

直奔主题

今日视点

守正出新
让老园区持续出圈

近日,本报刊发稿件,聚焦盂县华北奕丰生态园多年深耕农旅融合、持续迭代业态的发展实践。作为我市老牌乡村文旅园区,华北奕丰生态园常年保持热度、持续收获市民青睐,其稳步向好的发展轨迹为我们带来启示:持续出圈的底气,在于从容有度的坚守和与时俱进的改变。

如今,市民的出游需求愈发丰富多元。不少运营多年的文旅场地,容易陷入发展平缓的困境。有的固守固有业态、常年少有更新,慢慢失去吸引力;有的盲目跟风改造,反而丢失自身独有特色。相较于激进改造、大幅翻新,华北奕丰生态园稳中求进、守正出新的发展模式,更贴合乡村文旅的发展规律,也更具备借鉴意义。

细观其发展脉络,园区长久的生命力首先源于持之以恒的坚守。多年来,园区持续保留果蔬采摘、自然研学、亲子休闲等项目,守住乡土本味与生态特质。这种坚守,沉淀了良好口碑,积攒了稳定客流,成为园区稳步发展的坚实根基。

与此同时,适度求新、适时迭代,让老园区焕发新生。文旅消费场景不断更新,市民对游玩体验、休闲品质、内容形式的要求持续提升。立足原有资源基础,园区逐年优化业态、丰富游玩场景,打造近距离、零距离互动体验的萌宠乐园,推出沉浸式体验剧《花开太行》。今年园区休闲业态再添新亮点,建成了开放式烧烤露营基地,以持续更新、服务升级适配市场变化,让老牌园区不断生出新气象、新活力。

不变的是初心底色,常新的是服务品质。乡村文旅实现良性发展,守根本、微更新、慢成长也是一种可行的发展路径。在坚守中沉淀特色,在变化中丰富体验,一守一变之间,老牌园区就能跳出发展瓶颈,走出一条持续焕发吸引力的“破圈”之路。(侯 节)

盘活乡土资源
振兴乡村文旅

日前,《阳泉日报·晚报版》刊发了题为《娘子关传统石画:执笔绘风物 琢石绽芳华》的新闻报道。娘子关镇依托河滩卵石发展石画非遗,把寻常山石做成地方特色文创,为盘活本土资源、培育地域IP提供了鲜活范例。

立足本土禀赋,深挖身边资源,是县城、乡村文旅提质增效的发展路径。过去发展文旅,不少村镇陷入误区,一味照搬网红景区建设思路,耗费财力引进外来景观,反倒忽略本地资源。绵河岸边的卵石常年散落河滩,以往毫无经济用途,经过融入关隘历史、乡土故事的作画,变身伴手礼与非遗展品,顺利打通线下门店、线上直播等多条销路。这也说明,乡土从不缺资源,缺的是立足本土资源的开发思路。

我市各县区乡土资源品类丰富,发展本土特色的案例也比比皆是。平定县立足古村、民俗资源,深挖下董寨跑马排非遗文化、平定砂锅老手艺,依托古寨村落发展民俗观光;郊区盘活闲置农院、田园资源,咀子上村依托乡土环境发展民宿休闲游,依靠本土田园风光聚拢客源;城区、矿区盘活老旧工矿遗存,改造废弃厂房建成城市休闲地标;盂县依托藏山山水与忠义文化,联动剪纸、面塑等小手艺,串联文旅产业链条。这些实践,都是就地取材、因地制宜盘活本地特色资源的典型案例。

但是,现如今依旧有大量优质乡土资源闲置。不少乡村的特色物产、民间技艺,大多零散经营,缺少品牌策划与IP包装;部分山水景点只做基础观光,没有配套文创、体验项目,资源价值未得到充分释放。简单复刻别处模式,最终只会陷入同质化竞争,浪费本土独有的先天优势。

从娘子关传统石画的发展经验,不难看出盘活资源不能脱离本土底色。各地要立足自身历史、物产、民俗等,精准定位发展方向,从小处着手细化开发;不用盲目铺大项目,深耕一村一物、一艺一品,把零散资源整合串联,稳步培育专属地域标识。

守住本土特色是文旅长久发展之道。找准特色、精细运营,打造独有地域品牌,才能让乡土资源持续转化为乡村振兴源源不断的内生动力。(翟 颖)

多“上手”体验才能让安全意识“入心”

6月16日,在城市中心广场的安全宣传咨询日活动现场,除了各部门的科普宣传,还有消防员手把手教市民使用灭火器的方法,红十字会讲解员邀请路人感受心肺复苏的真实力度。传统的“你听我讲”式宣传升级为“你来试试看”,越来越多的市民通过实操体验,了解并掌握了基础的应急技能,安全知识也在潜移默化中入脑入心。

如果安全宣传只是拉条横幅、摆张桌子、发一摞宣传页,市民将宣传页拿回家也大多是看两眼便束之高阁,那么宣传效果将会大打折扣。推动公共安全治理模式向事前预防转型,而筑牢“事前预防”的第一道关口,恰恰是让老百姓懂风险、会避险。今年我市的安全宣传咨询日活动,特设装备展示和自救体验区,沉浸式宣教方式精准击中传统安全宣传“知识停留在耳朵里,却进不了心里”的痛点。群众亲手摸一摸、亲自试一试,远比一千句叮嘱更能让人记住“怎么做”,这正是安全宣传从“入耳”走向“入心”的关键一步。

更重要的是,这种模式具备极强的可复制性与推广价值。它不需要复杂的场地和高昂的成本,一个灭火器、一个铁盆、一个心肺复苏模拟人,就能搭建起一个微型实训课堂。无论是社区的活

动室、学校的操场,还是企业的车间,都可以因地制宜地设置类似的体验环节。安全宣传“五进”要想真正落地见效,关键在于让每一场活动都能让群众上手参与,将安全知识记在心里。当越来越多的市民能够熟练地掌握基础的应急技能,基层的安全防线才会变得更加牢固。

安全意识的培养,从来不是一朝一夕之功,但每一次“上手”体验,都为安全增添一份保障。让安全知识走出宣传册,走进生活场景,让更多人从“知道”转变为“做到”,这才是安全宣传应有的样子。(温荣鑫)

安全意识的培养,从来不是一朝一夕之功,但每一次“上手”体验,都为安全增添一份保障。让安全知识走出宣传册,走进生活场景,让更多人从“知道”转变为“做到”,这才是安全宣传应有的样子。(温荣鑫)

漫 说

筑牢
安全防线

6月16日,华阳集团各单位举行以“人人讲安全、个个会应急——排查整治风险隐患”为主题的安全宣传咨询日活动。职工们通过参与活动学习了安全知识和应急技能,并表示将严守规程、消除隐患,共同筑牢安全防线。陶雁飞作



建 言 献 策

我有个习惯,看到带有文字的东西总会多看几眼,希望能从中获取新信息、学到新知识。但最近在公厕里看到的文字却让我如鲠在喉,不吐不快。我发现个别公厕的墙面和隔间门板上贴着“兼职赚钱”“办证”等具有诱导性的小广告,有些还附带高危可疑的二维码。这些暗藏风险的“另类垃圾”若不及时清理,危害不言而喻。

发布者通过张贴、喷涂、盖印等方式,将这类非法小广告散布在公厕的墙体、门板、地面乃至天花板上。与街头常见的“牛皮癣”相比,公厕内的这些小广告更隐蔽,其内容往往涉嫌诈骗、涉黄、涉赌等违法违规行为。尤其是那些带有二维码的可疑信息,是专门为好奇心强的人设计的。一旦扫描,手机极易跳转至非法网站,导致身份证、银行卡等关键信息泄露,使群众落入诈骗陷阱,遭受财产损失。

公共厕所作为城市公共基础设施的重要组成部分,更是展现城市文明的重要窗口,绝不能成为非法广告的滋生地。公厕内的违规小广告,不仅会造成视觉污染、破坏公厕环境,更会扰乱公共秩序、损害城市形象。

根治公厕“另类垃圾”,需要多方发力、常态治理。各职能部门要加大巡查力度,发现违规广告第一时间彻底清理。同时要深挖灰色产业链,顺藤摸瓜排查设计、印刷、张贴等各个环节,对违法主体依法从严处罚,情节严重的移交司法机关,确保公厕里的“另类垃圾”得到长效治理。公厕管理运维单位需建立常态化巡检清理机制,做到及时发现、及时清理,发现张贴者要及时举报。广大市民朋友也要提高警惕,坚决做到不轻信虚假广告、不扫描可疑二维码,切实保护好个人信息和财产安全。同时,希望大家积极参与社会共治,主动举报并协助清理各类违规信息。

城市文明建设藏于细微之处,城市形象更需要我们共同守护。唯有政企联动、全民参与,持续整治、久久为功,才能彻底清除公厕内的“另类垃圾”,守护好干净、安全、有序的城市公共空间。(陋 岩)

热 点 评 弹

公积金使用场景“扩容”
激活“沉睡资金”

6月12日,据《阳泉日报·晚报版》报道,市住房公积金管理中心联合矿区物业事务中心,开展公积金用途拓宽政策宣讲活动。此次活动向市民宣传了住房公积金的新政策。该政策切实回应了群众日常住房消费的实际需求,尽显制度温情与治理智慧。

除原有的购房贷款、提取余额偿还房贷本息这些传统用途外,市住房公积金管理中心已于5月14日正式开通提取住房公积金支付自住住房物业费业务。此次政策调整进一步拓宽了住房公积金使用场景,深化了住房公积金制度的民生属性,切实减轻了缴存职工日常住房消费负担。

当公积金的使用范围不再只卡在“购房”这一件事上,而是延伸到了缴纳物业费这类日常“养房”需求中,意味着这项制度真正从群众的日常居住需求出发,打通了公积金民生保障的“最后一公里”。

对于很多缴存职工来说,物业费是一笔每年固定的生活支出,将公积金提取用于这项开支,相当于把“沉睡”的公积金账户资金用在了刚需的日常住房消费上,不用再从日

常工资里单独预留这笔费用,实实在在降低了居住成本。

与此同时,这种政策调整也提升了公积金资金的使用效率,让闲置在账户里的资金真正发挥出民生保障作用,避免了资金沉睡带来的资源浪费。从治理层面来看,此次政策调整也体现出地方相关部门主动下沉一线倾听群众诉求,从细微的民生痛点入手优化公共服务的治理思路,把“民生无小事”的理念落到了实处。

此次开展政策宣传进社区的活动,也能让更多缴存职工及时知晓政策、用好政策,避免了好政策止步于“锁在文件里”,让民生红利真正落到群众口袋里,也让住房公积金制度的民生保障作用得到进一步发挥。

从解决购房的大额住房开支需求,到覆盖日常居住的小额固定支出,住房公积金使用场景的不断拓展,背后是民生服务理念升级,是治理精细化程度不断提升的体现。期待未来能有更多这样贴近群众需求的政策调整,把民生保障的网织得更密更实,让广大缴存职工享受到更多政策红利,收获更多幸福感。(吴 琦)

谨防公共厕所里的“另类垃圾”