

城市空间就该这样“上新”

椰锐评

10月23日至25日,小红书明日公园主题活动在海口天空之山精彩上演。为期3天的活动,依托天空之山滨海公共空间,把滨海公共驿站变成了短期艺术公园,不仅点亮了市民的周末、游客的旅途,还带动了周边商圈的文旅消费,形成了长尾效应。这启示我们:城市公共空间可以是多变的,要以内容“上新”促面貌“常新”。

打造城市公共空间,是为了长期服务于群众,但这并不意味着建成即定型,也不意味着无论形式还是内容都必须长久固定。倘若从里到外一成不变,容易让群众失去新鲜感,也会让城市公共空间的关注度和吸引力下

滑。不妨进行轻量化、灵活化的改造,适时“上新”一些短期却不失特色的内容,方能最大限度释放空间的价值。

科技创作、海边市集、创意体验、音乐演出……小红书明日公园里,多项精彩活动轮番上演,不少市民游客伴着晴好的天气、徐徐的海风和浪漫的晚霞,沉浸式感受了海口滨海休闲的独特魅力。此外,活动还深入推进文旅商融合,联动海口湾周边商圈、特色街区等推出全城专属促销福利,构建一体化游玩链条。值得注意的是,小红书明日公园不是新选址、重投入的长期公园,而是利用现有天空之山滨海公共空间植入潮流文化内容,以3天“快闪”形式集聚了大量人气,也带火了周边的华彩·海口湾广场、东坡老码头、海大南门夜

市等特色消费点位。3天的热度传播出去、持续下去,天空之山及其周边再次“火出圈”,文化效益和经济效益兼得,正是城市公共空间以内容“上新”促面貌“常新”、借短期活动激活长期发展的生动实践。

所谓内容“上新”,其实就是为了吸引群众,在人们心里形成一个认知:这片空间值得来、来了有东西可看可玩。海口不少城市公共空间都有类似做法,比如龙湖海南海口天街在馆外打造的古树广场,平时主要满足群众的休憩需求,其他时段则结合节庆等特殊节点举办快闪集市、展览等活动;海口万象城在户外打造的短期主题街区,吸引许多群众打卡的同时,自然而然地为商场导流。新鲜活动反复触达,群众的“偶尔

来”就可能变成“常常来”,“打卡一次”就可能变成“假期去哪”的默认选项。这将长久激活城市公共空间,使其在一次次蓄力、发力中常变常新,从而不断提升空间品质和城市魅力。

当然,内容“上新”不等于简单搭台子办活动,必须做好策划、衔接,以精细化举措提升群众体验,让填充的内容避免滥竽充数,真正成为撬动长期发展的抓手,如此一来,短期“流量”才能沉淀为长期“留量”。

当前,海口正聚力打造时尚消费活力之城,城市公共空间以内容“上新”促面貌“常新”,会带来更丰富多变的场景、新体验,成为添彩市民游客生活、扩大城市文旅供给的美好载体。

近日,四川雅安12345热线“允许合理存在不满意工单”引发关注。雅安市政务服务管理局在介绍“12345热线为减负赋能推动基层工单‘减量提质’”工作时,提出推动群众诉求实质性闭环解决,树立“不片面追求高满意和解决率”的考核导向,允许合理存在不满意工单,严禁弄虚作假、强迫群众“被满意”。(10月25日《人民日报》)

12345热线允许合理的不满意工单存在。雅安这则消息,在一片“追求百分百满意”的考核氛围里,显得格外清新。长期以来,一些地方对12345的考核,陷入了“唯满意率论”的误区。满意率低了,就层层施压;基层扛不住了,就动起歪脑筋——打电话让群众“配合一下”,发短信提醒“请给个好评”,甚至直接替群众点下“满意”按钮。考核数据是好看了,可群众心里的那口气,还堵在那里。雅安此举,等于给这种“数字美容”踩了刹车:不满意就是不满意,不必强行涂脂抹粉。

“诚者,天之道也。”考核的意义,在于反映真实、发现问题,而不是制造幻觉。允许不满意工单存在,本质上是承认一个常识:群众的诉求是多元的,基层的权限是有限的,不是所有问题都能被完美解决。有些事,受政策法规所限,确实办不了;有些事,需要多部门协同,短期内难有结果;还有些事,群众的不满源于信息不对称或期待落差。把这些“不满意”如实呈现出来,比强行“清零”更有价值。因为它留住了问题,也就留住了改进的线索。

但话又说回来。允许不满意,绝不等于允许不作为。12345的初衷,是让群众的急难愁盼有地方说、有人管、有回音。如果一个工单被标上“不满意”,原因却是承办部门敷衍塞责、推诿扯皮、拖而不办,那这“不满意”就不该被“允许”。雅安在提出“允许合理存在不满意工单”的同时,也强调了“推动群众诉求实质性闭环解决”。这个限定词“合理”,至关重要。合理的不满意,是受客观条件所限的真实结果;不合理的不满意,是主观不作为造成的群众失望。两者必须区分,前者要理解,后者要纠治。

“治国常有,而利民为本。”12345的生命力,不在满意率的高与低,而在它能不能真正解决问题。一个工单从接单到派单,从办理到回访,每一个环节都考验着治理的诚意与能力。允许不满意,是为了让考核回归真实;而追求实质解决,才是让治理回归本分。如果只满足于“允许不满意”,却不去追问不满意的原因、不去推动问题的解决,那这份“诚实”就会滑向另一种形式主义——以“允许不满意”为名,行“可以不解决”之实。

更深一层看,这件事触及的是考核指挥棒如何设置的根本问题。考核不是为了给基层添压力,而是为了给治理指方向。好的考核,应当既能反映真实,又能激励作为;既不让老实人吃亏,也不让投机者得利。雅安的探索,提供了一种思路:从“唯满意率”转向“重解决率、重实质性闭环解决”,把考核的重心从“数字好不好看”移到“问题有没有解决”。这个方向,值得肯定。

诚实的考核,是负责任的治理的第一步。允许不满意,是勇气;解决真问题,是本事。两者缺一不可。12345能不能成为群众信得过的“连心线”,不看它敢不敢承认不满意,而看它能不能让越来越多的人,从“不满意”变成“真满意”。

允许『不满意』推动『真满意』



消费提示

记者从太原市消费者协会获悉,近年来居民家电消费持续增长,但不少消费者反映自己在家电安装和售后服务环节中遭遇消费陷阱,为此太原市消费者协会发布消费提示,提醒消费者在购买、维修家电时注意“避坑”。

消费提示指出,目前家电市场“免费安装”主要有三大套路。一是免费安装缩水,即免基础人工费,但辅材、特殊工况收费不提前告知,有的还以影响质保为由强制推销一些高价配件。二是文字套路,即用页面小字模糊标注收费条款,信息不透明。三是收取空跑费、勘察费,即安装前没有告知,无法施工时才临时收费,侵犯了消费者的知情权。

新华社发 王鹏 作

世相漫议

新华时评

加强联通对接 把全球市场越做越大

当今世界,最稀缺的资源是市场。正在举办的第140届中国进出口商品交易会(广交会),吸引境外采购商人数创历史新高,推动好产品与好买家双向奔赴。“中国第一展”以70年历久弥坚、历久弥新的事实证明:唯有加强联通对接,才能把全球市场的蛋糕越做越大。

市场像一张四通八达的网络,连接越广泛,越能催生规模经济、高效匹配供需。当前,全球各类人为市场壁垒明显增多,越是这样的时刻,越需要更多广交会这类开放平台。3.2万家企业带来近488万件展品,超700场新品首发,超200个国家和地区采购商现场洽谈……这背后,是实打实的生意、面对面的信任、越织越密的网络,印证市场联通不是国与国博弈的工具,而是共同创造增量、共

享发展红利的有效举措。

做大贸易蛋糕,才有“向上平衡”的空间;封闭市场,只会陷入萎缩的“向下平衡”。今年在社交平台上走红的“China Haul”(中国购物开箱)一路火到广交会,境外采购商感慨“在其他国家看不到这么新、这么全的产品”。从早期农副产品、轻工纺织唱主角,到如今“专精特新”挑大梁,产品创新周期越来越短;从努力出口,到设立进口展,帮助各国企业持续拓展中国和全球市场……广交会的进化史,正是中国以开放促改革、促发展、促创新,推动国内市场与国际市场不断融合、共同成长的真实写照。

纵观这70年,广交会之所以能穿越国际风云变幻,葆有生机活力,在于始终顺应经济全球化发展这个

大势,始终契合国际社会携手发展的期盼。全球化的本质就是各国在发挥各自比较优势中降本增效、彼此成就、增进福祉。通过广交会,各国企业从贸易伙伴向创新伙伴、投资伙伴、产供应链伙伴升级,沟通联系更紧、利益融合更深。从广交会到即将开幕的进博会,中国以加大“走出去”和“引进来”并进的务实举措,与世界共享中国机遇,拓展更多增量市场。

风雨七十载,广交会长红的背后蕴含一个朴素的道理:全球市场不应是一个零和博弈的棋盘,而是一片值得共同耕耘的沃土。只有摒弃藩篱、开放合作,在深化联通对接中做大共同市场,各方才能共享贸易增长果实,携手推动建设开放型世界经济。

□谢希瑶 黄韬铭

“玻璃工位”能赢得食客的信任吗？

10月23日,广州天河区一家粤菜馆里,灶火正旺。弧形玻璃间在餐桌旁一字排开,每位厨师独立一格。顾客落座抬头,猛火快炒、油锅炸物尽收眼底。此前,有食客将这一排“玻璃工位”拍下上传,引发网友关注。一面玻璃,隔开的是灶台与餐桌,接通的却是食客与后厨之间久违的信任。

当下消费者对餐厅的困惑,大抵集中在三处:后厨是否干净卫生,用料是否符合标准,端上来的究竟是现炒还是预制菜。这三重焦虑,让一顿饭吃得并不轻松。而“玻璃工位”的可贵之处,正在于它用最直白的方式回应了这些疑问:煲汤区域不加玻璃遮挡,煲仔饭在砂锅里由生到熟的过程就在眼前,切肉的案板也摆在顾客看得见的地方。无需扫码调取监控,不必隔着屏幕猜测,抬头便是“现场直播”。

明厨亮灶推行近十年,路径已然分岔:明档亮厨是把墙换成玻璃,直播后厨是把摄像头架进厨房,而“玻璃工位”是把灶台直接搬到餐桌旁——由“远观”变“近观”,由“可看”变“在场”。这是“明档的升级版”——它把“看得见”从后厨角落落到食客身边,也把“透明”从一项制度变成可感知的日常。

从报道来看,这一升级版确实

赢得了消费者的信任。有食客直言:“看着厨师炒菜,吃饭都安心不少,而且觉得菜更香、更有镬气。”这里的“安心”是就食品安全而言;“镬气”则是粤菜的灵魂。一面玻璃,同时承接了食客对“看得见的安心”与“吃得着的镬气”的期待。玻璃隔间成了店里备受关注的“主角”,不少顾客专程前来打卡,也说明透明本身就有号召力。

信任的建立不止于“看见”,更在于下“知情”。报道中提到,顾客下单后无法指定由哪个工位的厨师做菜。其实,消费者真正需要的未必是“指定厨师”,而是“知道哪位厨师在做哪道菜”。不妨借助点单手机,把菜品和掌勺厨师的信息及时告知消费者:这道菜由几号工位的师傅掌勺,那道菜正在哪个灶眼上烹制。技术上并不复杂,却能让“看得见”从被动观看变为主动知情。知道谁在做、怎么做,信任便又多了一

分扎实的凭据。

在行业信任尚未普遍建立的当下,这样的展示值得叫好。但更希望有一天,所有经营者都对得起信任,不需要这样的展示。“玻璃工位”固然值得称赞,但它终究是一种“外化”的信任补救。真正理想的餐饮生态,是消费者不必通过玻璃去验证后厨是否干净,不必盯着厨师的操作才相信不是预制菜。当每一家餐厅的后厨都经得起推敲,当食材来源与制作工艺成为行业底线而非营销卖点,到那时,“玻璃工位”便不再是新闻,而是寻常。

“玻璃工位”,像一个个独立展格,把炉火、镬气和掌勺的节奏一并端到了餐桌旁。这是一次诚意的亮相,也是一份信任的邀约。但愿这面玻璃照见的,不只是厨师的手艺,更是整个餐饮行业对得起信任的底气。

□关育兵

中国建设银行
China Construction Bank

建行社保卡
一卡无忧 乐享生活

人社服务 | 就医购药 | 交通出行 | 政务服务 | 旅游文化
免税购物 | 惠民惠农 | 教育领域 | 酒店住宿 | 住房公积金

扫码办理
海南建行
社保卡

下载海南一卡通APP 登录建行微信小程序 扫码关注海南建行公众号

中国建设银行
China Construction Bank

客户服务热线: 95533
网址: www.ccb.cn