直奔主题

延伸服务半径 彰显治理温度

日前,《阳泉日报·晚报版》刊发了《新澳城社区开展高考志愿填报公益指导活动》的新闻报道。新澳城社区聚焦高考家庭刚需,开设公益志愿填报指导课堂,将社区服务从传统民生领域延伸至升学教育领域,是基层治理延伸服务、精准惠民的生动缩影。

社区治理的进阶,本质是服务边界的不断拓展。高考志愿填报是每个高考生升学路上的关键节点,政策性强、信息壁垒高,多数家长缺乏专业研判能力,极易因认知局限出现填报失误。升学指导这类细分需求,往往不属于社区常规工作范畴,却又是群众最焦虑、最迫切的民生痛点。新澳城社区主动入户摸排民情,精准捕捉居民需求,主动链接社会专业资源,开设公益讲座、提供一对一免费指导,跳出“分内事”思维、做好“贴心事”,真正实现从“居民找服务”到“服务找居民”的转变,让基层治理更具前瞻性、更具精准度。

长期以来,多数居民对社区工作的固有印象,停留在环境整治、矛盾调解、政策传达等基础治理层面。但随着群众生活品质不断提升,居民需求愈发精细化、多元化,基层治理早已不能局限于“守好底线”,更要主动“延伸半径”。

主动延伸服务、补齐民生短板,已然成为各个社区的治理共识。暑期来临,多个社区面向学生群体常态化开展暑期托管、课业辅导、心理健康宣讲等教育延伸服务,解决双职工家庭的“看护难、辅导难”问题;针对上班族办事不便等民生痛点,部分社区推行延时服务,错时下沉楼院办公,打通政务服务时间壁垒;多个社区打造“泉欣泉驿”暖心驿站,将服务延伸至户外劳动者群体,为其提供休憩、饮水、应急保障服务等。

从生活便民到教育赋能,从关爱老人、户外劳动者到护航青少年成长,社区治理早已告别单一化、模式化服务,走向按需延伸、精准供给、全域覆盖的精细化治理新阶段。

基层治理无边界,为民服务无止境。未来,各社区应当持续跳出固化工作思维,主动延伸服务半径、拓展服务维度,聚焦群众各类“急难愁盼”,不断创新服务载体、丰富服务内容,用有温度、有精度、有广度的延伸服务,让居民的获得感、幸福感、安全感持续提升。

(翟 颖)

今日视点

科技赋能助力文旅“数字蝶变”

我市入选华为花瓣地图首批试点城市,在文旅数字化转型中迈出关键一步。华为花瓣地图的智能问答、一键行程规划、AI语音伴游等功能,不再是北上广深的专属,意味着我市丰富的红色文化、非遗技艺、山水生态等资源有了一个精准触达游客的“数字窗口”。

从“藏在深闺人未识”到“一键直达游客心”,科技正在重塑我市文旅的传播推广模式。这种“AI+文旅”的深度融合,不仅补齐了智慧文旅服务的短板,更让传统旅游从“走马观花”升级为“深度体验”。

平定刻花瓷、砂器、武迓鼓等非遗项目,娘子关、藏山、狮脑山等核心景区,通过花瓣地图的“特色主题图层”和“精准点位标注”,被有机串联成“对话古今·晋东寻韵”精品线路。这不再是简单的景点罗列,而是一种文化叙事,让游客在行走中感受历史文脉,在体验中触摸传统工艺。华为的科技力量叠加《中国国家旅游》的专业背书,让我市的文旅品牌有了破圈可能。

对于普通游客而言,我市入选华为花瓣地图试点城市,最直观的感受是“方便”。过去,去一座陌生城市旅游,往往需要提前做大量攻略:查景点、看路线、找美食,费时费力。而现在,打开花瓣地图,阳泉文旅信息一目了然,甚至可以根据个人兴趣一键定制专属行程。这种“千人千面”的智能服务,让旅游从“标准化产品”变成了“个性化体验”。尤其是对于年轻游客和家庭出游群体,这种便捷性将极大提升出行意愿。可以说,科技不仅降低了旅游的信息门槛,更让“说走就走”的旅行变得触手可及。

花瓣地图上的非遗点位标注、文化特色介绍,让游客在游览过程中就能“看见”非遗、“听懂”非遗,而AI语音伴游等功能的加入,更让非遗故事变得生动有趣。科技为非遗插上翅膀,这些古老技艺成为可触摸、可体验、可传播的文化符号。

从AI智能导览到智慧出行服务,从数字化宣传推广到全域智慧文旅体系建设,这是一次政企协同探索智慧城市应用场景的生动实践。华为花瓣地图作为流量入口,为政府提供了精准的文旅数据分析和用户画像,而我市丰富的文旅资源,则为华为提供了技术落地的真实场景。这种“技术+资源”的双向赋能,为文旅“数字蝶变”带来无限可能。

(冯梦琪)

漫说

喜迎丰收

进入乡村振兴新阶段以来,郊区各乡镇依托自然条件,以科技为先导深耕特色林果种植,盘活乡村土地资源,通过区、乡、村、农户四级的持续推进,为郊区的农业提质、农民增收和乡村振兴注入了强劲的产业动能。

陶雁飞作



让新就业群体与城市双向共生

外卖骑手、快递小哥是保障城市高效运转的重要力量,也是贴近民生的新就业群体。长期以来,小区进门难、楼栋难找、临时停车不便等难题,持续困扰一线从业者,也暴露出城市治理在细微环节的短板。我市高新区依托“小哥码”智慧服务、社区专属友好泊车位等务实举措,精准回应新就业群体诉求、创新基层共治模式,为友好型城市建设提供了可复制的样本。

友好型城市建设,从来不是宏大的概念包装,而是立足现实痛点的精准破题。过去,传统社区管理多侧重静态秩序维护,缺少针对骑手职业的柔性服务。配送找楼耗时、临时停靠惹争议等问题,不仅降低配送效率,也让新就业群体缺乏职业归属感与城市认同感。

对此,高新区坚持问题导向精准施策,在全区16个社区全面推行“小哥码”小程序,集成楼宇导航、便捷通行、问题上报等功能,一键破解配送堵点。以下五渡社区为例,他们实地查看、按需划设专属黄色泊车位,解决骑手停车难、易纠纷的日常难题,用看得见的便利,温暖一线劳动者。

善待新就业群体,最终实现的是城市治理的双向奔赴、双向赋能。优质的公共服务不止于单向给予,更在于搭建渠道,让劳动者从服务受益者转变为城市治理参与者。高新区依托数字化载体激活共治力量,在“小哥码”平台开设意见建议专区,配套积分激励机制,鼓励骑手发挥走街串巷的职业优势,随手上报安全隐患、环境乱象。骑手发现问题、社区快速处置、进度全程公示,形成闭环治理链条,有效填补了基层治理巡查盲区,让骑手变身社区“移动网格员”。

高新区的实践充分证明,友好型城市建设的核心,是精准服务、共建共享。关注骑手“几分钟”的配送难题、解决日常停靠的细微困扰,看似小事,却是城市治理理念的升级。

(张晓茹)

勤耕善思 释放耕地产能

仲夏时节,盂县苌池镇八百余亩小麦成熟、丰收在望。依托“冬小麦—夏玉米”一年两熟轮作模式,当地小麦收割后将即刻整地复播玉米,实现土地全年无闲置、农事全年不断档。田间焕发的新活力,正是新时代农民勤劳实干、善思求变的生动体现。

过去,不少乡村农田延续单季种植模式,一年仅耕种一季,其余时段土地闲置,耕地资源和农时资源没有得到充分利用,土地产出效益未能充分释放。双季轮作的推行,让农事链条全年接续,也意味着农户需要承担成倍的田间管护工作。从春季麦苗养护,到夏收抢时整地、玉米播种,再到两茬作物的日常灌溉、除草、防虫,全年农事紧凑繁忙。农户们深耕细作、不辞辛劳,以踏实勤恳的耕作态度,守护着每一寸良田,彰显出庄稼人质朴务实的劳动本色。

苦干之外更需巧干。以往本地少有规模化冬小麦种植,农户缺乏成熟的种植经验。面对全新的种植模式,当地农户和农业经营主体没有固守传统耕作习惯,敢于尝试探索。通过小面积试种积累经验,逐步摸清本地水土、气候适配规律,慢慢打磨出成熟的轮作种植路子。同时,各村农业主体抱团协作,统一生产标准、技术服务和田间管理,摒弃粗放零散的种植方式,精准衔接两季农时,科学盘活耕地价值。

勤耕固本,善思提质。种地既要脚踏实地肯流汗,也要因地制宜谋变通。苌池镇的轮作实践充分说明,广大农户凭借吃苦耐劳的实干精神和勇于探索的巧思智慧,有效盘活闲置农时、激活土地产能,实现了一地双收、提质增收。千千万万勤劳善思的田间耕耘者,持续夯实粮食生产根基,为乡村产业发展、农民增收致富注入了源源不断的动力。

(侯 节)

建言献策

小假日也有大“钱景”

据《阳泉日报·晚报版》报道,端午小长假,我市铁路、公路共运送旅客27853人次,其中铁路26450人次、公路1403人次。除去返乡人员,不少游客是冲着阳泉的美景和美食来的。可见,只要我们的“硬件”够硬,“软件”够软,假日经济的拉动作用十分可观。

谈及假日旅游,不少人存在认知误区,总将春节、“五一”、国庆等长假视为拉动文旅经济的黄金期,却忽视了双休日等短假期所蕴含的消费潜力,形成了“重西瓜轻芝麻”的思维定式。这种认识是片面的。如果景区发展仅依赖长假,很容易陷入旺季火爆、淡季冷清的经营状态,这既不利于景区日常运营,也制约了整个文旅产业的长远发展。

我认为,常态化的双休日蕴含着巨大的商机。特别是中小型景区,在长假竞争中难以与大型景区抗衡,但如果深耕短途周末市场,既能积少成多增加营收,还能以小带大,带动当地交通、餐饮、住宿、文旅纪念品等相关产业发展。

中小景区可从以下六个方面发力:

一是打造富有底蕴的特色景观。景区应深入挖掘文化元素,使景点不仅颜值出众,更兼具内涵,由内而外渗透美感。

二是打造具有影响力的美食品牌。景区应立足本土风味,兼顾老中青幼的不同口味需求,重点迎合年轻消费群体,打造“好‘食’光”品牌。例如西安文旅常年火爆,很大程度上依靠特色小吃引流,值得借鉴。

三是打造趣味性游乐项目。每个人心中都保有一颗童心,景区增设体验项目、充分调动游客游玩兴趣,是聚拢人气的关键。例如平定县杨家沟村的“撞南墙”、郊区大洼村的“水上漂”,都是立足本土特色实现创新突破的成功案例。

四是打造富有乡韵的民宿。与普通宾馆不同,乡村民宿若突出乡土韵味,定价亲民,往往能取得意想不到的效果。例如矿区大村村的“如意小院”,繁花满院,风景如画,极具吸引力。

五是打造原生态特色饮品和伴手好物。除常规饮品外,景区可推出鲜榨果蔬汁,主打新鲜、原生态与绿色有机,同时开发本地吃、穿、用、玩等各类特色文创产品,让游客吃得尽兴、购得欢心。

六是打造适合打卡的网红场景。如今游客出游热衷于拍摄照片和短视频,并分享到朋友圈。景区应精心打造视觉优美的景观,使游客从旁观者转变为参与者和宣传者,从而实现景区宣传与游客体验的双赢。

小假日蕴藏大“钱景”,小景点孕育大潜力。中小景区应牢牢把握周末短途经济机遇,推动旅游从单一视觉观光向味觉、嗅觉、听觉、触觉等深度体验转型。这不仅能够填补中小景区长假之外的经营空档,久而久之或许还能聚沙成塔,培育起规模可观的文旅产业。

(陋 岩)