

星级酒店“出摊”，转型不必设限

□政青

夏日炎炎,南通大饭店等多家星级酒店“放下身段”,在自家门前摆摊卖起了家常美食。盐水鸭、爆鱼等十余道经典菜品成为市民消暑首选,人均消费七八十元即可打包美味回家。这一转变吸引了社会各界的目光,也引发了不少市民“排长龙”热烈追捧,为夏日城市增添了一道烟火气息十足的风景线。

星级酒店摆摊卖卤菜,多多少少有点颠覆了公众对“高端服务”的刻板认知。在传统印象中,星级酒店应该坐拥富丽堂皇的大厅和包间,提供精致高端的食材,与街头档档的市井气息“八竿子也打不着”。但南通这些星级酒店的“出摊”决策,恰恰打破了这种思维定式:盐水鸭、爆鱼、糖醋排骨……瞄准的是市民日常的“烟火”需求,接近成本价的定价兼顾品质与性

价比,厨师团队的专业水准保障了口味稳定。星级的服务标准遇上地摊经济的亲民形态,产生的不是“格格不入”的违和感,而是精准匹配市场需求的化学反应。

事实上,尝试“跨界”拓展发展道路的酒店还有不少,比如浙江绍兴某酒店将臭豆腐摆上路边摊,天津某酒店推出58元移动汉堡等。星级酒店“放下身段”贴客、引客、留客,希望通过多种方式让更多人了解星级酒店的服务品牌 and 食品质量。星级酒店掀起的这场烟火之“卷”,看似“降维自救”,实则是“高端酒店”与“平民消费”之间的同频共振和双向奔赴。过去泾渭分明的“高端餐饮”与“地摊经济”,在这场“突围”中实现了优势互补。酒店的品牌信誉提升了地摊产品的信任度,地摊的烟火气又为酒店注入了年轻活力。同时,地摊经济“小快灵”的优势还让酒店

得以盘活闲置人力与食材资源,快速回笼资金。

星级酒店摆摊的火爆,也折射出传统服务业在经济新常态下的转型与破局探索。商业的边界并非固定的围墙,而是可以突破的跳板。敢于跨界融合,才能在变局中寻得生机。有人也许会担忧,酒店摆摊是否会稀释品牌价值,显得有点“跌架子”? 实则不然。星级酒店也好,高端餐饮也罢,首要考虑的,是在市场中存活。不管在什么样的市场环境里,看到需求、满足需求、增加收入、创造业绩,这是最基本的市场经营逻辑。真正损害品牌的不是销售方式,而是脱离市场的“高冷”与“傲慢”。当下,追求经济实惠的“性价比”与追求情绪价值的“心价比”,共同成为影响消费选择的两大因素。星级酒店愿意放下身段,用接地气的方式与消费者对话,收获的不仅

是营业额,更是公众对其“贴近民生”的好感度。当然,“放下身段”不等于“降格以求”。消费热起来,离不开“有序”。酒店“出摊”,摊点设得出彩,也要守住底线。市容市貌如何兼顾? 交通秩序能否维持? 食品安全怎样保障? 这都需要管理部门提前布局、合理引导,推动形成既“放得开”又“管得住”的外摆生态。而一个干净整洁的“地摊”环境,本身就是消费信心的催化剂。

人间烟火气,最抚凡人心。星级酒店“摆摊”大受追捧,更加说明,无论时代如何变迁,人们对“物有所值”的追求永不过时。只有明白消费者想要的是什么,并且用心去提供符合大众期待的产品和服务,才能真正掌握财富密码,推进企业不断发展壮大。这种主动寻找出路、提振信心的经营策略,不仅能为酒店自身成长“造血”,更将为经济社会高质量发展“赋能”。

探寻社区食堂可持续发展“密码”

□范利利

近期,海安两家社区食堂陆续开业,为老年群体和社区居民提供了家门口就餐的便利与实惠。据悉,南通市范围内社区食堂正在不断拓展,主城区崇川已建成30多家社区食堂。从老年人不再为“做一顿饭”而发愁,到邻里之间餐饮和社交需求同步满足,当“家门口食堂”的民生愿景落地为多层次的助餐服务体系,社区食堂的基层探索实践,不仅解决“民以食为天”的头等大事,更是基层治理现代化提升的生动缩影,其背后可持续发展的密码,值得深入探寻。

精准服务对接“民之所需”。社区食堂的生命力源于精准对接“民之所需”的服务逻辑。南通老龄化问题较为突出,老年人的吃饭问题更为严峻。从每天蹲点观察、服务、记录,到

精准掌握每天堂吃和外带人数,社区食堂赢得民心,运营背后离不开社区组织对居民需求的精准把握。一份份热乎可口的饭菜,消解了老年人的饮食焦虑,更是一份晚年生活的尊严保障。社区食堂照应的不仅是老年人的“吃饭难”问题,为上班族定制的“快捷套餐”、为亲子家庭准备的儿童餐椅与卡通餐盘、为残障人士提供的无障碍就餐通道……不同人群的加入,暖心的细节,让社区食堂成为“全龄友好”的生活驿站。服务精准度越高,居民的依赖感越强,社区食堂也就越长稳致远运营,在老百姓口碑中扎根生长。

资源整合破解“运营困局”。社区食堂的兴起、建设、运营,关门倒闭的不在少数,其运营成本与经济效益两者关系需要细致衡量。如何兼顾“公益”与“效

益”的平衡,是破解社区食堂运营困局的关键。经营主体以社区组织为主,往往周边配套设备并不完善,居住人口密集且老年人比例较高,首要特征凸显公益属性,主要服务对象是保障老年群体,做好客流量的摸底和预估,场地选择以社区集体组织闲置场所,通过政府补贴、企业赞助、社会志愿等方式,成本控制最低化。热闹繁华的社区地段,餐饮企业较多,建立企业为主的社区餐饮圈模式,比如海门日新新村社区将商业空间的资源优势转化为民生福祉,企业提供价格实惠的菜品,面向老年人折扣的优惠活动,政府进行税收减免、消费补贴等,在配套设施、公共服务等方面做好跟进提升。县(市、区)的基层实践正是给出了兼顾公益和经济效益的思路:政府、企业、社会多方联动,搭建起资源共享的平台,创

设“政府+市场”“党建引领+商圈赋能”等运营模式,形成“政府托底、市场助力、社会参与”的合力。

功能释放共筑“美好家园”。社区食堂给予的不仅是烟火气中的温暖关照,当社区服务、居民互动、技术支撑等活力元素在这方空间碰撞融合时,社区食堂便展现出其作为基层社会治理新载体的深层价值。海安多家社区食堂充分释放物理空间功能,有化身为议事事的“邻里会客厅”,有被群众称为反诈的“暖心堡垒”,有餐前餐后健康监测的食堂智慧数据平台……志愿服务、居民自治等社区内生力量被激活,矛盾调节、民意收集、阅读休闲等社区事项在这里进行……当物理空间转化为凝聚人心的精神场域,社区食堂已然成为党群服务矩阵中重要的站点,本质上是基层治理智慧的具象化表达。

唤醒“沉睡”资源 让“寸土生寸金”

□张裕新

今年以来,海安市依照“底数清单”“责任清单”“处置清单”三张清单,已处置批而未供土地657亩,盘活闲置低效用地585亩,有力保障一批省市重大项目用地需求。

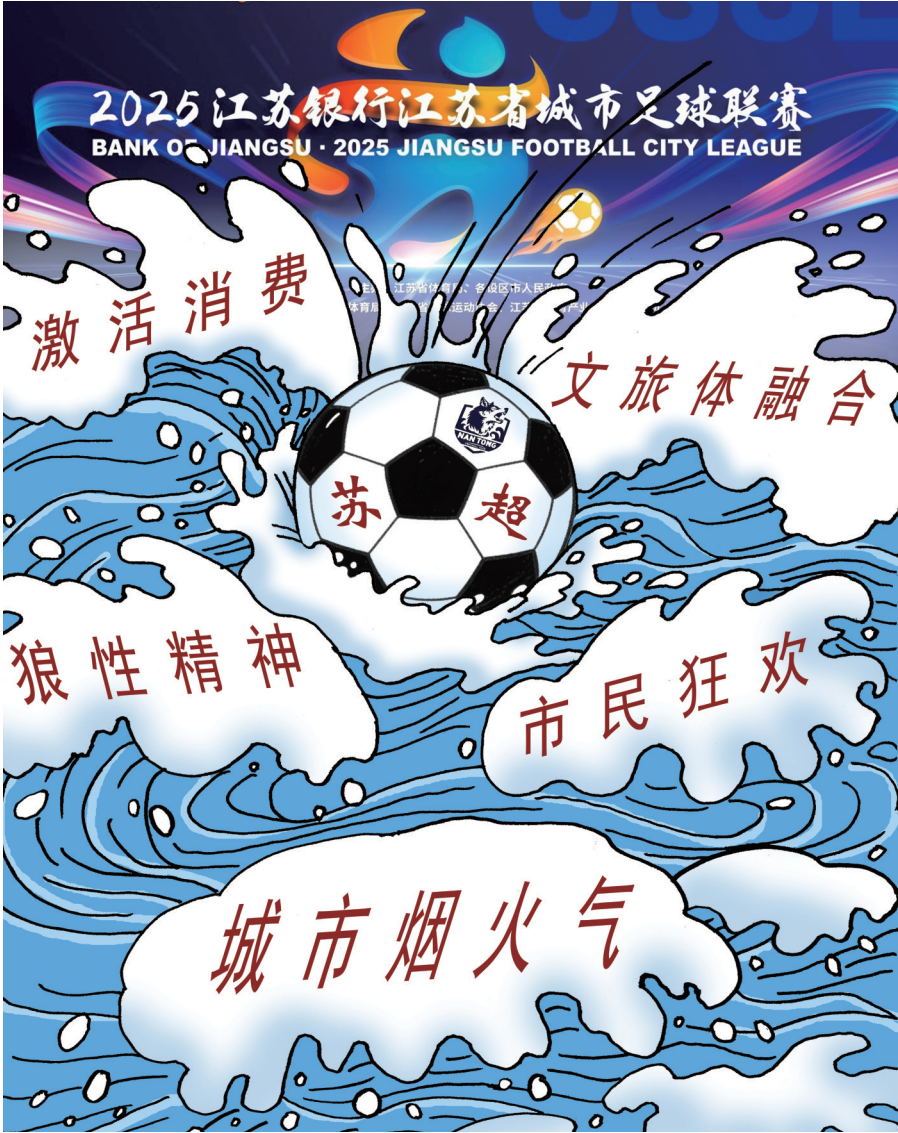
工业用地是保证实体经济可持续发展的关键,无论是传统产业转型升级,还是新兴产业布局建设,都离不开工业用地的有效供给。近年来,一些地方在工业用地开发过程中,存在土地粗放利用现象,成为制约工业用地高质量发展“拦路虎”。海安市高效、科学配置资源要素,积极处置闲置和用而不足土地,通过一张张清单,扎实推进存量挖潜,“产业焕新 空间再造”行动,盘活“沉睡”土地。2020至2024年,该市4次获评“江苏省自然资源节约集约利用模范县(市、区)”,为全市提供了宝贵经验。

海安全市上下依据“责任清单”解题,打出了一套完善的政策“组合拳”,全面提高资源配置效率,其“寸土生寸金”的转型实践很有意义。大量闲置、用而不足、批而未供地块等资源被重新激活,能有效缓解区域资源要素的紧约束,提升了存量资源的配置效率。通过建筑改造和功能重塑,充分挖掘资源要素的内在价值,有效改善周边区域生产、生活、生态环境,提升人居空间的品质。同时又给当地集聚特色产业、做优做强产业链提供了契机,为产业转型升级创造了条件。

让更多的“沉睡”土地“唤醒”为好资源,要坚持需求驱动。围绕转型可行性,对区域产业布局、基础设施等状况深入调查研究;对辖区内土地的开发进度、利用强度、产出效益等进行实时监测,形成动态数据库;对低效用地企业实施精准管理,充分听取市民、企业、专家的意见建议,通过协商收回、二次开发、转型升级等方式,盘活闲置土地资源。把市场需求、产业需求、城乡发展需求与政府意向有机结合起来,科学确定转型方向。按照“一宗一策”的思路,编制个性化的规划方案,使项目贴合现实状况、符合实际需求。

坚持政策联动。“沉睡”土地转型涉及规划调整、地类变更、环保约束、资金支持等多个环节,哪个环节出现问题,都会阻碍项目进程。不妨创新建立跨部门协同管理机制,加强自然资源、发改、环保、规划等部门之间的沟通与协作,形成工作合力,共同推进土地高效利用。在项目审批环节,创新推行并联审批、容缺受理等制度,缩短项目落地时间,提高土地利用时效性。政府部门应注重发挥引导作用,对过程中可能出现的问题进行预判,协调相关部门作出政策调整,使其前后贯通、相互衔接,确保项目实施顺畅。

坚持产业拉动。把融入区域特色优势产业作为“沉睡”土地转型的核心要素。一方面,聚焦产业链,大力引进新兴产业和高新技产业,这些产业具有高附加值、低能耗、低用地的特点,能够以较少的土地资源创造更大的经济价值,实现土地利用效益的最大化。要鼓励企业创新土地利用模式,通过厂房加层、立体开发等方式提高土地容积率,让有限的土地承载更多的产业项目与经济价值。另一方面,还要适应瞬息万变的市场形势,及时回应企业发展需求,为其提供量身定制的方案,以优质的营商环境确保项目快见成效。



一“石”激起千层浪

“苏超”激战正酣。响亮提出“全域主场”的南通越来越受海内外游客和球迷的关注,“流量—留量—增量”正在有效转化,“苏超”之火产生的多重效应逐步显现。朱晋画

文明观赛是不可逾越的底线

□王书芬

“苏超”面面观

上周末,“苏超”第六轮上演焦点战,“夺命书生剑”南通击败徐州“汉家回马枪”,重回“苏超”积分榜第一。宁苏双雄,联袂贡献出“苏超”开赛以来的首个零进球之战。“太湖明珠”相会“淮左名都”,无锡队2:0战胜扬州队。而常州北土淮安,与“浪里马”激战整场,虽以0:0收场,却终于收获来了来之不易的第一个积分。多场鏖战对决,本应是展现江苏足球竞技水平与球迷热情的精彩比赛。然而赛后网络上却出现一些不和谐的声音,有对裁判判罚的恶意指责,有对球员的侮辱性言论,甚至上升至地域攻

击。这些不和谐虽然只是一小部分,却在一定程度上影响了足球比赛的纯粹性,与“苏超”的创办初心背道而驰,不免令人遗憾。

近年来,随着社交媒体的普及,体育赛事后的网络暴力已成顽疾。网络空间的匿名性会降低人们的道德约束,使极端言论更容易扩散。2024年10月,戴某为发泄个人情绪,在网上侮辱谩骂奥运健儿,并与其他网民持续进行互撕诋毁,煽动“饭圈”群体对立情绪,造成不良社会影响,扰乱公共秩序。体育本应是文明的竞技场,而今却被异化为某些人情绪的宣泄口,这无疑是对体育精神的亵渎。当球迷将胜负看得高于一切,当讨论变成攻讦,交流沦为骂战,我们失去的不仅是比赛的纯粹,更是体育作为社会文明载体的

崇高意义。

“苏超”作为江苏省内最高水平的足球赛事,承载着推动城市发展、凝聚城市精神的重要使命。要让“苏超”真正成为江苏足球的骄傲,而非骂战的温床,需要赛事组织者、媒体、球迷协会成员及普通观众共同努力。“苏超”组委会可借鉴“球迷行为准则”与“黑名单制度”,对在网络上散布恶言言论、煽动对立的球迷实施观赛限制。各球迷组织可通过赛前宣传、现场引导等方式倡导理性观赛。其次,媒体应承担社会责任。部分媒体为追求点击率和流量,不惜过度渲染对立、煽动地域情绪,这不仅扭曲了赛事本意,更可能在现实中制造不必要的矛盾。因此媒体们更应坚持客观报道,避免煽动性标题,多做促进理解的沟通者而非对立的推手。最后,球迷

也应自我约束。足球是充满激情的运动,但激情不等于失控。江苏省精神文明建设办公室发布的《“苏超”足球联赛文明观赛倡议书》明确规定“不辱骂、嘲讽运动员、裁判员及工作人员”,真正的球迷应当为精彩的比赛喝彩,理性对待比赛结果,不因胜负做出过激行为,拒绝任何形式的暴力言行。

江苏历史悠久,文化底蕴深厚,吴韵汉风交融共生。“苏超”作为新时代江苏体育文化的重要组成部分,理应传承这种包容、进取的精神。当我们为自己城市的球队呐喊时,不应忘记,我们同属于江苏大家庭;当我们为胜利欢呼时,也应记住,尊重对手才是对体育精神最好的诠释。让我们共同守护这片绿茵场,共同打造一场精彩纷呈且充满热情和文明的足球盛宴!

观点声音

B层、L层、LG层……走进大型商场,各式各样的楼层标识常常让人一头雾水。上海市读者瞿先生和朋友约了在商场一家餐厅吃饭,以为LG2是LG1上面一层,找了一圈又一圈。询问才知道,LG其实是低于地面楼层的英文缩写,LG2指的是位于LG1下面的地下二层。像瞿先生一样,一些读者反映商场、超市、写字楼等公共场所楼层标识复杂,缺乏统一性。L层是最常见的代表楼层的缩写,指地面以上的层数,但在一些酒店,L层会被当作大厅的英文缩写,这样的活L1层就不是地上一层,而是酒店大堂所在层。再如,M层一般是夹层的英文缩写,多用于停车场,但一些地方M又成了地铁线路的英文缩写,指向停车场通往地铁的道路。除了楼层和停车场,地铁标识也不清晰也受到读者关注。四川成都市读者黄女士前段时间前往陕西西安市旅游,返程时因为西安北站地铁标识耽误不少时间,险些没赶上高铁。“西安北站是地铁2号线、4号线、14号线的换乘站,线路的上行、下行两个方向并不在同一候车厅,需要旅客仔细辨别。地铁的换乘引导让人‘蒙圈’。”中国人民大学公共管理学院教授刘鹏表示,个别规划设计者片面突出与众不同的创意,甚至盲目追求时尚洋气,忽视标识引导的实际功能,导致标识样子好看却不清晰,属于本末倒置,“不但不能发挥标识应有作用,反而布下了‘迷魂阵’,让不熟悉周围环境的使用者陷入困惑。”刘鹏建议公共场所标识设计要多从使用者的角度去考虑问题,突出实用性、服务性,“标识越清晰越好,文字越简单越好,在保证市民看懂的前提下,适当增加文化或创意色彩,绝不可舍本逐末。”

——人民日报《公共场所标识,不能让人“蒙圈”》

“网红医生”又被点名了! 日前在京举行的新闻发布会上,国家卫健委新闻发言人胡强强表示,将与相关部门一起,加大互联网健康科普乱象的整治力度。随着短视频兴起,医疗科普成为热门赛道。某互联网平台发布的报告显示,2024年,平台新增1.3万名医疗专业科普创作者和370万条科普视频。以专业知识释疑解惑,延长服务半径,本是一件好事。然而,部分“网红医生”挂羊头卖狗肉,嘴上说是“科普”,实则全是生意,导致不少“伪科普”浑水摸鱼、混淆视听。《古今医统》有云:“望闻问切四字,诚为医之纲领。”给医疗科普“把脉开方”、去伪存真,“望闻问切”这四个字,也有别样的启示。所谓“望”,就是观其形色。如今,不少“网红医生”一披上白大褂就开始侃侃而谈,连平台上的资质认证都可能是“借壳上岗”,着实不好甄别。不过,只要作假,露出狐狸尾巴是迟早的。所谓“闻”,就是听其声息。同样的道理,普通用户的知识储备固然有限,“伪科普”的内容总归出现一些典型特征。现代医学是一个专业性很强且精细的行业,同样都是医生,涉及不同科别、不熟悉的领域,也总是难免“隔行如隔山”。反观一些“网红医生”,却在疯狂跨科,“谁红蹭谁”,如急诊科、口腔科的天天讲男科,就是不讲自己的专业。说到“问”,不只是用户自己的事。面对鱼龙混杂的“网红医生”,得多问问自己:仅靠一条视频就被“确诊”,动不动就“对症下药”,是不是有点武断? 当然,平台也需要叩问自身的操守和管理:流量和责任怎么平衡? 如何应对AI智能技术的深度介入? 如何联合专业力量,完善审核标准? 至于“切”,就是要积极主动、当断则断。事实表明,大量的“网红医生”背后往往有专业团队运营,对触碰法律红线的MCN机构,必须严厉打击,切断其利益链条;平台理应将好入口关,用好流量杠杆,从源头上压缩低质内容生存空间。需要指出的是,真正的医生并非不能做“网红”,但必须坚守职业伦理,遏制流量冲动。一方面,拒绝与不良营销团队、广告公司等合作,充当他们规避审核的“工具人”;另一方面,坚决与违规导医、高价开药等行为“切割”。若能在主责主业之余,多贡献一些优质科普,那自然再好不过了。

——南方日报《从“望闻问切”看治理“网红医生”乱象》

一段时间以来,私域直播间“坑老”现象较为突出。一些商家利用老年人对健康的关注心理,先以“社区义诊”等线下活动为诱饵,吸引老年人添加微信、加入微信群,随后在直播间通过“伪科学养生课”等方式,夸大产品功效诱导其购买价格虚高的产品。同时,私域直播间常通过封闭场景实施情感营销,违规使用“包治百病”“根治慢性病”等用语,通过“专家推荐”“祖传秘方”等虚假权威背书、利用“限时秒杀”等制造消费焦虑、以“无效退款”“无毒副作用”等虚假承诺欺骗消费者。私域直播间绝非法外之地。我国广告法规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者;药品广告不得含有表示功效、说明治愈率或有效率的内容,保健食品广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证,涉及疾病预防、治疗功能的内容。同时,反不正当竞争法将虚假宣传列为不正当竞争行为予以禁止,消费者权益保护法要求经营者不得作虚假或者引人误解的宣传。显然,上述乱象违反了法律规定,必须予以整治和打击。事实上,监管部门已针对保健品“坑老”等问题开展了相关整治工作。但此类骗局处于私域领域,很少被纳入监管部门日常监测范围,加之不法团伙往往采取“挖完即注销”“解散群组”“频繁更换平台”等手段,导致监管难、维权难。对此,有必要进一步加大监管力度,创新监管方式。针对私域直播间的隐蔽性特点,利用大数据、人工智能等技术手段,加强对私域渠道的监测和分析,并进一步畅通监督举报渠道,及时发现违法线索;对查实的违法商家,要依法从严处罚,对于构成犯罪的,要移送司法机关追究刑事责任。让违法者付出应有代价。在惩治的同时,做好事前防范也至关重要。前置性的风险警示,是保护老年人权益的重要一环,比事后惩戒更具现实意义。

——法治日报《合力防范私域直播间“坑老”》

6月28日起,铁路部门在北京西、上海虹桥、广州南等19座车站试点开展“轻装行”服务,为旅客提供“门到站”“站到门”同城行李搬运服务,铁路12306App、微信小程序同步推出“轻装行”功能,旅客可通过线上预约办理,此举将有效减轻旅客携带大件行李出行的负担,让乘火车出行更方便快捷。在快节奏的现代生活中,高铁成为众多旅客的选择。然而,携带大件行李出行却成为不少人的“心头之痛”,沉重的行李不仅增加了旅途负担,也可能在进站、乘车、出站等环节带来诸多不便。铁路部门敏锐地捕捉到这一出行痛点,适时推出“轻装行”试点服务,真正做到了想群众之所想,急群众之所急。从更深层来看,“轻装行”服务是铁路部门适应时代发展、提升服务品质的必然选择。“轻装行”服务的推出,正是铁路部门积极顺应这一趋势,不断探索创新服务模式的转变。同时,这也是铁路部门依托科技提升自身竞争力的重要举措。在交通出行领域,多种运输方式竞争激烈,铁路部门要想在市场中占据一席之地,就必须不断与时俱进与科技融合提升服务质量,满足旅客多样化的需求。推出“轻装行”服务,也正是基于这样的考量。服务提升永无止境。“轻装行”服务目前仅在19座车站试点开展,未来还有很大拓展空间。铁路部门不妨以此次试点为契机,不断总结经验,完善服务流程,提高服务质量,逐步扩大服务范围,让更多旅客享受到这便民服务。

——工人日报《高铁“轻装行”诠释出行服务无止境》

近日,江西省瑞昌市第一中学发生一起因学生高考志愿填报引发的争议事件。该校一名老师因3名学生未填报北大清华愤怒发言,而后解散群聊。随后,该校发布声明学校已与相关老师一起向涉事学生和家长致歉,3名学生已按照自己的意愿填报志愿。此前媒体报道显示,在群聊中,相关老师不仅提及老师们倾情陪伴,还有“学校以100万的付出”等信息。学校是否花费100万元在相关学生身上没有得到核实,但学生与校方之间是否达成微妙的不成文的“合作”协议,则值得考量。这其实是当前许多中学的一种共通状态。当前,高考成绩依然是公众对一所高中教学水平的评价标准,人们选择高中时会参考该校近几年高考成绩本科上线率和录取率。再进一步细分下去,有多少毕业生被北大、清华录取成为很多人心目中“好高中”的标准。正因如此,学生及家长扎堆涌向优质高中,而高中为了招收更多学生获得更优质生源,就对尖子生倾注资源,以期形成一种“正向循环”。许多地方的优秀高中都是公办学校,高中管理人员以此作为自己工作成绩的体现。许多高中还会重金奖励高分复读生,吸引他们来复读,以期能够考上更好的大学。对一些学校来说,让更多优秀学生来复读,就能收到更多复读生资源并收取更多复读费。当上名校成为高中教育的指挥棒,一所高中每年要有几个人考上北大清华成为培养指标,高分考生就背负上了学校、家长乃至地方的“厚望”。他们只有考上了北大清华才算完成任务,个人的兴趣爱好则成了似乎可以忽视的东西。可以想见,如果对“北清”等名校的情结不解,类似事件还会以各种各样的形式出现。教育主管部门多年来已经严令禁止宣传高考状元、高考升学率,正是为了纠偏这种高中教育中存在的不良导向。

——光明网《教育的目标应该是人尽其才》