

热点时评 >>

老穆

广建便民生活圈，升腾城市“烟火气”

据新华社报道，商务部2月16日举行新闻发布会，提出开展三年行动计划，部署推进便民生活圈建设工作，明确提到“让修鞋、配钥匙等‘小修小补’规范有序回归百姓生活”。

这一消息受到各界关注和热议，网友纷纷点赞“烟火气又要回来了”。

拉链坏了在哪换，衣服破了找谁补，钥匙能到哪里配……市民居家过日子，难免遇到此类小问题。随着城市建设和经济快速发展，居民身边的时尚商店、宾馆饭店、精品小铺越来越多，“小修小补”商业形态却越来越少，这不能不说是大缺憾。

修鞋、配钥匙、换拉链虽然事小，却是城市生活链条不可或缺的一环，与居民生活的温馨度息息相关，而且能体现城市为民服务的人性化理念。

推进便民生活圈建设，委实是一个需要迫切实施和扎实推进的民生项目，也是提升城市居民获得感、幸福感的有益之举。

便民生活圈，全称为“城市一刻钟便民生活圈”，是以社区居民为服务对象，服务半径为步行15分钟左右的范围内，以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标，以多业态集聚形成的社区商圈。

从便利店、菜市场到早餐店、蛋糕铺，

从家政服务点、维修点到养老机构、幼儿托管点……便民生活圈“圈”起来的都是些小生意，但小生意背后有“大文章”。

党的二十大报告提出，“采取更多惠民生、暖民心举措，着力解决好人民群众急难愁盼问题，健全基本公共服务体系，提高公共服务水平”。城市便民生活圈建设，是贯彻以人民为中心的发展思想、不断满足人民对美好生活向往的重要体现，也是实现人民城市人民建、人民城市为人民的重要举措。

去年年底，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035

年）》，“打造一刻钟便民生活圈”便是其中一项内容。作为实施扩大内需战略的神经末梢，便民生活圈需要随着城市商业快速发展而活起来、火起来。

便民生活圈一端连着百姓，一端连着众多小微企业和个体工商户，不仅能满足百姓衣食住行的基本需求，而且作为城市商业的“毛细血管”，还能成为居民消费的重要载体，助力恢复和扩大消费，畅通城市经济微循环。

期待我们周遭多一些这样的“圈”，让居民生活更有“烟火气”，让城市充满活力与生机。

有话直说 >>

任翔宇

文旅“出圈”之思考

二月二“龙抬头”，“大同年 大不同”新春系列活动又在华严广场推出“祥瑞龙腾”活动，通过欢快的舞龙表演和暖心的“非遗剃头匠”公益活动，带领人们品味传统民俗，感受别样的大同年。新荣区第六届长城文化节也在得胜堡拉开帷幕，现场锣鼓铿锵、气氛火热。（《大同晚报》2月22日）

大同腊月启动、正月火爆、二月收尾的一系列文化活动，打出了漂亮的“组合拳”。致敬华严寺合掌露齿菩萨的舞蹈《千年微笑》，实景演出《昭君出塞》《云路纳福》《金榜题名》《钟馗贺岁》，不仅大获成功，连演员本人也意外“出圈”走红网络，助推了文旅发展。

春节文旅“出圈”不仅有大同。四川甘孜州道孚县的文广旅局长降泽多吉，化身宇航员、唐明皇、格萨尔王等角色出镜，将当地最具代表性的景点生动呈现，视频在短短几小时内热度飙升，直接“出圈”，成为继“甘孜文旅局长刘洪”之后又一“网红文旅局长”。

几个月前，湖北随州市文旅局局长解伟为宣传当地美景，以古装造型亮相意外“丑出圈”；四川阿坝州14位文旅局长合拍短视频共邀网友到阿坝来旅游“出圈”；湖北宜昌市13位文旅局长拿出“十八般武艺”，唱rap、飞无人机，带领大家游宜昌、赏美景“出圈”；“出圈第一人”策马雪原短视频主人公新疆伊犁州文旅局副局长贺娇龙，更是不到3年时间吸粉超450万，助农直播带货销售额破亿元人民币，直接带动数千人就业，间接带动万余户农牧民增收致富。

“出圈”，不仅成了文旅局长们的流行途径，也成了提振文旅市场的新思路。

无论“出圈”的是大同舞蹈演员还是各地文旅局长，都是文旅IP的精准化。一个个优质IP让文旅品牌加速走向大众，获得市场认可，这是可喜的转变和突破，不过，如果仅仅看到流量和声势，“出圈”也许只会“昙花一现”。

“人民网评”说，“网红局长”的创意之举，的确带来了流量、形成了声势，借此导览、推介的自然风景和人文底蕴，鲜活、生动的表现展示了特色文旅资源，迈出了成功的一步。下一步的关键是，既要重宣介、抢占流量高地，又要重质量、做好服务保障。只有游客深入其中、身临其境，感受到真实如一的文旅体验，才是文旅宣传与文旅发展的共赢。

这话到位。“出圈”的与其说是网络上占据流量的人，还不如说是这个过程中旅游目的地以美景、美食、美游、美宿、美物等为表现的美好生活，在“出圈”者们有趣、生动的表演中让游客收获到了价值。

换言之，我们呼唤层出不穷、大有潜力的文旅“出圈”项目和“出圈”人，而不是邯郸学步复制案例，指望“出圈”带火文旅市场。对市场而言，有“出圈”就意味着有新热点，对行业而言，“出圈”只是形式而不应成为内核。文旅的内核仍旧是“诗和远方”，文化内涵和特色旅游目的地的内功不能丢。



当心“副业培训”陷阱

眼下正是春季招聘重要阶段，大量求职者上网求职。一些机构和平台通过在知名网络平台投放引流广告，鼓吹求职者应“边搞副业边找工作”，诱导参加所谓“免费试听，易学习、上手快、好赚钱”“零基础学月入过万”的技能培训。

新华社记者调查发现，此类“副业培训”名目繁多，有不少名不副实，真实目的是以“广告引流—学员进群—忽悠变现—高价售课”牟利。

一是培训机构大多以“1元学费”“0元

学费”“能赚大钱”引流，此后频繁发信息、打电话诱导高价买课，课费数千元至万余元不等。二是“承诺”购课学成后，能推荐或“派单”提供兼职赚钱机会，但绝大多数根本无法兑现。三是课程内容质量低劣，多数没有实用价值，既浪费钱又浪费时间。

面对这类陷阱，学员一旦中招，往往退款遭拒，合法权益无法得到保障。

参加此类培训的，不少是急于求职或求职不大顺利者。提醒大家多加警惕，以防上当受骗。

一针见血 >>

辛音

别为城市“面子”丢了文明“里子”

近日，“江苏沛县城管撕春联”“三亚城管收走孩子写作业桌子”两则新闻引发舆论关注。随后，两地城管部门分别道歉并对相关责任人予以处理，并称执法人员工作中存在简单化的问题和简单执法行为。

简单执法、工作简单化，两地通报中的相似表述，足以表明城管执法不能“简单”。但两起城管的不当执法以及显示的管理思维，并非“简单”两字可以概括。

春联是春节的符号，是传统民俗，寄托了商户对新年的美好期盼，怎么就成了城管执法人员的眼中钉？因天气、时间等因素，有的春联破损在所难免。如果城管认为影响市容市貌，也应该和房主沟通协商进行修复或更换，而不是简单粗暴地一撕了事。收走孩子作业桌的做法更是匪夷所思。在自家店铺前摆

一个小桌子做作业，对市容市貌能有什么影响？即便不符合“门前三包”规定，又怎么可以不顾及9岁孩子的感受，粗暴地将桌子搬走？

根据通报，之所以撕春联，是针对春节后镇区环境卫生存在占道经营、乱贴乱画、飞线充电等反弹问题开展综合整治；收走孩子写作业的桌子，是执法人员对背街小巷开展城市管理日常巡查时所。沛县通报还特别指出，当初值班人员“撕春联是为了迎接文明城市创建的检查”的回应是推诿应付，为作风漂浮导致。

即便两起城管不当执法都与当地创建文明城市无关，依旧值得深思。贴的春联有点残破，哪里有不文明、不美观的性质，又如何跟乱贴乱画挂上钩？孩子坐在商铺门前做作业，既不是脏乱差，又不影响交通，何以成为执法对象？乱作为与创

建文明城市的宗旨背道而驰，恰是给文明添堵。文明城市创建不需要这般“强迫症”和“洁癖”，更不需要简单粗暴的形式主义和官僚主义。

近年来，无论是创建文明城市还是日常综合整治，为了城市的“面子”，不少地方都发生过城管简单粗暴执法的事例。两起事件相关人员受到批评教育或党纪政务处分，也为更多城管执法人员敲响警钟。城管执法既要合法合规，又要合情合理；既要改善市容市貌，又要尊重人之常情；既要整治城市的“面子”，更要考虑居民安居乐业的“里子”。

管理的出发点是为了让城市更文明，要达到这个目的，方式方法首先要文明。执法简单化的背后，正是认识的简单化。意识不到这一点，难免再次出现类似的问题。

据新华网