

# 城市更新如何守住人情味和烟火气

在北京,老旧小区改造开工742个、完工548个,71处老旧厂房完成更新改造,约50座桥系桥下空间得到整治提升,让城市生活更富活力;在天津,城市更新的成果比比皆是,无论是从热电厂改造为现代商场的金茂汇,还是从棉纺厂转变为创意街区的“棉3”,这些重获新生的工业遗产,如同一本本“无字之书”,默默记录着历史变迁。

城市是人集中生活的地方,城市建设必须把让人民宜居安居放在首位。新年伊始,首场国务院常务会议研究推进城市更新工作,指出“城市更新关系城市面貌和居住品质的提升,是扩大内需的重要抓手”,强调“要支持各地因地制宜进行创新探索,建立健全可持续发展的城市更新机制”。住房城乡建设部相关负责人近日也表示,2025年要大力实施城市更新,谋划实施一批城市更新改造项目,全面完成2000年底前建成的城镇老旧小区改造任务,并鼓励地方探索居民自主更新改造老旧小区。

城市更新不是简单拆旧建新,除了建筑物更新、老旧小区改造、软环境改善、生命线工程功能升级之外,还要涵养产业创新生态,传承城

市历史文化,为城市高质量发展提供新的条件和能力基础。城市更新是一项复杂的系统工程,需要加强政策引导,强化土地、资金、人才、技术、场景等全方位的要素支撑,构建可持续的城市更新长效机制。

土地是城市发展的重要物质基础,用地的合理性和效率直接关系到城市更新的成效。当前,加快开发评估方法及工具,加强对存量低效用地的识别及潜力评估工作至关重要。要深入研究城市更新所涉及的土地用途界定等多项关键事宜,推动相关的立法保障和制度供给,调动市场主体参与城市更新的积极性。此外,还应做好各种类型用地的平衡,在改善城市风貌、提升城市品质的同时,规划并打造必要体量的低成本生活空间,让城市更新的成果惠及所有群体,守住城市的人情味和烟火气。

城市更新赋能新质生产力,不仅是对研发、生产、生活等物理空间的改造,更是对城市功能、产业生态、社会治理、文化品质的系统提升,是重塑城市竞争力的过程。大型城市更新项目具有改造体量大、投资强度高、实施周期长、资金回收慢

等特点。对此,须构建多元化的投融资机制。对有明确公共服务属性的城市更新项目,应着力构建财政投入增长保障机制。对市场属性较为明显的城市更新项目,可通过有效的政策设计和制度安排,完善市场化融资渠道,充分调动市场主体的参与积极性,激活市场能量。在拓展资金来源的同时,还需关注城市更新资金的节约和集中使用,将有限的资金用到刀刃上,着力解决人民群众的“急难愁盼”,推动提升城市能级。

城市更新离不开强大且可靠的技术支撑。为此,应推动检测监测、安全评估、保护性修复、生态设计、绿色建造等关键技术及工艺迭代升级,着力解决城市生命线工程管网老化、设施功能退化、服务设施布局不合理等问题,增强城市韧性;应加快无障碍改造,适老化数字技术、智能服务装备等技术产品的研发应用,更好迎接老龄化所带来的机遇和挑战;还应推动数字化、网络化、智能化的新型基础设施建设,满足城市培育新质生产力的需求;大力发展云计算、大数据、数字孪生等技术,建设智慧城市,为城市数字治理

及数字经济发展夯实物质技术基础。这些技术具有高度的集成性,须协同推进包括基础前沿研究、共性技术研发功能性平台建设等在内的一系列工作,积极探索重大技术攻关项目的形成和管理机制创新。

城市更新需要政府、市场主体及社会公众合作营造多种现实场景,推动形成要素汇聚、供需互动、服务端集成的有效界面。科学合理的场景设计可以让群众真切体验城市更新的温度与获得感。比如,“小哥驿站”为众多快递小哥提供休憩空间,“口袋公园”让居民就近发现生态之美。

城市更新一头连着人民群众的获得感、幸福感和安全感,一头串起城市的历史和未来。在全方位的要素支撑下,构建并完善可持续发展的城市更新长效机制,定能让城市更和谐宜居、更智慧便捷、更有韧性。

·陈强·

(来源:光明网)

## 权威之声

## 取暖神器莫成“温暖炸弹”

天气寒冷,“小太阳”、暖脚箱、暖手宝等各类“取暖神器”受到消费者青睐。然而,部分取暖用品不符合国家标准,质量堪忧,暗藏爆炸、火灾、烫伤、触电等各种安全隐患,威胁消费者的生命健康和财产安全。尽管每到冬季,各地市场监管部门都会对取暖用品进行抽查,但因取暖产品质量问题引发的安全事故仍时有发生。对此,监管部门必须重拳出击,确保从生产到销售的每个环节都得到有效监管,形成全流程监管体系,保障使用者的安全。对消费者的投诉要高度重视,顺藤摸瓜,斩断劣质产品产业链。目前,市场上取暖产品价格相差悬殊,不合格的取暖产品大多较便宜。相关部门可采取有效方式对消费者进行引导,提高辨别能力。平台和商场也要切实承担起相应的责任。取暖安全关系重大,期待多方努力,让百姓温暖又安全地过冬。

时锋/文 朱慧卿/图



## IP联名并非万能钥匙

白酒品牌牵手咖啡“新贵”、时尚大牌捆绑新茶饮、零售品牌拥抱动漫IP……这些年,各大品牌间的联名款让人目不暇接。有媒体记者查阅统计,仅今年1月份,就有至少70余个联名策划正在进行或即将推出。

品牌联名不仅越来越频繁、跨度越来越大,运作模式也越来越娴熟。社交平台宣发,出联名周边,开发定制文创,制造线下体验,一气呵成。品牌联名已成为品牌营销的重要趋势之一,“联名经济”也步步高。相关数据显示,2023年中国联名经济的市场规模已突破千亿元大关,预计2025年这一数字将接近3000亿元。

“万物皆可联名”,背后是激烈的品牌竞争和求新求变的消费需求。伴随着消费升级,各个赛道都很拥挤,不少细分市场进入存量竞争阶段,品牌竞争日趋白热化。消费者更加注重追求新潮和文化味,寻求情绪价值的满足,将消费作为一种社交实践,以此彰显自身个性和身份认同。

强强联合也好,抱团取暖也罢,品牌联名归根结底是要互相“借力”,力图突破品牌原有的消费圈层,获得更广泛的关注,触达更广泛的人群,展现更丰富的品牌调性,满足消费者差异化的需求,最终实现“1+1>2”的效果。而且相较于产品战、价格战,品牌联名算得上轻巧,硬

无须太多的投入和太长的等待周期,灵活机动,效果显现也及时迅速。

客观地说,联名确实为消费者提供了更为丰富的选择和独具特色的产品,顺应了消费升级之势。不过随着联名的日益频繁甚至常态化,消费者也出现了审美疲劳。不断提高的门槛和消费者日益挑剔的眼光,也在一定程度上收窄了品牌联名的试错空间。

眼下,仅凭名字交换、元素拼贴这种浮于表面的联合,已无法吸引预期的关注,刺激人们争相购买。不完全适配的联名也会受到消费者的严格审视,接受各方质疑和解读。比如,有的品牌完全为联名而联名,硬

蹭流量,反而损害了品牌价值;还有的盲目自信,对联名产品质量不加以把控,甚至过度涨价,伤害了消费者的情感和利益;还有一些公共品牌在IP授权中不够审慎,产生了不良社会影响,透支了消费者的信任。

IP联名虽好,但并非万能钥匙。奇妙的化学反应或许会带来一时轰动,但效果总有消退的时刻。唯有过硬的产品质量、持续的创新能力和稳定的供应链,才能赋予品牌屹立不倒的魔力,这也是差异化竞争中最为有效的“护城河”。不在流量狂欢中迷失方向,任何时候都不丢弃对消费者的尊重,如此方能赢得市场。

·王丹·

(来源:光明网)

## 给“星星的孩子”更优质教育

孤独症是一种神经发育障碍性疾病,患儿行为模式刻板,难以顺畅理解他人情绪,也缺乏社交技巧,因此被称为“星星的孩子”。2024年7月,中国残联、教育部等部门印发《孤独症儿童关爱促进行动方案(2024-2028年)》,提出将健全孤独症儿童普惠保障机制,推动落实将义务教育阶段孤独症学生特殊教育生均公用经费标准由每年每生6000元提高至7000元以上。

教育公平是社会公平的起点,特殊教育是不同种类特殊儿童最急需、最迫切、最现实的生存发展需求,特殊教育发展水平更是社会文明进步的重要标志。作为特殊教育中的重要群体,我国约有1000万孤独症患者,0至14岁孤独症儿童数量超过300万。如何畅通“星星的孩子”们的成长之路,是全社会共同的关切。

当前,融合教育是实现特殊教育高质量发展的重要路径,也是当前特殊教育发展的主流趋势。将有特殊需要的儿童纳入普通学校和班级接受融合教育,有利于让孤独症儿童与普通儿童在互动中学习规则、学会沟通交流,为日后融入社会创造一定的前提条件。《“十四五”特殊教育发展提升行动计划》明确指出,要推进融合教育,全面提高特殊教育质量。随着我国融合教育工作不断推进,越来越多的特殊儿童进入普通学校就读。如何改善孤独症儿童在情绪认知、社交沟通以及生活适应能力等方面的不足,不断提高随班就读的适宜性和有效性,是优化融合教育环境的重要方面。无论是通过配备资源教师、特教助理,为随班就读的孤独症儿童提供个案支持与个性化辅导;还是在学校内部重视孤独症儿

童的社交需求,鼓励其与普通儿童社交互动,营造包容友善的校园环境;抑或是推行家庭培训项目,加强对孤独症患者的早期筛查、诊断和干预,帮助父母掌握科学方法,缓解家庭负担,构建家庭教育良性循环……这些都是未来家校合作、协同发力的重要方向。

从事相关方面工作的教师,不仅要具备扎实的教育教学理论基础,还要掌握特殊的教育方法、心理学知识、行为干预技术等多方面的知识与技能。因此,实现对教师的精细化、专业化培养至关重要。当前,我国已推动20多个省份出台特殊教育教师编制标准,其中,山东省将孤独症儿童教育的师生比明确为1:1.5;在《普通高等教育本科专业目录》中,孤独症儿童教育成为目录中的新专业之一;今年启动实施的“星星计划”特殊教育公

益项目,首期拨付300万元,重点支持孤独症中心承担孤独症教育教师专项培训,并向中西部省份提供“送教到省”服务……这些都为孤独症儿童教育加强师资保障、夯实教育资源提供了实践范本。未来,应不断提高孤独症教师队伍的专业化水平,加强精准化教育评估,完善特殊教育办学质量评价指标体系,深化教学改革,提高教育质量,让孤独症儿童得到缺陷补偿和潜能开发,获得更好发展。

教育的本质是点亮生命,而每个孤独症孩子,都是一颗等待被点亮的星星。相信在精准支持、资源整合与社会共融的基础上,推动政府、学校、家庭和社会合力共建,定能点亮希望之光,为更多“星星的孩子”照亮成长之路。

·李健·

(来源:光明网)



## 政策优化,给年轻人提供发展新机遇

1月7日,国家发改委印发的《全国统一大市场建设指引(试行)》明确提出,全面取消在就业地参保户籍限制,完善社保关系转移接续政策。近日,四川省人社厅就《关于进一步深化就业领域改革促进高质量充分就业的实施意见(征求意见稿)》向社会公开征求意见。其中提及,按照统一部署,取消应届高校毕业生身份认定限制,调整机关公招年龄上限。

应届毕业生身份是在校大学生和年轻群体十分关注的身份标签,这个标签事关就业也事关个人发展机遇。应届生身份的推出,本意是一种保护,方便他们更快融入社会环境,但这层保护如今也可能需要根据实际情况进行调整。

在此轮四川征求意见之前,山东、广西、贵州、湖南等省份已经发布相关政策文件,取消或放宽应届高校毕业生身份认定限制。加之国家层面全国统一大市场建设指引在劳动力市场政策上的新调整,取消了社保参保户籍限制,这对当代年轻人而言,是一种新的机遇。

当下,零工经济发展迅猛,新就业形态具有灵活、自由、多元化的特点,使得不少年轻人更热衷于尝试新赛道。但不可避免的是,由于主客观情况限制,许多家长并不认可年轻群体的新选择。

取消应届高校毕业生身份限制,能大大缓解这一矛盾。多地已经明确,缴过社保也算应届生。这意味着年轻群体可以优先在

领域“试水”或自主创业,日后依然有机会参加公务员考,或准备国企校招等,让人生拥有更多可能。

同样,全面取消在就业地参保户籍限制,完善社保关系转移接续政策,各地区不得在户籍、地域、身份、档案、人事关系等方面设置影响人才流动的政策性障碍,促进人才资源合理流动、有效配置……《全国统一大市场建设指引(试行)》的相关规定和取消应届生身份限制一样,能够让年轻人更自由地选择工作城市。

社保对于个人的重要意义不言而喻。当下年轻群体中,数字游民数量呈现快速增长趋势。数字游民所习惯的工作和生活方式,打破了传统职场束缚,打破了时间和空间的约束,他们更愿意选择合适或宜居城市居住、旅游、工作。

数字游民群体的画像中,以一线城市工资支付二、三线城市消费是重要特点。吸引数字游民聚集,可以带动当地经济和文化发展,对许多二、三线城市而言,是个可尝试的发展新思路。

当束缚被剥离,年轻人就有了更多选择空间和打破陈规的勇气,这将让社会发展更有活力,进一步促进经济社会发展。

·陈城·

(来源:光明网)

## 热点时评

## 护好“行驶中”的个人信息安全

问车载人工智能机器人,过去一个月车辆到过何处,答案一清二楚;车辆发生事故,车企能比车主更早获取行车记录视频;车刚开了3000公里,就接到4S店电话,“您的车已经行驶了3000公里,该去进行首次保养了”……随着智能网联汽车日益驶入日常生活,不少人碰到过这样的场景。

在信息技术飞速发展的今天,智能网联汽车正逐步成为汽车行业特别是新能源汽车的重要发展方向。这类汽车在行驶过程中,会实时收集大量的用户数据,包括位置信息、行驶轨迹、消费习惯等。一些车主反映,个别汽车存在过度或者超出用户授权收集信息的行为。现实中,还有数据因车企技术漏洞或管理疏忽发生泄露,被企业、第三方机构用于商业分析、广告推送等,甚至被不法分子用于非法活动,乃至危害国家安全。

智能网联汽车收集的用户信息数据,为智能辅助驾驶、人车互联等提供了数据基础,成为优化产品性能、提升用户体验的重要资源。正因此,更要及时规范车企行为,避免其“野蛮生长”,让智能网联汽车的数据收集使用真正向上向善,成为行业发展的“助力”而非“阻力”。

对个人信息的越权收集或泄露,本质上是车企对自身数据权力的滥用。要真正解决这一问题,归根到底还是要给数据权力划清界限。其实,针对智能网联汽车使用中的数据、个人信息保护,国家已经出台了法律法规,但个人信息保护法、数据安全法等,对于这一新兴领域针对性不强,难以全面覆盖收集、存储、使用诸环节;《汽车数据安全管理办法(试行)》等又面临着位阶不高、规定滞后等问题。

·金毅·

(来源:人民网)