

“一刻钟便民生活圈”升级,打造宜居品质生活

本报评论员 韩轲超

便民生活圈全域推进先行区试点城市;建成1万个布局合理便民生活圈,打造500条“银发金街”、500个“童趣乐园”,推动一批基础型、提升型便民生活圈转变为品质型,居民满意度达到90%以上,商业网点连锁化率达到30%以上。

一刻钟便民生活圈建设始于2021年,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。经过几年的建设,这一工作在多地产生了民生改善、消费升级、就业增长等多重效益。截至今年7月底,210个试点地区建成6255个便民生活圈,涉及养老、家政、餐饮、零售等商业网点150.3万个,服务居民1.29亿人。

尽管如此,便民生活圈建设覆盖范围仍不够大,仅占全国城市社区的12.5%,服务项目和功能仍有较大优化空间,诸如老旧小区便民圈建设空间不足、设施老化,相关服务难以惠及零散小区等问题仍不同程度存在。此番9部门推动便民生活圈建设扩围升级,正是针对既往建设过程中的堵点痛点提出一系列针对性举措。

比如,地理空间的扩容,在“有条件的城市全部行动起来”的基础上,从地级市向有条件的县城社区延伸;业态种类的升级,在补齐和完善“一店一早”“一菜一修”等基本保障业态的基础上,引入共享自习室、代厨、整理收纳、宠物服务等新业态;政策的协同与集成,便民生活圈建设与老旧小区改造、完整社区建设等城市更新项目相协同,与“青春小店”“工会帮就业”行动、建设“残疾人之家”等政策形成合力,更高效地服务相关群体。

“一刻钟便民生活圈”被称为市民“家门口的幸福”。未来,便民生活圈进一步扩容升级为宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的全龄友好型品质生活圈,不仅意味着各类服务可及性、居民生活便利度、城市和地区好感度的提升,而且蕴藏着不少改革经验与智慧,见证着治理逻辑和发展理念的不断升级。

一刻钟便民生活圈的“进阶版”是社会治理不断精细化的生动体现。从“柴米油盐、小修小补”等兜底性、基础性服务的供给,到集生活服务、文化休闲、健康养老、托育教育、应急保障于一体的复合型空间;从垃圾分类、无障碍环境建设,到推动改善物业服务、老旧小区改造,城市治理的过程并非一蹴而就,不断调整,持续发力,久久为功,才能让好政策兼具温度与精度,真正把好事办好。

一刻钟便民生活圈的“进阶版”契合了践行人民城市理念、推动城市高质量发展的理念。在试点过程中,“因地制宜”“一园一策”原则体现了城市治理的因地制宜、与时俱进。优化城市功能布局、提升城市资源利用效率,让城市服务于人的需要和城市的可持续发展,已成为近年来相关民生项目推出和实施的重要准则。而多地不断完善基层建言渠道与反馈机制,诸如“社区如何建、居民说了算;小区改造后,群众来验收”等在越来越多地方落地生根。这说明只有问需于民、问计于民、问政于民,才能更好解决人民群众急难愁盼问题,让民生福祉惠及更广泛群体。

清晨,走出家门几分钟,便可在窗明几净的标准化早点铺吃上可口早餐;随后,在旁边的智慧菜柜里取走APP上预定的新鲜蔬果;傍晚,与家人漫步于社区口袋公园,或刷卡进入全天候开放的社区健身房……期待这样的美好图景尽快在更多地方落地,让更多民众享受宜居品质生活。

工人日报 网评

峨眉山“人猴大战”? 打击网络谣言需“道高一尺”

最近,一段四川峨眉山发生“人猴大战”的短视频在网上传播,网安民警排查后发现视频由多个谣言混剪,AI合成痕迹明显。谣言的危害不容小觑。有的景区客流下降,有的企业商誉受损,还有的受害者陷入抑郁乃至猝死境地。频繁的质疑与反转,会削弱社会信任感,甚至引发群体对立。

新技术层出不穷,眼见未必为实,有图也不意味着有真相。网友应多一分警惕,多一点耐心,面对耸人听闻的内容,不妨让“子弹飞一会儿”,给真相的调查留出时间。

网友跟帖——
@花月:不随意转发评论是“基操”。
@康达:流量狂欢下,宁信其有,不信其无。

阅读全文请扫码
“工人日报网评”

社评

便民服务圈将进一步扩容升级为宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的全龄友好型品质生活圈,不仅意味着各类服务可及性、居民生活便利度、城市和地区好感度的提升,而且蕴藏着不少改革经验与智慧,见证着治理逻辑和发展理念的不断升级。

据新华社报道,9月19日,商务部等9部门发布《关于推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》,提出到2030年实现“百城万圈”目标,包括确定100个一刻钟

用看诊实录作科普素材,应以尊重患者为前提

据上观新闻报道,近日,李女士反映称自己在上海某知名三甲医院就诊后,发现其看诊视频未经同意就被发布在接诊医生的社交平台账号上。虽然面部被打码,但身形、声音和病史等细节,让熟悉她的朋友一眼便认出。经多次沟通,目前相关视频已被删除,但李女士要求医生道歉的诉求未得到回应。该医生视频账号的“门诊实录”合集,发布了78个患者的看诊案例。

眼下,不少由医生运营的科普账号,其实都不乏类似操作。社交媒体上,不少网友留言表示默认围观和暗中拍摄让人防不胜防。当诊疗过程成为流量素材,患者的隐私权、知情权被无情漠视。将真实的诊疗场景拍成视频放在网上用作医学科普,可增强相关医学知识的可信度,既能提升公众健康素养,又可辅助临床教学,但前提是必须尊重患者,科普的逼真效果不应建立在侵犯个人隐私的基础上。今年3月,上海推出全国首个“互联网健康科普负面行为清单”,其中明确禁止发布侵犯他人隐私的内容。眼下,一些看诊视频中透露的病史细节、声音特征、生活场景等极易成为识别患者身份的线索,隐私泄露很难避免。

尊重患者,首先要保障好患者的知情权。诊室内的围观人员身份模糊,拍摄用途表述笼统,传播范围缺乏明确界定——在类似场景中拍摄科普视频,患者往往处于“被通知”而非“被征求”的地位。只有在拍摄前明确告知并征得同意、拍摄过程透明可控,并且让患者享有随时撤回权,才能体现出对患者的基本尊重。

尊重患者,应最大化保护患者隐私。单纯遮挡面部无法有效隐匿身份,患者身形、手提包款式、语音特征乃至医生分析病情时提及的居住区域、工作类别等,都可能成为识别关键。更安全的处理应采用多维度技术手段,如对声音进行频谱调整实现变声,运用虚拟背景技术替换诊室环境,对体型特征进行模糊化处理等。

医学科普与保护患者隐私不应该成为单选题,无论在管理还是在技术层面,兼顾好二者关系并不难,关键在于医疗机构和医务人员能否将患者隐私保护放在更优先的位置。需要明确的是,医学科普视频不应以牺牲患者隐私为代价,这是科普工作需坚守的基本底线,也是医学人文关怀的应有之义。



图说

“外包”

据9月21日《华商报》报道,近日,辽宁大连一男子组建的“保镖团队”在社交媒体走红——团队成员常拎着礼品出现在养老院、老旧小区或医院等场所。这些人跟老人毫无血缘关系,却能陪老人看病、买菜、聊天逗乐,必要时还出面调解邻里矛盾,震慑别有心思的护工、保姆,成为老人身边“看得见的依靠”,被称为“外包儿女”。

新闻乍看离谱,细思却耐人寻味。如今,很多年轻人梦想远赴他乡,加之一些老年人失独、丁克,“空巢老人”越来越多。在此语境下,“外包儿女”精准捕捉了市场需求,可以为老人排解情感孤独、解除生活急难。只是,服务也可以购买,亲情无法“外包”,某种角度看,这一业态其实也反映了养老服务进一步升级的空间和可能,当更多地方通过挖掘“身边力量”,构建“邻里互助圈”,设立“时间银行”等多元机制破解养老困局,银发群体或将更好实现“老有所养”“老有所乐”,这离不开政策层面再多一些“银发视角”,也需要我们每个人尽可能多地“常回家看看”。

李法明/图 陈曦/文

喜马拉雅山上放烟花,审慎评估对自然的长远影响

即使使用的是环保材料、燃放规模控制在最低风险等级,人类活动的介入仍可能对高原生态造成难以预料的影响——高原草甸的恢复能力远低于普通地区,野生动物的栖息地一旦受到干扰,可能需数十年甚至更长时间才能恢复。

还有,环保材料的标准是基于什么环境制定的?在平原地区验证过的标准,是否同样适用于高海拔、低氧、低温的特殊环境?生物降解材料在高原条件下的降解速率如何?这些专业问题恐怕超出了常规审批程序的考量范围。对于在生态脆弱区进行的任何人类活动,尤其是商业性质的活动,环境评估的程序合规固然重要,但实质性的环境保护更为关键。

一家户外品牌通过在高原地区实施艺术项目,意在强化其“探索极限”的品牌形象,但这不是在生态脆弱地区进行商业活动的通行证。当商业行为可能对当地环境造成影响时,企业应承担更多的社会责任,而非仅仅追求营销效果。

跳出个案,此番事件其实为我们提供了一个重新审视商业活动、艺术创作与环境保护之间关系的契机——比如,是否可以建立更为严格的高原生态活动准入标准,对在生态脆弱区进行的人类活动实施更为严格的环境评估要求;企业如何真正将环境保护纳入核心价值观念,切实成为环保的倡导者和实践者;艺术创作如何更好地遵循相应的伦理规范,当艺术创作可能对环境造成影响时,艺术家也需承担生态责任,审慎评估创作行为对自然的长远影响。真正的艺术不应成为破坏的代价,而应成为唤醒生态保护意识的媒介。在脆弱生态区域开展艺术实践,应超越“手续合规”的基本要求,追求更高层次的环境友好与社会担当。

购物点变“文化景点”,不过是旅游强制购物的障眼法

据9月19日《中国青年报》报道,9月8日,文化和旅游部公布了2025年第三批旅游市场强制消费问题典型案例。在本批通报的16起案例中,不少涉案企业和个人采用了新型违规手段,如将购物场所包装成“非遗博物馆”等所谓“文化景点”,或虚构“文旅补贴”等政府背景营销噱头,以博取消费者信任。

众所周知,购物场所以商业交易为中心,满足游客购物需求;文旅场所以文化体验为核心,虽可能也有相关产品售卖,但主要目的是展示文化或历史,并非盈利。将购物场所包装成“非遗博物馆”等所谓“文化景点”,是值得警惕的新型、隐形旅游陷阱。据报道,某地一个土司王府被导游宣称“博物馆”,游客前往游览时才发现其中销售很多价格昂贵的商品,导游还卖力地推销或变相推销。

不容否认,文化体验性较强的购物活动,确实可以作为深度体验当地文化和生活的一种途径,见商业也见文化,但硬要将一些购物场所包装成“景区”,美其名曰集购物、休闲、文化体验于一体,显然属于旅游市场的误导性甚至强制性消费行为,侵害游客权益,破坏旅游市场秩序,可能伤害游客对旅游目的地文旅资源的信任,影响旅游目的地形象与旅游业的健康发展。

我国消费者权益保护法规定,消费者享

私域直播不能成为“坑老”通道

据9月21日中国新闻网报道,近期,中国消费者协会发布警示,指出一些不法商家频繁设置针对老年群体的消费陷阱,尤其是通过私域直播间进行虚假宣传和销售欺诈。与传统的公域直播不同,私域直播往往通过微信群将老年人引导到特定的直播间,这些直播通常不需要输入密码才能观看内容。

近年来,不少老年人对健康、养老、理财等方面的需求日益增长,但对直播侵权套路的了解相对有限,防范意识较弱。私域直播本是商家与用户建立深度联系的渠道,却被一些不法商家利用,借此营造一种“家庭式”亲密氛围,逐步获取老人信任,让其放松警惕。直播中事先设好的消费陷阱,不仅侵犯了老年人的财产权等,也破坏了市场秩序和社会信任。

私域直播间进入有一定的条件和门槛,且直播内容大都无法回看,这为不法商家对老年人进行洗脑式营销、销售假冒伪劣商品等提供了便利条件。目前,针对公域平台直播监管较为完善,有相应的内容审核和投诉机制,现有法律法规虽对虚假宣传和欺诈行为等有明确规定,但执法力量往往难以覆盖私域直播,取证和执法面临着技术挑战,监管存在一定的滞后性。

加强对私域直播的监管势在必行。平台方应加强对私域直播内容的监控,可通过技术手段识别异常直播活动,并建立便捷的举报渠道,同时积极配合监管部门,对涉嫌欺诈的群组 and 直播间进行调查或封禁;监管部门需创新监管方式,提高对私域直播的监测能力,加大对不法商家的惩处力度,还可联合平台、行业协会等进一步完善私域直播的规则和标准,明确监管边界和责任主体,缩小监管盲区。

此外,家庭、社区、媒体等社会各界应共同努力,提升老年人的网络素养,如结合典型案例教育引导老年人识破私域直播侵权乱象的套路,提升警惕防范意识;亲友发现老年人遭遇私域直播消费陷阱后,要及时劝阻,并向有关部门投诉举报。

私域直播不该成为监管的死角,更不能成为坑老的侵权赛道。多管齐下,用强监管筑牢其“隐身术”,才有望逐步平私域直播消费陷阱,为老年人营造诚信、健康、安全的网络环境。

媒体声音

深挖赛事经济这座“富矿”

这个秋天,中国网球公开赛再现一票难求的盛况,而刚刚过去的盛夏,业余足球联赛“苏超”同样上演了万人空巷,无不彰显出赛事经济的巨大潜力。

《经济日报》评论说,发展赛事经济,贵在因地制宜、科学布局。职业赛事不妨更多“向下扎根”,从群众体育中汲取灵感,增强互动性与亲和力;群众赛事也可适当“向上延伸”,借鉴职业赛事的组织模式和运营理念,提升专业化与市场竞争力。体育赛事是竞技的舞台,更是消费升级新引擎、百姓生活新场景、城市发展新动能。期待更多体育赛事破圈出彩,为经济社会注入蓬勃向上力量。

公厕改宿舍,学校宿舍岂能“随心所欲”

近日,湖南永州有学生反映,学校将公厕改造成学生宿舍,20几人挤在一个房间,宿舍里是几个半敞开的厕所位。当地教育局表示,绝不允许,属于违规,责令学校立即整改。

光明网评论说,这不是厕所敞不开敞不开的事,而是宿舍超负荷、环境脏乱差的问题,是校方疏忽学生的安全与健康的问题,更是消防隐患、传染病风险、心理压抑的问题。近来,学生宿舍条件差的新闻不时出现。主管部门必须正视招租与宿舍条件之间的矛盾,探索改扩建宿舍、社会合作公寓、财政补贴等长期解决方案,把宿舍条件纳入清晰、统一、可操作的制度标准。

AI“魔改”不能走入魔

唐僧和孙悟空争当“话事人”、《甄嬛传》变成“枪战片”、《人民的名义》中沙瑞金和高育良开展魔法攻击……近段时间,一些AI“魔改”内容在短视频平台上引发争议。

正观新闻评论说,AI“魔改”之所以泛滥,根源在于低门槛与高收益。这种“魔改”背后藏着诸多法律风险,更在潜移默化中冲击文化根基,让观众逐渐远离高质量文化,最终导致文化认知的“碎片化”。AI的价值,在于为文化创作注入新活力,而非解构经典、践踏底线。唯有明确法律边界,守护文化底线,才能让AI从“魔改”回归“赋能”,成为推动文化发展新动力。

(嘉湖 整理)