆祝农历新年。在不同的国家和地区,一个个关于春节、关于非遗、关于文化的新故事正在被书写。

年集不只是个集

■ 郭振

春节将至,一场场农村大集升腾起不一样的“烟火气”。

腊八节,宁河区芦台大集,直径2.25米的“宁河第一锅”被人们围了个里三层外三层。锅内热气升腾,大枣、桂圆、莲子、葵花籽仁、葡萄干、花生仁等十几种食材被倒入其中,一米多高的灶台上,七八个工作人员用手中的大铁锨不停地搅动。临近午饭时间,一碗碗香气扑鼻的腊八粥出锅,人们排队品尝,热粥入口,散开的是浓浓年味儿。

比肩接踵的赶集人,此起彼伏的吆喝声,飘香的非遗美食,精彩的民俗表演……从宁河到静海,从蓟州到武清,一幕幕年集盛景让人身心沉浸、流连忘返。有人不禁好奇,如今线上购物方便快捷,线下商超温暖舒适,为何那么多人还是顶着寒风去赶集?相比网络购物,年集是“活”的;相比线下商超,年集是“热”的。

不同于普通集市,年集有着特殊的文化属性,承载着年俗、年味儿等独特记忆。人们赶年集,不仅是买年货、凑热闹,更是找寻代代相传的仪式感。让古老年集在新时代焕发更大活力,更多文化记忆将深深植入人们心中,春节文化符号也将愈发生动鲜明。

根植于乡土文明,背靠广袤乡村,透过年集这扇窗,人们可以细致观察、咀嚼品味当地文化。芦台、河西务、咸水沽等天津年集,总少不了喜庆的大红绒花、各式各样的吊钱、年画;北京年集的京味小吃,川渝年集的一口“腊味”,东北年集的亮亮冻梨,广东年集的鲜花饼……不同年集有不同特色。一句方言、一样美食、一件件工艺品,年集上,从各个摊位升腾的“烟火气”,吸引八方游人。

年味儿需要具象化表达,文化需要载体呈现。在接地气中拥抱新潮,年集上的年味儿更加浓郁。如今的年集早已不是人们记忆里的模样,大集同样“买全球”。水果摊上,红得发紫的车厘子质量不输城里超市的,价格更便宜;许多售卖土特产的摊主,一边招呼顾客,一边举着货物对着手机直播,线上线下两头忙;春联年画摊位,不仅有着各类成品,还有民间书法家挥毫泼墨。乡村年集“土”也“不土”,随着时代的发展,年集的形式也在悄然变化,更多样的形式,带来的是更新鲜的体验、更丰富的文化内涵。

年集不只是个集,熙熙攘攘的人流中,有浓浓的年味儿,有岁月沉淀下的醇厚芬芳。

「丝滑接娃」,秘诀何在?