把文化体验嵌入地方产业

闫磊

在宁夏，新晋文旅项目“看见闽宁·戏剧村落”开村百日交出一份亮眼成绩单，赢得“开门红”——开村首周客流破万，高峰时单日客流过万，累积接待游客超23万人次，其中约30%来自宁夏以外。

近年来，这样的文旅新场景在各地不断涌现，民俗村、特色小镇、沉浸式演艺等项目遍地开花，为不少地方聚起人气、带来消费。然而，热潮之下不乏隐忧：一些项目开业时声势浩大，短暂“出圈”后迅速降温。问题出在哪里？一个重要原因在于，有的项目只是把文化当作造景引流、圈地卖票的点缀和噱头，重形式、轻内容，重复制、轻生长，与地方历史文化、群众生活和产业发展缺乏深入连接。反观那些经受住较长时间检验的项目，不难发现，它们往往跑通了从“流量”到“留量”再到“增量”的转化链条。

文旅项目的内容能不能立得住，首先要看它是否是从一方水土的历史、文化和生活中自然生长出来的。例如，“只有河南·戏剧幻城”自2021年运营以来，截至2025年年底累计观剧人次超5800万，其中80%来自省外，项目整体重游率达到常规主题公园的5倍。吸引游客一次次奔赴河南的，不是跟风复制、凭空造景，而是“以土地、粮食、传承为核心主线”“蘸着黄河水”创作的河南故事，以及由此唤起的共同情感和文化认同。内容是文旅项目的核心，唯有真正扎进地域文化深处，才能形成不可复制的辨识度和持久吸引力。

文化不能只是供游客观看的景观，更应成为当地群众参与其中、共享发展的生活实践。如西藏实景剧《文成公主》演出10多年来带动就业上万人次，800多人的演员队伍几乎都是当地农牧民。剧场所在的慈觉林村，逐渐发展成为文化旅游创意园区，吃、住、行、游、购、娱等业态随之生长。村民过去刨石开地、种土豆青稞，如今在戏里演绎先辈的故事、在戏外经营自己的生活。文化的根扎在历史里，也扎进了群众的生活里。只有群众成为传承者、参与者、建设者和受益者，项目才有持续发展的社会基础。

文旅融合应让文化体验真正嵌入地方产业链，成为撬动消费、激活业态、提升价值的引信。陕西西安“长安十二时辰”主题街区以盛唐长安市井文化为底色，将唐风建筑、演艺互动、市井美食、非遗文创融入一条完整的消费动线；街区周边的汉服租赁摄影店铺从开业前的零星几家增长到成百上千家，汉服租赁、妆造服务、专业跟拍等业态持续火热，形成独具特色的“汉服经济”生态圈。由一个文化项目延伸出一种消费场景，再由一种消费场景带动一批关联产业，这才是文旅融合的生命力所在。

可喜的是，当前不少地方新晋文旅项目自觉把握文旅融合规律，成效卓著。以“看见闽宁·戏剧村落”为例，内容上，“不编造故事，只收集故事”，将闽宁协作30年的真实奋斗史化为36部、600分钟沉浸式演出，拥有鲜明的地域性和真实性；主体上，不少本地村民参与演出和运营，他们不仅是亲历者，更是讲述者、参与者、创造者；产业上，景点设置主动与东西部协作30年形成的产业基础连接——“燕子直播间”既是角色扮演互动景点，也是当地电商直营店，“贺兰桶巷”既是葡萄酒微博物馆，也是红酒品鉴体验空间，非遗工坊、塞上食集则将传统手工艺、闽宁特色商家嵌入游览消费链条……当然，也应看到，这种自觉探索只是起点。项目要从“开门红”走向长红，最终还要看能否一以贯之地持续做好内容生产、群众参与和产业融合，把一时关注沉淀为文化认同，把戏剧客流转化为持续消费和产业增长。

文旅融合要做“流量”文章，更要做“留量”文章、“增量”文章。当越来越多的项目能够让人们因文化而来、因认同而留下、因体验而消费，通过消费带动产业发展，再以产业发展反哺文化传承与创新，收获的就不只是舞台前的人潮，更是一个区域高质量发展的持久动能。

摘自《光明日报》

将按时供暖变为按需供暖

宫炜炜

这两天，银川市、石嘴山市、吴忠市等地供暖企业加速冲刺，调试管网、排查隐患、试压运行。银川市部分小区已提前开栓升温，有居民反映家里暖气不冰手了；而固原市已于10月15日全面进入供暖期。

根据地方气温状况，主动打破供暖时间表，这样的提前，带来的不仅是体感温度的变化，更是民生温度的升温。说到底，供暖这件事，不能只盯着固定日期，更不能日期不到不升温，毕竟，相比于日期，百姓冷不冷才是是否提前供暖的重要依据。

民生无小事，枝叶总关情。供暖是实打实的民生保障工程，保的是民生，暖的是民心。天气到了，暖流就该到；群众冷了，工作就要跟上。关键是要根据天气条件，做好提前供暖的准备，建立看天供暖、冷前供暖的响应机制。一方面，对于已经提前供暖的地方，要把升温落到每一户的室温上；另一方面，对于还在准备的地方，要和气象部门联动，提前调试供热设备，做好管网检修维护，必要时提前开栓。把提前供暖预案做实做细，让预案走在前、将工作做在前，供暖跟着天气走，按时供暖变为按需供暖，才能避免天冷了才着急，把民生温暖切实送到群众心坎上。

摘自《宁夏日报》

拆掉技能成才的“成见之山”

孟海鹰

> 当人们不再以学历论英雄，不再问“上技校有没有用”，而是开始思考“怎样在这条路上走得更远”，技能人才的舞台将更加广阔。

最近，有两件事让职教生感到振奋。

教育部启动实施第二期“双高建设计划”，遴选出220所职业院校，打造技能型高校“国家队”。

第四十八届世界技能大赛，中国代表团获得41枚金牌，连续5届位居金牌榜、团体总分第一。

职业教育持续发力，技能人才表现优异，印证一个事实：一技之长可安身、可兴企、可报国，可通向星辰大海。

世界技能大赛上，来自烟台城乡建设学校的薛浩鑫，在抹灰与隔墙系统项目中做到了最高水平；来自安徽新东方烹饪高级技工学校的王天祥，获得糖艺/西点制作项目金牌。砌墙可以砌成世界冠军，喷漆可以喷出国际金牌，刮大白也能刮出能工巧匠……新时代的技能成才故事，何以在各行各业演绎？

匠心成就不凡，技艺触达梦想，得益于系统性的托举。

我国已在轨道交通装备、城市更新、工业母机等7个领域组建国家行业产教融合共同体，共同推进高技能人才培养。现代职业教育打开通道，成熟的产业体系提供实践场景，构筑起技能青年成长的丰厚沃土；不断健全的激励机制和上升路径，让职称评定、深造通道、人才认定不再被一纸文凭卡住……教育筑根基，产业造沃土，制度作支撑，人才奋楫争先，绘就了技能青年竞相出彩的时代图景。

政策引领下，全社会正在重塑对“人才”和“成才”的定义，也在校准一代人的择业坐标。

来自贵州正安、受益于职业教育对口支援的焦娇，在本届技能大赛摘得车身修理金牌。“技能让我走出大山”，焦娇的感慨证明，技能帮助其走出地理的大山，也走出成见的大山。当人们不再以学历论英雄，不再问“上技校有没有用”，而是开始思考“怎样在这条路上走得更远”，技能人才的舞台将更加广阔。

作为轨道车辆技术项目参赛的唯一女选手，何晓嫚徒手抬起近50斤重的车门挡板，打破了所谓“女子干不了硬核工科”的臆断，更斩获大赛最高荣誉阿尔伯特·维达大奖。凭手艺立身，靠奋斗出彩，激励越来越多有识青年走上技能成才这条道路。

中国职业教育，为何被世界技能组织主席称为“典范”？不只是因为近年来中国屡屡在世界技能大赛金牌榜上拔得头筹，更在于教育科技人才一体发展。

高铁纵横、“嫦娥”探月、大飞机翱翔、新能源汽车出海，背后既有实验室里的持续突破，也有车间里的毫厘精进。我国技能劳动者数以亿计，他们不是候补或配角，而是支撑服务业从规模转向质量、制造业从“造得出来”转向“造到极致”的生力军。从教育筑基到产业赋能，从机制保障到观念革新，技能成才的生态已经成形。

当更多青年愿意把冷板凳坐热、把硬骨头啃下、把毫厘之功练到极致，高质量发展就有更为坚实的基础。以一技之长，投身强国建设、民族复兴伟业的时代洪流，这正是新时代技能人才最动人的模样。

摘自《人民日报》

新华时评

市场“向下”扎根生发消费“向上”力量

潘晔

国家统计局最新数据显示，前三季度，包含镇区和乡村地区的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的比重为39.1%，同比提高0.3个百分点。其中，乡村消费品零售额当月增速自去年下半年以来持续快于城镇。这表明，县域消费正不断迸发新活力，日益成为消费增量的重要来源。

市场持续“向下”扎根，消费将不断释放“向上”潜力。从“五一”、中秋、国庆假期的集中“奔县”，到“双十一”预热争夺下沉市场，县域消费跑出“加速度”的背后，是县、乡、村商业网点持续健全，物流配送网络不断完善，各类连锁商超加快在县域布局，新增5A级景区多数位于县域地区。更要看到，下沉并非简单的渠道铺展，更不是把冗余库存转移到县乡。把产品做好、服务做细、环境做优，让供给更好适配需求，县域消费才会有更扎实的支撑。

解锁县域消费“长效密码”，必须破难点、通堵点。今年印发的《扩大消费“十五五”规划》明确实施县域商业提质增效行动；《商务部等9部门关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》提出深化“千集万店”改造提升，鼓励企业积极引入优质商品进入县域市场；10月，商务部等9部门部署推动智能消费设施和服务向县域延伸。一系列政策聚焦流通、用地、业态创新等环节，着力破除制度性障碍，推动更新配套设施、优化消费环境、提升居民消费意愿，有利于将政策红利转化为县域消费提质增效的新动力。

推动县域消费欣欣向荣，要注重通过创新场景业态打造新的消费增长点。我国的县级行政区数以千计，文化生态气象万千，资源和产品各不相同。“村咖”、乡村露营多点开花，“宝藏小城”各美其美，其背后是产业、生态、文化等元素的碰撞融合，是发挥比较优势、因地制宜打造消费新场景的实践探索。以业态之新促消费之兴，既为县域消费打开新空间，也拓宽本地居民就业增收之路。升腾的烟火气里，市场人气旺了，消费后劲足了，更能实现“产业发展—市场活跃—消费增长”的良性循环。

县域承载全国近五成常住人口、贡献约四成经济总量，是扩大内需的坚实底座。据有关预测，到2030年中国六成以上个人消费增量将来自三线及以下城市、县乡市场等下沉市场。我们期待，随着政策落实落地、产业蓬勃发展、场景迭代更新，县域这片广阔蓝海将生发出更蓬勃的气象，为有效扩大内需、拉动经济增长注入更持久的动能。 据新华社

热评

“400”不等于官方售后

止微

近日，有媒体通过搜索引擎和社交平台检索品牌家电售后维修电话时，搜出多个400开头的假冒号码。醒目的品牌logo配上“官方售后”字样，这些李鬼“400”电话很容易误导消费者。

这不是小骗局，整治也不能“打地鼠”。运营商要守住准入关，完善号码实名核验。平台要严格审核，验明“官方售后”的真实性。品牌也要做好相关信息公示，让消费者找准官方渠道。

摘自《广州日报》

骑手“红灯停表” 算法向善新步

付迎红

最近，外卖骑手“红灯停表”在多地密集落地。据界面新闻报道，10月20日，美团宣布，“红灯停表”近期将在当地交管部门指导下在杭州落地，骑手遇到红灯停下来，配送计时也跟着暂停。7月31日，苏州交警亦联合美团在全国首创推出“红灯停表”举措，首批覆盖千余个路口。

所谓“红灯停表”，即骑手在红灯前的等待时长将不再计入配送考核时间，这一改变看似微小，却直击外卖行业长期存在的痛点。长期以来，在平台考核、用户期待与生活压力等多重因素叠加之下，外卖骑手被“困在系统里”。有骑手算过一笔账，每日奔波数十单，在路上耗时八九个小时；每个路口等灯一两分钟，连续几个路口，配送时长便被大量挤占。很多时候，骑手为规避超时处罚不得不上演“马路狂飙”，甚至选择闯红灯、逆行，给公共安全埋下了隐患。

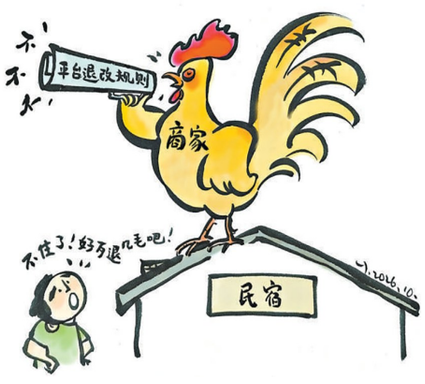
针对这种现象，过去的治理逻辑往往以警示教育、事后处罚为主，将压力和风险转嫁给骑手。“红灯停表”的意义不是简单将红灯等待时间从配送计时中剔除，而是提供了一种新方案：从源头问题疏导、从规则设计入手，优化算法考核和平台派单逻辑、直面骑手的现实困境并优化平台派单与考核规则，从根源上减少骑手交通违法的诱因。这不仅有助于约束平台的“效率冲动”、保障骑手权益，且彰显了城市治理的温度。

“红灯停表”迈出了外卖平台算法向善的重要一步。好的举措要更好落地，亦需“众人拾柴”、协力而为。于行政管理部门而言，有必要主动担当，推动数据互通、规则衔接和跨部门协同。目前来看，实现“红灯停表”主要依托两部分数据信息，一是骑手的位置轨迹信号，二是骑手所在区域实时的红绿灯灯态数据。唯有政府加快开放交通信号数据、平台完成技术接入，政企协同之下，技术才能更好地服务于人。对于平台企业而言，则要扛起与其体量相称的主体责任。老旧小区无电梯、写字楼候梯耗时、封闭园区远距离送餐、商家出餐延迟、恶劣天气通行困难等现实场景，都应当纳入考量。除此之外，收入结构、申诉渠道等更深层次的制度设计，也有待进一步完善。

期待这些“技术向善”的举措能在更多地区逐步推广，并因地制宜推出更多有针对性的细化方案，共同推动行业规则向更科学、更人性化的方向演进。

摘自《北京晚报》

锐评



一毛不退

日前，广东惠州一游客提前两天取消民宿订单，却被商家依据平台规则全额扣取房款。消费者如违约应该承担一定责任，但取消预订就全额扣款则涉嫌“霸王条款”。

摘自《北京晚报》李嘉 文/图

“盗脸”泛滥只因侵权成本太低

李霞

一个晚上就能生成几十条不同脚本、不同人设的广告视频，制作成本仅为传统广告的几十分之一甚至几百分之一。据本报报道，随着AI生成技术日益成熟，一条低成本、批量化的AI广告产业链正在形成，有服务商甚至以“不标注AI生成”“平台识别不出来”为卖点招揽生意。

近日，演员吴越被AI“盗脸”成为热门话题。名为“花姐美肤日记”的短视频账号，利用AI换脸和声音克隆技术，冒用吴越形象推销护肤品；该账号还发布过不少乒乓球世界冠军“邓亚萍”出镜的带货视频。此前，王劲松、靳东、温峥嵘等演员都遭遇过类似侵权。

名人的脸成了任人取用的带货工具，AI“盗脸”生意何以如此猖獗？只因AI造假门槛极低。造假者只需几张照片、几段声音，就能批量生成视频，借名人的知名度和公信力招揽生意；即便账号被封，换个马甲就可卷土重来。受害者则要逐个发现、举报、取证。侵权成本与维权成本严重失衡，自然有商家铤而走险。

更值得警惕的是，AI“盗脸”早已不只是某个商家偶发性侵权，而是形成了制作、发布、引流、销售、获利的灰色链条。民法典明确规定，任何组织或者个人不得利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。一旦商品出现质量问题，还可能涉及虚假广告、消费欺诈等违法行为。商品交易、资金流向、经营主体并非无迹可寻；让AI“盗脸”无空子可钻，不法商家才会断了换号重来的念头。

今天被“盗脸”的是名人，明天就可能是普通人。名人维权尚且需要公开发声，普通人又该怎么办？AI造假手段不断更新，平台治理若还停留在消极应对阶段，难免按下葫芦浮起瓢。不切断从技术制作到带货牟利的完整链条，封掉一个“花姐”，还会冒出更多“花姐”；即便吴越此次维权成功，明天还会有下一个“吴越”被侵权。

摘自《北京晚报》

以法治升级守牢“舌尖上的安全”

邓也

民以食为天，食以安为先。日前，国家市场监督管理总局就《中华人民共和国食品安全法（修订草案征求意见稿）》公开征求意见，中央政法委印发《关于依法从严查处危害食品安全违法犯罪的意见》对政法机关依法从严查处危害食品安全违法犯罪提出要求。两件事发出同一信号：面对食品安全新形势，必须以法治升级回应民生关切，守牢“舌尖上的安全”。

一段时间以来，“甲醛白菜”“敌敌畏消杀”“药水杨梅”等食品安全事件接连曝光，不断触碰公众心理底线，也再次敲响食品安全警钟。相关部门一系列行动，既是对民生关切的及时回应，更是以法治方式推动食品安全治理的制度升级。

良法是善治之前提。自2009年颁布实施、2015年全面修订以来，现行食品安全法历经数次微调，为规范食品市场秩序、守护群众饮食安全筑牢了制度屏障。但近年来，食品行业迭代速度加快，网络订餐、社区团购、直播带货等新业态蓬勃兴起，改变了传统食品产销模式。与此同时，食品安全违法手段愈发隐蔽、花样不断翻新，异地经营监管难、平台责任虚化、部分领域监管真空等问题逐步凸显，原有法律条款已难以适配新形势下的治理需求，制度更新迫在眉睫。

此次修订是一次立足全链条、全过程治理的系统性升级，精准直击当前食安治理的突出问题。针对网络食品经营监管盲区，修订草案增设专项条款，明确网络平台属地责任，要求入网餐饮服务提供者实时公开加工制作过程，倒逼“后厨透明化”，整治线上餐饮“看不见的乱象”。同时明确食品生产经营企业必须配备食品安全总监、食品安全员等，建立全流程生产记录制度，将主体责任细化到人、压实到岗，破解责任悬空、追责无门的难题。

科技赋能是本次修订的鲜明亮点。修订草案明确推进食品安全数字化、智慧化监管，要求食品生产经营关键风险环节安装监控设备，接入监管系统，依托AI技术实现违规行为自动预警、全程溯源。这将打破传统的人工抽查、事后追责的被动监管模式，构建更为有效的常态化监管体系，让食品违法难以遁形。

可以说，从严惩治，是此次修订的重要基调。但“从严”并非“从重”，而是在法治轨道上实现精准打击。既要对主观恶意、后果严重的违法行为严惩不贷，也要避免因“过罚不当”损害市场活力。食品安全法修订后，将建立差异化处罚机制，结合违法情节、危害程度、主观过错动态裁量，实现“过罚相当、精准惩戒”。同时规范职业索赔乱象，厘清合法维权与恶意牟利的边界，既守住食品安全严惩底线，也避免过度执法扰乱正常市场经营秩序，让法治尺度更加精准公允。

摘自《四川日报》

吴忠日报社出版 邮发代号：73—10 邮政编码：751100 广告许可证：宁工商广字6403024000011号 年价：468元 出版日期：每周一、二、三、四、五 发行单位：中国邮政集团有限公司吴忠分公司 印刷单位：宁夏银报智能印刷科技有限公司 地址：银川市金凤工业集中区宝湖中路450号 社址：吴忠博物馆综合楼