

# 摸准“人”与“城”的互动脉搏

□ 刘帅

## 海音佚语

将主理人评为高层次人才，既是生动践行“行行出状元”价值理念，也彰显了城市对个体的尊重。而尊重每一个个体，正是一座城市激发内生活力、重塑核心优势的有效路径。

比如，此次获评高层次人才的主理人杜航，他运营的百花洲文创集物社，创新推出的“把子肉冰淇淋”“曾太守酒酿”等网红产品，与当下年轻人注重体验感、追求生活仪式感心理相契合。

可见，主理人群体不仅丰富了城市商业业态，带动了就业和经济增长，更在微观层面实现了“人”与“城”的深度链接，增强了“人”的幸福感和“城”的黏性与活力。

值得注意的是，一段时间以来，国内一些商家炒作“主理人”概念，却忽视了产品与服务的品质。将主理人纳入人才评价体系，既是肯定他们为城市所作的贡献，也是鼓励更多主理人以他们为榜样，提升服务品质，拉近“人”与“城”的距离。

将主理人群体纳入高层次人才评选中，也顺应了城市留人的新趋势。

国家“十五五”发展规划专家委员会专家、上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授陆铭，曾在《向心城市》一书中指出，“以前，城市强

调‘以事业留人’。未来，更重要的，将是‘以生活留人’。在他看来，只有把生活性服务业发展好，提升好城市生活品质，一座城市才能对各类人才产生吸引作用。

当然，“以生活留人”，并不是否定“事业留人”“产业留人”。相反，“事业”“产业”仍是留人的基础。而陆铭提到的“以生活留人”，则是精准把握了时代的脉动。

一方面，从国际经验看，人均GDP达到1.5万美元左右时，消费结构将加快从商品消费主导转向服务消费主导转变。当前，我国人均GDP已经接近1.4万美元，人们越来越重视生活品质的提升，精神世界的丰富。以生活留人，毫无疑问把准了群众需求的新变化。

另一方面，从国内招商引资新动向看，各地正纷纷从“拼政策”向“拼环境”“拼服务”转变。改善城市服务品质，以服务的质量和多样性留人，成为引才的关键所在。

从这些角度分析，就不难理解，为何生活气息浓郁的成都、夜经济繁荣的长沙，早已是时尚

之都的杭州，仍在大力扩大服务消费。

将主理人评为高层次人才，既是生动践行“行行出状元”价值理念，也彰显了城市对个体的尊重。而尊重每一个个体，正是一座城市激发内生活力、重塑核心优势的有效路径。

去年，杭州“六小龙”集中出圈，大家都在追问为何是杭州。有观点称，“就像之前发展起来的电商、IT、网红这些产业、职业，并不是政策的刻意为之，而更多是源自每个奋斗者的驱动。”

创新，是主观能动性的高级表现。激发创新，必须尊重每一个个体，为他们搭建渠道和平台，提供有利于创新的软环境。导游、快递小哥可以评选为高层次人才；数字内容企业，三年内给予最高100%的房租补贴或减免……杭州正是借这些举措宣告，在杭州人人皆被尊重，皆可创新，皆可成才。

从为外卖员建公寓“暖心窝”，到遴选创新型科技企业给予创业资助，再到将主理人纳入高层次人才评选，济南这些举措同样是立足于“人”，为来自各行各业的个体追梦助跑。

“人”是“城”的活力之源，是“城”的灵魂与核心所在。每座城市主动探索“人”与“城”互动的趋势、新逻辑，创新工作思路和机制，以城养人，以人兴城，书写的将是一个个“人”与“城”相互成就的新故事。

# 别让NPC困在流量里

□ 张兆友

刚刚过去的“五一”假期，景区NPC(非玩家角色)多次冲上热搜。一边是葛仙村的头部NPC“小黄鱼”因擦边互动引发争议，最终停工整改，公开致歉；另一边则是婺女洲度假区的NPC“女乞丐”不卖惨不讨钱，一句“不要钱，只要零食”，意外刷屏。一“冷”一“热”，让景区NPC陷入舆论漩涡的同时，也抛出了一个严肃的问题：我们究竟需要怎样的NPC？

纵观国内景区NPC的发展，实则是一部从“功能性”到“情绪性”的蜕变史。早期的NPC如同“工具人”，穿着特定服装站在路边，机械地重复着一句话或指路。而随着沉浸式演艺兴起，NPC进阶为“剧情派”，开始拥有剧本和人设，并与游客有了互动，起到制造情绪爆点的作用。

近年来，在短视频的推波助澜下，NPC迎来野蛮生长的时期。为了抢夺线上线下注意力，他们跳抖音热舞，说“土味情话”，与游客疯狂玩梗，有些已经成为景区的核心“卖点”。然而，热闹背后，行业底线却频频失守，前有长沙方特的争议“公主抱”，后有葛仙村的“棒棒糖”，这些高颜值加持下的暧昧接触，表面上是个别景区的流量争夺战，深层却藏着整个文旅行业的生存焦虑。

在注意力经济时代，一个现象级NPC带动一座城的故事不断刺激着行业的神经。在“流量至上”的短期诱惑下，一些景区将资源押注在制造下一个爆款NPC上，希望借助短平快的达成模式瞬间爆红。只是，将复杂的文化体验简化为几个易于传播的“名场面”，结果往往是“其兴也勃焉，其亡也忽焉”，流量来得快去得也快，景区最终只留下一地鸡毛。

而市场上那些真正叫好又叫座的NPC标杆，如西安大唐不夜城的“不倒翁小姐姐”，开封万岁山武侠城的庞大NPC体系，无一例外都实现了“网红”走向“长红”。究其原因，前者依靠深厚的文化底蕴，传递出大唐美学的古典婉约；后者则通过极具创意的“银票任务链”玩法，让游客在沉浸式的江湖中流连忘返。这表明，NPC沉浸式演艺的核心竞争力，不在于一时的猎奇，而在于其为游客创造的情绪价值足够独特、深厚，难以复制。

NPC作为一种新就业形态，是景区运营的重要力量，要想真正释放其价值，就必须跳出“速成网红”的怪圈。今年全国两会，就有全国人大代表呼吁，为景区NPC搭建职业化的“骨架”。当前，许多NPC仍处于“临时工”或“网红”的模糊地带，身份尴尬，前景不明，多数吃的是“青春饭”。这就导致从业者缺乏系统性的职业培训和长期发展规划，行业也难以沉淀下专业的、有经验的沉浸式演艺人才队伍。将其纳入国家认定的新职业目录，是为其划清赛道、树立标杆的关键一步。明确的岗位职责与行为规范，能让从业者知道何谓可为、何谓不可为；清晰的职业发展路径，则能赋予这份工作应有的尊严与长远期待，让他们从“流量快消品”转变为有专业价值的“文化传播者”。

说到底，景区里的热闹，先靠博眼球是撑不起来的。流量如潮，来来往往，潮水退去，能长久屹立的，还是良好的口碑和独特的内核。而这一切的起点，可能在设计NPC的剧本和人设时，就应该考虑好，流量“爆点”固然重要，但唯有变成长期运营的“招牌”，“爆点”的光芒才能持久不衰。

## 漫评

### 别让“AB货”破坏消费生态

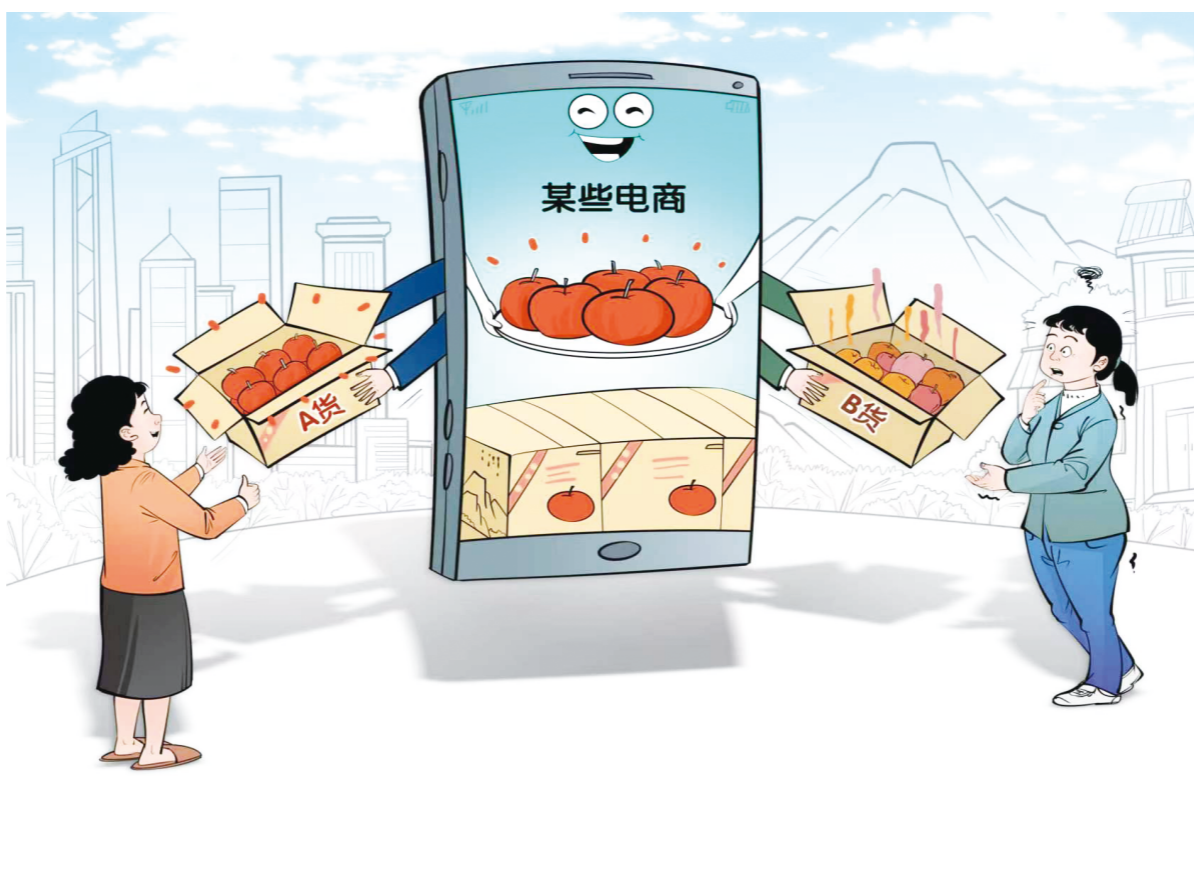
【事件】

近期，电商“AB货”引起热议。据媒体调查，从服装到食品，从珠宝到日化，部分商家会根据收货地址发送不同质量的商品：一线城市、核心商圈被标为高敏感区域，优先配送正品A货；一些偏远城市、农村偏远地区则被标为“低维权、低敏感”，大量分流减配“B货”。

【点评】

“看人下菜碟”的电商“AB货”行为，不仅践踏了网络经济的公平底线，也侵蚀了电商行业的信任根基。相较于一线城市、核心商圈，部分偏远城市、农村地区往往监管力量不足、技术手段滞后，投诉渠道不畅，消费者维权意识较弱。商家利用这一点，有针对性地发货，用“A货”维持口碑，用“B货”压缩成本。这种行为本质上是一种消费欺诈。

遏止“AB货”乱象，关键在补牢监管短板。其一，强化基层监管力量，健全县乡村三级监管网络，开展“AB货”品类专项整治，依法严惩违规商家，提高违法成本。其二，压实平台主体责任，督促平台升级审核系统，禁止地域标签化区分，建立跨区域发货质量抽检机制，畅通投诉渠道，简化维权流程。其三，提升基层消费者维权能力，特别是在农村地区，可以通过村广播、入户讲解等方式普及政策法规和维权渠道，引导消费者留存证据、主动维权，拒绝吃“哑巴亏”。(文/余明辉 图/曹一)



# 干部“带头交费”，难解物业服务收费困局

□ 赵晓昕

近期，江西九江多个县区及云南屏边、绿春等地相继发布倡议书，要求公职人员、党员干部带头交纳物业费。还有地方更进一步，将交费情况与提拔重用、评优评先挂钩。

物业费交纳，本是基于契约的市场交易，竟然要用上行政色彩的动员手段。从各地发文中不难看出，一些地方对物业撤场、小区失管的困局已然十分焦虑。

当前，物业纠纷增加，物业企业收费难已经是普遍现象。物业服务收费率持续下降，物业服务企业收入减少，会导致小区保洁、安保和基础设施维护等服务受到影响。与此同时，业主满意度会继续下滑，进一步导致“收费难”，小区治理由此陷入恶性循环的怪圈。

从维护小区正常秩序、缓解物业企业经营压力的角度看，公职人员带头交费，似乎可以解一定的燃眉之急。例如，九江市彭泽县通过构建三级责任体系，督促143名拖欠物业费的公职人员交费。

但也要看到，行政动员只能作为一种短期治理策略，没办法从根本上破解物业服务收费困局。

一方面，“收费难”是多重矛盾交织的结果。有的是服务水平与收费标准不匹配，有的是公共收益、支出情况不透明，有的是开发商遗留问题长期没有解决，这些积弊，最后都转化成对物业的不满，通过拒交物业费的方式爆发。

另一方面，物业服务兼具市场属性与公共属性，不能单纯依赖行政动员。靠公职人员带头，却忽视物业服务的市场属性，就容易将市场契约关系行政化，甚至可能因模糊权力边界，损害公职人员作为普通业主的合法权益。

尤其需要看到的是，当前不少小区里，物业公司的角色边界并不清晰。有的习惯以管理者自居，对业主诉求被动应付甚至推诿扯皮；有的则被当“背锅”，一些本该由开发商解决的遗留

问题被压到物业公司头上。种种原因，容易造成各方都觉得自己“吃亏”的局面，矛盾也就更难化解。

破解困局，必须让物业回归“服务本位”。今年政府工作报告提出，有序推动“好房子”建设，实施“物业服务品质提升行动”。住建部也表示，《物业管理条例》拟更名为《物业服务条例》。

将“管理”改为“服务”，就是要从制度层面明确物业的角色定位。只有在权责关系更加清晰的情况下，业主与物业企业之间才能建立健康的市场关系。

首先，这要求物业企业摒弃管理思维、树立服务意识。大力推动小区公共收益、物业支出、维修资金使用等信息更加透明，才能重新获得业主的信任。

同时，还要进一步畅通业主参与小区自治的渠道。现实中，业委会成立难、运转弱，是不少地方共同面临的问题。对此，街道、社区应当在

这一过程中发挥更积极的作用，推动业委会成立并有效履职，让业主、物业之间有正常沟通的平台。

此外，很多矛盾并不是物业企业能独立解决的。对物业服务调价问题、开发商遗留问题、老旧设施更新等事项，也应分类施策。对此，住建、公安、市场监管、消防等有关部门有必要厘清职责，形成有效的综合治理机制，做好必要托底，避免一股脑压在物业身上。

当前，有的地方已经出台住宅小区“好服务”标准指引，从人员配置、专业技能、服务设施、信息公开等多个维度提出具体标准。这样一来，物业服务不再是一笔说不清、算不明的“糊涂账”，相关部门在调处纠纷时同样有章可循，物业费争议和其他矛盾也就有望减少。

回归等价相称的逻辑，以透明化解猜忌，以标准厘清权责，才能从根本上走出“收费难”一质量差的怪圈，让“好房子”和“好服务”真正落地。

# “纸面安全”背后藏着更大的隐患

□ 冯海宁

日前，中央安全生产考核巡查组第二十三组(以下简称考核巡查组)深入贵州省黔南州、黔东南州开展明察暗访，发现当地建筑施工、交通运输等行业领域“报告合格、现场却隐患重重”的“纸面安全”问题较为突出，安全生产防线还不牢固。

安全生产本来是无需重中的常识与底线。但从考核巡查组明察暗访情况来看，无论是建筑工地还是危险品运输企业，或是小区消防、养老机构等，均存在不同程度的安全隐患，其中有的还是重大事故隐患。更值得警惕的是，被查出安全隐患的涉事单位提供的检测报告却显示“合格”，所谓的“安全生产”仅停留在纸面上，对群众生命安全、财产安全存在重大威胁。

“纸面安全”比安全隐患本身更加危险，因为它从根本上破坏了风险识别与防控机制。安全隐患是否会被引爆存在一定的偶然性，但伪造的“合格”检测报告则放大了风险。在虚假的“纸面安全”之下，相关合作方、安全生产监管部门都可能被欺骗，责任单位也会放松检测机构的造假责任。如果说相关施工企业、危险品运输企业是“主凶”，为之提供虚假检测报告的则是“帮凶”。根据市场监管总局《关于产品质量检验机构伪造检验结果或者出具虚假证明情节严重判定标准的意见》，对于触碰红线的造假机构，可取消检验资格。

更重要的是，要压实地方有关各方安全责任。虽然考核巡查组发现了不少安全隐患和检测造假问题，但这代替不了常态化的安全生产管理，代替不了责任单位尽责、合作单位监督以及地方有关部门的务实监管。只有地方监管部门、安全生产监管部门都以务实的态度履职尽责，才能穿透“纸面安全”假象，发现实际隐患。对于落实安全生产监管责任不力的地方，应当依法对其进行约谈，如果违法情节严重，建议进行追责问责。

纸面的“安全”不是安全，造假的“合格”是更大的风险。让每一份报告都经得起检验，才能让每一处现场都守得住平安。

# 中国绿化带海外“出圈”，照见人民城市底色

□ 李岳岳

树种选择、管线间距，每一项指标都被纳入标准化管理。2024年起施行的《城市道路绿化设计标准》，对植株之间距离、乔木与路灯之间距离等，都作出细化要求，让每一处绿化设计都有章可循。与此同时，现实中，各地还会顺应四季节奏，轮换布置2-3轮花卉，努力实现“四季有景、三季有花”。

绿化带的升级，见证城市建设理念的升级。当前，不少地方以城市更新为契机，盘活闲置空间，因地制宜打造特色绿化带、口袋公园等，让城市焕发新的生机。比如，此前上海世纪公园拆除3000多米围墙，青岛海泊河公园拆除围墙重新开放，济南大明湖进行“一湖一环”绿道改造，都是通过“拆墙透绿”打通视觉空间，让人们更好欣赏到城市美景。还有各地利用边角地、闲置地等建设的口袋公园，为居民打造家门口的“诗与远方”，让小空间也能承载起大民生。推窗见绿，出门遇景，正在一步步从美好愿景变为现实。

我们为什么坚持不懈为城市“增绿”？首先，这是生态层面的刚性要求。城市生态是一个有机整体，需要草木来调节气候、涵养水土，缓解城市热岛效应等。“增绿”，是建设绿色低碳美丽城市的必然选择。

放眼世界，中国的城市之变，也是整个国家生态文明建设的缩影。过去这些年，中国是全世界“增绿”最快最多的国家之一，贡献了全球新增绿化面积的四分之一。联合国粮农组织的报告显示，2015年到2025年，中国年均增绿169万公顷，是年均净增加最多的国家。目前，全国约有1426亿棵树，人均“坐拥”100棵。

由“绿意”带来的改变，写在数据的增长曲线里，也写在城市街巷的四季更替中。更深层看，城市“增绿”，本质上是为人民“增福”。在钢筋水泥构筑的城市森林里，人们渴望卸下疲惫，拥抱自然。“绿意”的点缀，为快节奏的生活留出呼吸的缝隙，让人们得以在繁忙中与自然相拥。

清华大学教授汪民安在《城市与植物》一文中提出这样的观点：以前，人们总是从建筑

的角度来谈论城市，但是，为什么不从植物的角度来谈论城市？

汪民安说，“砖石建筑奠定了城市的基本布局，而植物建筑的可变性，在不断地改变城市本身的容貌——我们会发现，春天的城市和冬天的城市是如此不同。正是植物生长和衰败的历程，打破了城市单调的面孔，似乎城市也在生长和衰败，在冬眠和复苏。”

“绿意”不只是点缀和装饰，它们早已与城市紧密联系在一起，成为城市肌理的重要组成部分。植物的沉静与城市的喧嚣，快节奏形成一种微妙的平衡。植物四季更替，城市也随之有了温度和节奏。对草木街巷的用心，其实是给城市“注入灵魂”，而城市有“灵魂”，生活在其中的人才能感受到温度与活力。

人民城市，核心在人。无论城市治理的笔触深入到哪里，让城市更宜居，让人民生活更美好都是根本目的。这种人与自然、人与城市和谐共生的日常图景，就是中国城市的真正魅力所在。

## 大众时评

近段时间，中国城市绿化带在海外社交平台“出圈”。凭借繁花似锦、整洁优美的景致，它们迅速引发国外网友热议：“中国的绿化带这么漂亮是怎么做到的？”“这些花草是真的吗？是不是塑料的或者AI合成的？”“中国这么大的面积种花，为什么很少有人偷、踩、破坏？”

事实上，中国的绿化带之美，身处其中的每个人都深有同感。不论是中心城市还是县城乡镇，人们在街上随手一拍，往往就是风景。北京的月季，菏泽的牡丹，广州的异木棉，上海的白玉兰……一条条连绵延展的绿化带，不仅勾勒出千姿百态的城市之美，更沉淀着一座城市独特的文化品位和底蕴特色。

建设城市绿化带，不只是种几行树、栽几株花那么简单。今天的繁花盛景，藏着城市治理的智慧与匠心。1998年，《城市道路绿化规划与设计规范》实施，从绿地率、绿化带宽度，到



沉下去观察，立起来评说  
官方微信：捞舆工作室  
投稿邮箱：dazrbp12016@163.com