烟火气也是竞争力

常言道

近期公布的数据显示，湖南长沙2026年前三季度地区生产总值同比仅增长1.6%。网上很快冒出一类观点：网红城市长沙被流量绊住了，文娱做多了，科创就弱了，最终拖累增长。

一个地区经济增速快慢，是复杂因素综合作用的结果，应做深入调查研究、客观理性分析，将其简单归咎为“文娱产业畸重”“流量拖累”，经不起推敲。

一个城市既需要科技创新和现代化产业“壮筋骨”，也需要文化、娱乐等富有生活气息的产业来“活气血”。两者不是对立，而是互补。

同为网红城市的四川成都，烟火气很足，前三季度经济增速跑赢全国平均水平；江苏常州一手深耕新能源产业，一手做活“演唱会经济”，以流量与活力吸引青年人才集聚。这些案例提醒我们：产业赛道之间可以形成正向循环，不是非此即彼的取舍。

问诊发展，贵在实事求是、精准辨症，最忌以偏概全、误开药方。

更值得警惕的，是一种非此即彼的二元对立思维。从把“硬核科技”与“城市烟火”对立起来，到将人工智能赋能影视制作与推进底层技术突破对立起来，再到把打造消费场景与科技研发投入对立起来……这些话题设置忽略了一个事实：科创的生长，从来不是隔绝城市生活、脱离消费场景的封闭实验。这种忽略，恰恰是很多争议的源头。

重视硬科技创新，是高质量发展的必答题，这一点没有争议。但认可科创的分量，不等于将文化、娱乐等领域的发展一概视为“耽误正事”。文化、消费、民生领域的丰富场景，既是技术落地的土壤，也是创新迭代的需求来源，更是吸引人才的磁场。

同时，无论对一国还是一个地区来说，文旅、文娱等产业在满足群众精神需求、舒缓生活压力、吸纳就业、带动关联产业上，发挥着不可替代的作用。“文化很发达的地方，经济照样走在前面”，这是许多地区的实践给我们的深刻启示。

因此对地方来说，不应轻易否定自己的特色，而要认清自身优势与劣势，把科技创新作为赋能手段，扬长板、补短板，因地制宜推进高质量发展。比如长沙，不仅要加快布局适合自己的新兴产业，也要推动工程机械等传统优势产业向数智化迈进，更要把“流量”的优势用足用好，让城市的人气、文化的吸引力转化为集聚人才、激发创意的源头活水。城市烟火气，也是城市竞争力。

看待一座城市，不能只看一时的增速起落；看待一种产业，也不能用标签思维代替全面分析。高质量发展需要统筹兼顾，既要有面向未来的科创雄心，也要实事求是、尊重规律，在敢拼敢闯、久久为功中一步一个脚印前行。

摘自《人民日报》

守好“一老一小”社区应有作为

连海平

在日前召开的奋进“十五五”系列新闻发布会上，国家发展改革委社会发展司副司长黄玮茹表示，对很多家庭来说，一边要照顾老人，一边要照料孩子，压力实实在在。千方百计解决他们“养老愁、托育难”等急难愁盼问题，是国家发展改革委当前和今后一段时期保障和改善民生工作的重中之重。

“一老一小”两个群体牵动亿万家庭，着重解决“养老愁、托育难”，牵住了民生关切的“牛鼻子”，找准了民生保障的落脚点。

养老愁与托育难，乍看风马牛不相及，细究之下却有着深层的共通逻辑，诸多痛点同根同源。

譬如，家庭照护压力：老龄化与少子化叠加，家庭小型化让“上有老下有小”的双职工家庭负担沉重；服务供给矛盾：高品质养老机构“一床难求”，公立、普惠托育机构“一位难求”，而民营养老院、托育机构却运营困难；专业人才短缺：养老护理员、育婴师等从业人员待遇偏低、流失率高，成为提升服务质量的瓶颈；服务缺乏协同：相关机构分属不同部门，独立运行，社区资源难以统筹，跨部门协调机制不健全；资源分配失衡：不论是养老还是托育机构，不论是数量还是质量，农村仍然是一块短板。为“一老一小”排忧解难，工作千头万绪，当从何处重点发力？社区无疑是上佳之选。

无论空间距离还是心理距离，社区养老、托育都是一个容易被接受的平衡点。

年轻人这一头——家中“一老一小”始终是自己最大的牵挂。年轻人最愁什么？上班的时候孩子没人接，家里的老人没人管。若把“一老一小”放在离家较远的机构，不仅家庭花费多，时间上也可能顾不过来；如果社区能帮助解决这个问题，两项成本都能降下来，省事省钱还省心。

老年人这一头：出于传统习惯，居家养老当然是第一选择，实现不了的话，社区也是一个不错的选择，毕竟离家也只有“一碗汤的距离”。孩子这一头：社区离家近，对环境比较熟悉，而且有从小就认识的玩伴。

若能统筹资源，重塑社区空间，布局“养老驿站+托育点”“社区食堂+儿童厨房”“口袋公园+适老适小设施”，打造融养老托育、就近照护、文化休闲、居民社交等于一体的社区服务综合体，将有效缓解家庭养老育儿压力，回应年轻人的迫切期盼。

近年来，已有多地开展探索，如北京西城新北社区大力改造养老驿站，建成“老幼共托”阵地，为老人托养与幼儿照护提供一站式解决方案，大受附近居民欢迎。当然，社区毕竟是一个小单元，开展养老、托育服务必须回答三大问题：人、地、钱从何而来？这些不是小小社区独力能够解决的问题。

“一老一小”的事都是民生大事，做好这篇大文章，要把更多注意力放在社区建设上，将其建成“没有围墙的敬老院”和“家门口的儿童成长乐园”，有效推动“一老一小”服务从“有”向“优”转变，让人民群众的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

摘自《广州日报》

热评

机票退改签的“霸王条款”该翻篇了

徐晓

近日，京津冀三地消协组织召开机票退改签调查结果通报会，就优化退改签规则制定以及公示、规范收费标准和行为等整改方向，敦促相关企业全面自查，并于12月10日前反馈整改情况。

机票退改签问题一直是消费投诉重点。某平台数据显示，今年上半年关于机场航空公司的投诉近2.7万件，其中“退改费用高”一项就超过1.3万件。主要问题包括：规则公示不明显，往往历经层层跳转才能找到几行小字；收费不规范，各航司标准不同，执行也存在模糊地带；维权保障不充分，处于弱势地位的消费者，很难轻松主张权益。

退改规则如同迷宫，“霸王条款”让人无奈，消费者合法权益大打折扣。而类似于“6000多元机票1小时后退订几乎被全额扣费”“1.5万元机票退票仅退400多元”等事件，更频频挑动着公众的敏感神经。

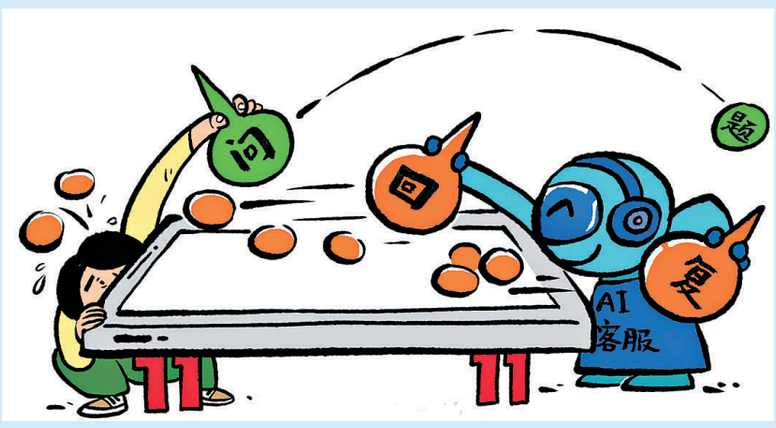
机票退改签为什么这么难？过去很长一段时间，民航运力整体有限，乘坐飞机出行被视作“高消费”，“卖方市场”的格局赋予了航司极强定价权；加之彼时机票售卖较为不便，航司为尽可能锁定收益、减少“二次售卖”的成本，倾向于设置极高的退改签门槛。但眼下，随着供给侧和需求端快速扩张，平价航空的时代到来，在线上票务平台的助力之下，机票二次售卖的成本也大为降低。当此之时，畸高的退改签收费显然站不住脚。

吐槽声中，民航业也有所行动。比如，中国航协已牵头制定机票退改专项团体标准，计划今年内发布，将要求所有售票平台在支付前主动公示退改费率、限制条件和免费退改场景。也有某家航司率先表明，所有舱位提前14天可免费退改签；一些航司扩大了客票免费退改范围、放宽了因病退改限制等。但总体而言，相关规则的优化还不够快，降费让利还有很大空间。

就以舆论呼声较高的“2小时错购免费退票”政策为例，多家航司的条件颇为苛刻，有的要求购买新机票后才能申请，有的则缺乏自助渠道，只能通过人工客服办理。着眼于此，此次由三地消协主导整改，把问题摆到桌面上谈，并要求在规定时间内反馈整改情况，正是对社会诉求的一次集中回应。

长期默认的消费规则未必合理，对航空业本身也可能是一种伤害。当出行选择日渐多元，只有让退改签更加便宜、便捷，减少订机票的后顾之忧，并通过完善细致的服务来留客、获客，才是直面时代的应有之举。

摘自《北京日报》



“藐”回

AI（人工智能）客服回复消息越来越快，却常常解决不了问题。

摘自《北京日报》



“补”贴

“维生素文身贴”在电商平台颇为畅销。商家宣称，将文身贴贴在手腕、手臂等部位，既有装饰作用又可补充维生素，是“可穿戴养生单品”。商家以养生新概念迷惑消费者，无法给消费者补充维生素，倒是补充了自己的钱袋子。

摘自《北京晚报》

锐评

岂能让恶意差评衍生为一种“职业”

张连洲

目前“职业差评”越来越常见，网络上甚至出现了专门从事“举报”“差评”的生意，只要客户付费，就能大量推广伪装成真实体验的“差评”，严重影响商家生意。原本是分享消费体验的评价，在利益驱使下，却变成了商家、博主和消费者之间的流量困局。

正当差评和职业差评有着本质区别。普通消费者给出差评，源于真实消费经历，目的是反馈产品瑕疵和服务问题，推动商家改进。这是线上消费信用体系的一块基石。而职业差评带着明确的牟利目的，虚构消费场景、刻意制造矛盾，甚至投放异物、伪造问题，再以差评、投诉为筹码，要挟商家转账；还有团伙明码标价，承接打击竞品的订单，用批量差评拉低店铺评分、毁掉流量。

这种“黑色职业”，对线上市场生态的破坏力不容小觑。中小商家本就抗风险能力弱，新店起步阶段，几条集中的恶意差评，就可能直接拉低店铺权重，造成客源流失、经营停摆。不少商家为了保住店铺口碑，被迫花钱消灾，变相助长黑产气焰。更深远的伤害，在于消解了评价的公信力。当好评、差评都可以人为买卖，消费者则难辨真假，参考评价做选择的机制随之失效，最终动摇线上消费的信用根基。

需要厘清的是，“靠差评赚钱”是游走在法律红线上的违法行为。组织他人编造差评诋毁竞品，属于不正当竞争，要受到行政处罚；以删除差评作为要挟索取钱财，数额较大或者多次实施，就构成敲诈勒索罪，需要承担刑事责任。法律的标尺十分清晰：维权有边界，牟利不能建立在捏造事实、胁迫他人之上。

网络评价生态，需要多方协同守护。平台要当好第一道关口，加强异常行为筛查并完善规则，对集中下单、短时间批量差评、评价内容模板化的账号，及时预警、拦截，优化商家申诉核验通道，对查实的虚假差评快速清除，对违规账号封禁处置。监管部门要常态化开展专项整治，深挖跨平台、跨区域的差评团伙，斩断接单、下单、勒索的完整链条。

摘自《四川日报》

把现场当作干事创业的主场

沈琪



现场之“场”，说到底是责任之场、实干之场。这就要求干部直面突出矛盾、不避尖锐问题，在真刀真枪的历练中检验和提升解决实际问题的能力、应对复杂局面的能力、处置突发事件的能力，以更精准的举措、更务实的作风，不断缩短说了和做了、做了和做好了之间的距离。

坐在办公桌前看材料，看到的常常是“二手情况”；走进群众和企业身边，摸到的才是“一手症结”。近段时间，吴忠、中宁两地的实践便颇具代表性——

吴忠市利通区依托“三下三帮”行动，推动机关干部下沉乡村一线。卫生健康部门138支家庭医生团队背着药箱上门送诊，民政部门将养老服务、社会救助经办延伸到村组，人社部门把岗位推介会搬进乡镇集市……一桩桩群众急难愁盼的事在现场面对面中找到了答案。

过去，在中宁县，企业遇到审批堵点、资金周转难题，负责人常常要往返各个部门奔走协调；如今，一批青年干部常驻企业一线，在车间现场记录诉求、代办手续、辅导政策申报。服务从“等上门”变为“送上门”，企业发展少了后顾之忧，多了奔头和干劲。

两处实践场景虽各有不同，却传递着清晰一致的干事导向：干部的“主场”从来不在会议室、办公室，而在群众急难愁盼、企业发展所需的第一现场。多往一线跑、多在现场干，把办公桌搬到田间地头、生产车间，把精力放在化解矛盾、解决难题上，把功夫下到政策落地、服务见效处，政策才能走出纸面、落地生根，服务才能跳出流程、直抵人心。

话说回来，把现场当主场，并非把办公桌挪个地方就算数。主场，意味着是来解决问题的，不是来“视察”问题的；是来担责任的，不是来“打卡”留痕的。利通区背着药箱的家庭医生，面对的是具体的病人、具体的病情，开不出药、解不了痛，群众下次就不会开门；中宁县蹲在车间的年轻干部，企业融资缺口、用工难题就摆在眼前，一句“帮你反映”远远不够，唯有牵线搭桥、跑通环节，把办结时限实实在在压下来，企业才会真正认可。现场之“场”，说到底是责任之场、实干之场。这就要求干部直面突出矛盾、不避尖锐问题，在真刀真枪的历练中检验和提升解决实际问题的能力、应对复杂局面的能力、处置突发事件的能力，以更精准的举措、更务实的作风，不断缩短说了和做了、做了和做好了之间的距离。

对照这样的干事姿态，少数干部的“偏离主场”现象值得警惕：有的干部把部署当落实，把开会当推进，把研究了当解决了，材料看得多、现场去得少，请示等得多、拍板下得慢；有的即便下了基层，也是提前安排路线、彩排点位，只看样板、只听好话，调研沦为观光打卡，接触不到“真群众”，听不见真声音。长此以往，问题在层层“过会”中被拖延，民意在反复“研究”中被消磨，最终损害的是干部形象，贻误的是发展时机。

说到底，离现场近一步，离实情就近一步；离群众近一步，离答案就近一步。正如习近平总书记强调的，要眼睛向下、脚步向下，经常扑下身子、沉到一线，近的远的都要去，好的差的都要看，干部群众表扬和批评都要听，真正把情况摸实摸透。这既是工作方法的要求，更是作风建设的标尺。落实这一要求，党员干部就要摒弃坐而论道的惰性、破除纸上研判的局限，坚持把办公桌搬到田间地头、车间厂房，带着问题下沉、奔着实效而去，在直面矛盾、破解难题中锤炼过硬作风，在一线淬炼为民服务的真本领，真正把现场当作察实情、出实招、办实事的主场。

把现场当主场，最终要落实到推动工作、解决难题上。前进路上，要破解的难题还有很多，要跨越的关口还有不少，更需谨记：会场里议不出实绩，材料中找不到答案，群众的认可、发展的成效，从来都是一步一个脚印干出来的。期盼更多干部多一些把现场当作主场的担当，主动走出办公室、走进万千家，在一线摸清实情、找准堵点、破解难题，以求真务实的作风办好民生实事、赋能发展大局。

摘自《宁夏日报》

“问薪无愧”问的是获得感

王彬

“问薪无愧”“凭薪而论”“力不从薪”“将薪比薪”……近两年，一批把成语中的“心”换成“薪”字的网络新词在年轻人中走红。其言下之意：拿多少钱，干多少活，别用低工资要求高付出。

网上也不乏“问薪无愧”的情境演绎：顾客进店问推荐什么菜，店员答，月薪1500元，只负责下单倒水；货架倒了，主管让外包员工开叉车，对方答，自己只负责打包快递。这些演绎虽有夸张成分，不完全等于现实，但“问薪无愧”戳中的情绪是真实的，不少人感同身受。

“问薪无愧”为何引发共鸣？不是年轻人天生想少干，而是不少岗位的职责边界被有意模糊了。招聘时说是“综合岗”，入职后却什么都得干；考核时讲“奉献”，发钱时讲“成本”；一线缺人，就用外包层层转包应对，出了事则让最末端的人兜底。员工并非不知道服务质量重要，可当薪酬只配得上“分内之事”，责任却要“无限加码”时，“问薪无愧”就成了他们表达的方式。

对此，网上也有批评的声音，认为这是“躺平”、摆烂、对工作不负责任，看似硬气过瘾，实则无助于解决问题。如果没有透视“问薪无愧”背后的原因，只把板子打在一线员工身上，那就搞错了拷问对象。透视深层原因发现，这背后指向的是员工付出与收获不成正比、休息权和劳动保障不到位等问题。

真正该被追问的是用工生态。企业若一边要求员工把企业当成自己的家，一边又拿“情怀”抵加班，拿“锻炼”抵社保，那这家企业注定长久不了。另外，消费者也不该被企业的低成本竞争模式绑架，更不该把不满撒到一线员工身上。

近年来，国家层面反复强调“投资于人”“服务于民”。去年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于完善中国特色现代企业制度的意见》，提出推动企业健全工资合理增长机制；全国两会上，也有代表建言整治劳务派遣乱象，认为同工不同酬的劳务派遣制度该废止了。政策方向其实很清晰，关键在于执行。工资合理设定不能只停在文件里，要衔接集体协商、行业工资指导线、薪酬透明度、派遣用工比例监管等具体机制；对滥用外包规避用工责任、把低薪当竞争力、侵犯员工正当权益的企业，也应有硬约束。

在社会层面，也应形成“善待员工的企业才有价值、才有未来”的共识和氛围。胖东来式企业不该是个例，而应是普遍现象。现在不少学习胖东来的企业都有了更好的发展，这就是一个积极信号。

只有发薪者“问心无愧”，年轻人做事才能真正“问薪无愧”；企业先对得起员工的付出，员工才能在工作中有更高的配得感、积极性。 摘自《钱江晚报》

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