

本期

聚焦

让公共资源为更多人服务

●李海珍

最近,呼和浩特市停车收费改革方案引发热议,“是否全面涨价”“是否扩大收费范围”成为公众关注的焦点。事实上,这场改革绝非简单的价格调整,而是城市管理者借助科学手段优化公共资源配置的用心之举,其核心在于引导而非涨价,旨在让有限的停车资源真正“活”起来,为更多人出行提供便利。

数据对比最具说服力。新方案将计时单位从1小时缩短至半小时,停车半小时内可享免费,停车1.5小时费用低于原先标准,夜间7时至次日早8时执行每小时1元且封顶10元的优惠标准,这些调整让短时停车和夜间停车成本不升反降。仅对超过两小时的长时间停放适度提高收费,恰恰体现了“鼓励临时快走”的政策导向,而非普遍性涨价。

运用价格杠杆激活资源效率,是城市治理的成熟经验。株洲芦淞区小吃一条街的实践表明,收费后车主平均停留时间从1小时40分钟降至45分钟,道路泊位日周转率从1.3飙升至6.64,“僵尸车”占道现象显著减

少,商家客流量反而持续增加。呼和浩特150多万辆机动车与90多万个停车泊位的现实缺口,决定了必须通过科学机制提高资源利用率。新方案提出的“分区、分时、阶梯收费”模式,正是借鉴北京、石家庄等城市经验,依据停车热力图划分区域,对核心拥堵区、高峰时段及长时间停放实施差别化收费,引导车辆从核心区向周边疏散,从长时间占用向短时使用转变。

改革更深层的价值在于捍卫公共资源的公平属性。道路泊位作为稀缺公共资源,本应服务于动态出行需求,有的地方却常被少数人固化占用,这正是改革要破解的痛点。通过道路泊位收费高于平面停车场的差异化设定,引导车辆优先进入专用停车场,既保障道路交通安全,也让临时车位真正留给有需要的人,这正是对公共利益的有效维护。

针对沿街商户“怕吓跑顾客”的担忧,株洲的案例给出答案:车位周转率提升后,流动客源更易找到车位,反而有助于带动商圈活

力。呼和浩特还明确对小区“三证合一”居民给予优惠,兼顾商户经营与居民刚性需求。珠海翠福社区通过差异化收费化解商铺与业主矛盾的经验,也为政策细化提供了参考。

值得注意的是,收费改革仅是综合治理的一环。呼和浩特将新建停车设施作为根本举措,通过“平面改立体”“错时共享”等方式挖潜扩容,同步推进的智慧停车平台,更将通过实时查询、无感支付等功能,解决“找位难、付费烦”的实际问题,让城市治理既有力度更有温度。

从3月份新城区北垣街沿线试点区域获得市民称赞,到10月份公开征求停车收费意见,这场改革始终坚持以民意为导向。当我们理解了停车资源的稀缺性,并看清了“短时免费、长时加价”的引导逻辑,便会明白,让车位快速流转,让道路回归畅通,让公共资源服务更多人,这才是改革的真正目标。期待在市民的建言献策中,这场改革能愈发完善,让呼和浩特的出行更便捷、更有序。

缓解“停车难” 先破“改革难”

●高宏鑫

近日,《呼和浩特市城区政府定价停车场动态分时非线性阶梯停车收费改革方案(公开征求意见稿)》正式面向社会征求意见,引发了市民的广泛关注与热烈讨论。笔者认为,破解“停车难”的前提,是先平稳度过“改革难”的考验。

倾听并尊重民意是改革的基础。市政府网站的公众意见列表中,既有支持的声音,也有不少反对与疑虑。相关部门需安排专人系统梳理各类诉求,尤其要聚焦反对意见背后的核心关切,针对性制定回应与解决方案,并在最终方案中予以体现。对市民留言的每一条意见,应尽量给予充分反馈,对公众不理解的政策细节耐心解读,让征求意见真正成为凝聚共识的过程,而非形式化流程。

改革推进需讲究策略与节奏。是从一类核心区域逐步试点推开,还是全城“一刀切”同步实施?不同选择将直接影响改革效果与公众接受度。当前,太原、包头等周边城市也处于停车收费改革的征求意见阶段,呼和浩特不妨借鉴

同城域治理经验,探索更具创新性、更细致周全、更贴合实际的推进路径,既破解自身难题,也为周边城市提供可参考的实践样本。

因地制宜是改革的关键。征求意见稿提及“参考北京、深圳等先进地区经验”,但也需清醒认识到,呼和浩特在城市规模、市民收入水平等方面与一线城市存在客观差距。先进地区的改革思路与治理逻辑虽值得学习,但收费标准、实施细则等具体内容,更应对标经济水平、城市体量相近的城市,确保政策既满足治理需求,又不让市民感到负担过重。

改革难免伴随“阵痛”,但“阵痛”的程度取决于对民意的尊重程度与方案的精细程度。如何最大限度降低改革对市民生活的影响,如何通过科学施策真正缓解“停车难”,这既是对城市治理能力的考验,更是践行以群众为中心的发展思想的具体体现。唯有兼顾公平与效率、平衡需求与承受力,才能让停车收费改革真正赢得民心,为破解城市治理难题迈出坚实一步。

社会

广南

10月25日,呼和浩特体育场内响起阵阵欢呼,在4.5万名球迷的见证下,呼和浩特队以一记点球锁定胜局,成功捧起2025年“蒙超”联赛冠军奖杯。这不仅是一场体育比赛的胜利,更是呼和浩特以足球为支点,推动文体旅融合发展的一次精彩“破门”。

这场胜利对呼和浩特而言恰逢其时。作为内蒙古自治区首府,呼和浩特始终探索城市品牌塑造与经济发展的有效路径。“蒙超”联赛的成功举办与本土球队夺冠,为其提供了一条特色鲜明的发展思路——通过打造高水准体育赛事IP,为城市注入新活力。

足球赛事的综合带动效益,在本次“蒙

超”联赛中展现得淋漓尽致。单场总决赛吸引4.5万名观众现场观赛,整个赛季自治区现场观赛人数达80万人次,线上观赛更突破1825万人次。庞大数字的背后,是住宿、餐饮、交通、旅游等相关行业的直接受益。呼和浩特推出的“票根+”举措,让球迷凭联赛票根享受商圈优惠与免费游览景区,形成了“观看赛事+旅游消费”的完整闭环。整个赛季,自治区拉动消费4.06亿元,这一亮眼数据充分证明了体育产业已成为呼和浩特经济发展的新增长点。

更为深远的是,足球赛事显著提升了呼和浩特的城市形象与吸引力。当呼和浩特体育场的比赛画面通过媒体传播,累计获得

570多万人次观看,当“蒙超”联赛全网话题阅读量突破1.3亿,这些关注度已转化为城市品牌的广泛曝光。球迷赵先生带孩子现场观赛的画面,队员孟克特尔文享受主场氛围的由衷感慨,都在展示着呼和浩特的城市魅力与人文温度。这种“软实力”的提升,对吸引人才、投资与游客具有长远价值。

“蒙超”联赛的创新实践,为呼和浩特探索出一条文体旅融合的特色发展之路,打破了体育赛事单纯竞技的局限,将其延伸为连接文化、旅游、经济的综合性平台。从呼和浩特队的夺冠,到21岁大学生罗浩宇辗转两千里连战两场决赛,这些足球故事成为呼和浩特城市叙事的一部分,不断丰富着城市

的文化内涵。

赛事虽已落幕,但足球点燃的城市发展之火正旺。呼和浩特应乘势而上,将赛事带来的关注度与凝聚力转化为城市长远发展的持久动力。继续深化文体旅融合,培育更多本土品牌赛事,完善相关产业链条,让足球不仅能在绿茵场上带来胜利的喜悦,更成为推动城市高质量发展的强劲引擎。

这场足球盛宴证明,当体育融入城市血脉,其激发的能量远超想象。呼和浩特通过“蒙超”联赛的实践,已找到适合自身的发展节奏与方向——用足球讲述城市故事,用体育带动全面发展,这条特色之路正越走越宽广。

思评

万象

从新石器时代七孔骨笛、夏代镶嵌绿松石兽面纹铜牌饰,到周代大克鼎、秦代铜车马,再到汉代长信宫灯、唐代八曲葵花形螺钿铜镜……近日,《“国宝”时刻》文物超高清影像记录工程首批50部作品在2025中国广播电视精品创作大会台长论坛上正式发布。

受限于文物的物理空间与保护需求,很长一段时间内,观众只能隔着玻璃展柜与之相望;一些珍贵文物更是因为担心氧化、光照带来的影响,只能深藏于库房之中——这些传统的文物展示与保护方式,已无法满足人们更深层次的精神文化需求。如今,数字技术广泛应用,展览形式不断丰富,传播方式不断更迭,这些都为文物保护利用、文化遗产保护传承提供了更加多样化的途径,以创新之力打破时空壁垒,让观众近距离体会文物之美、文化之韵。

近年来,全国各地不少文博场馆纷纷创新展陈的“打开方式”,让“文博热”持续升温。其中,游客体验感、互动感的提升尤为凸显。例如,不少文博场馆推出考古体验活动,人们戴上手套,拿着“考古工具”,在模拟的“考古坑”里清理“土层”,不仅亲身体验文物挖掘的乐趣,更深切理解其背后的历史故事。一些非遗代表性传承人 also 来到文博场馆,在讲解非遗传承故事、示范非遗手工制作的过程中与观众一同领略非遗之美。各种各样的展陈活动,让原本抽象的历史知识变成具象的文化体验,也让文博场馆变成“文化客厅”,既彰显历史厚度又涵养人文温度。

科技的力量,为“文博热”持续赋能。当前,全景扫描、数字孪生、虚拟现实、裸眼3D等新技术、新玩法不断涌现,带给人们更加优质的观展体验。我们看到,AI等技术不仅能够还原文物出土的场景、重现消失的文物,还能让残缺的文物变得完整、褪色的文物重焕光彩;通过手机App,用户能360度操控屏幕,穿梭于数字文物模型内外,以“显微镜”视角观赏纹饰、肌理等细节;《清明上河图3.0》等展览通过8K超高清数字互动技术、4D动感影像重构文化场景,让厚重的历史跃然屏上……技术创新让不可再生、不可移动的文化遗产真正“活”起来,成为更加可感知、可触摸的文化载体,让中华优秀传统文化深度融入现代生活。

“文博热”长红,离不开媒体传播的创新表达。短视频平台与社交媒体快速发展,为文博相关内容的快速传播提供了广阔平台。其“短、平、快”的轻量化传播特性,让文博内容告别了“严肃教学”的面目,变得更加鲜活有趣。当文物以或傲娇,或俏皮,或呆萌的语气“说出”网络热词,再配上魔性的背景音乐,一个“爆款”视频也许就此诞生。当年轻人在日常聊天中,使用以文物为原型的搞笑表情包,历史文物及其背后的故事也就这样一种轻松的方式触达更广泛的受众,为“文博热”蓄积了更多“后劲儿”。不仅如此,在社交媒体的一些帖文中,如何更好“玩转”文博场馆的打卡攻略总能获得高赞,其内容更是可以细化到“如何设计路线”“最佳拍照点位”,带动更多年轻人爱上文化遗产,让“文博热”更可持续。

以创新推动“文博热”长红,有赖于进一步构建“技术+文化+产业”的良性生态。据统计,2024年,全国博物馆接待观众14.91亿人次,文创产品销售收入34.28亿元;全国文化产业实现营业收入19.14万亿元,营收规模再创历史新高。“文博热”带动“文旅游”,正是文旅融合出新出彩的生动体现,有利于进一步释放消费潜力、带动当地发展。浩如烟海的文化遗产,为文创IP打造与产品开发提供了“天然宝库”。无论是从传统纹样、图案色调中提取美学灵感,出品丝巾、彩妆等;还是将“网红文物”设计成Q版周边,“变身”为钥匙扣、小玩偶、冰桶贴;抑或是提取出文物背后的历史故事与文化元素,设计成文具套装、工艺摆件等,这些文创产品将历史文化与现代审美、生活需求紧密结合,并进行创新转化,让文物保护与经济发展交相呼应,成为带动“文博热”长红的重要力量。

(据《光明日报》)

用创新推动「文博热」长红

·王禹欣

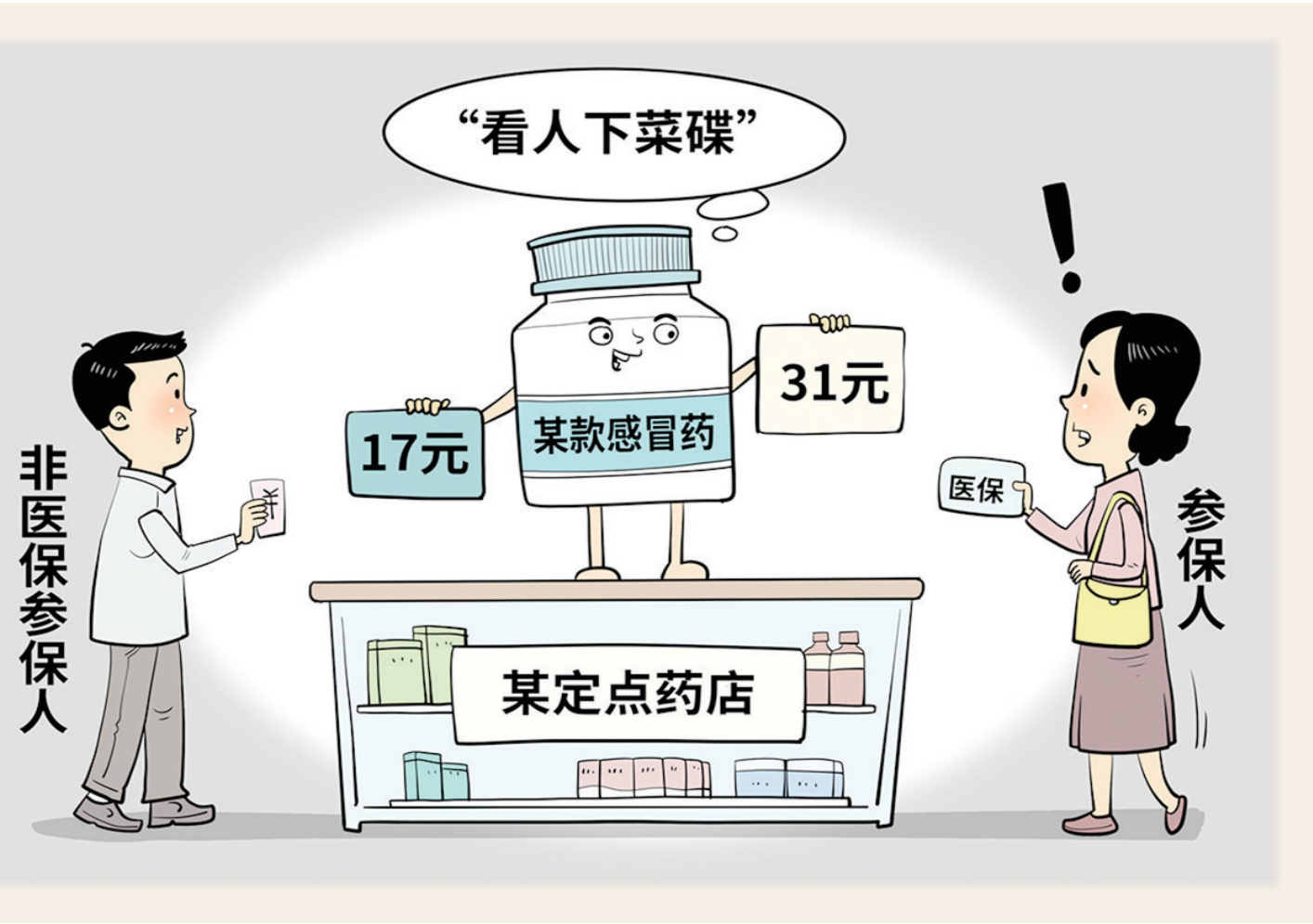
画里

有话

“阴阳价”

同一家药店同一款感冒药,非医保参保人购买是17元,参保人购买却变成31元,相差近一倍。网友吐槽“药店先问刷不刷医保,再推荐,满满套路”。药店“看人下菜碟”的“阴阳价”行为,侵蚀医保基金安全,损害参保人切身利益,削弱公众对医保制度的信任,必须坚决整治。

■新华社发 朱慧卿 作



让内蒙古味道“走”得更远

●王英

成为“流量美食”,与其创新吃法有直接关系。奶皮子冰糖葫芦、羊肉奶皮子汉堡的制作方法,是传统美食与现代形式相碰撞的新尝试。奶皮子有了新搭档、羊肉有了新吃法,这样的创新既保留了传统的醇厚风味,又融入了现代的便捷形式,让地域特色食材转化为符合当代消费习惯的新形态,也让北疆文化以更易接受的方式进入公众视野。

当然,任何美食创新,若无法打破地域限制,都难以形成持续影响力。内蒙古特色美食能够走向全国,得益于日益完善的物流体系。以中通快递

为例,借助其完善的干线运输、航空物流,可实现24小时到达京津冀、48小时到达江浙沪的快递时效,改变了特产消费的地理限制。截至目前,呼和浩特全市邮政快递行业有冷库8个,面积达7410平方米,配置制冷保鲜设备网点134家,这些基础设施保障了内蒙古特产的新鲜度,让千里之外的消费者能够品尝到地道的内蒙古味道。

短暂走红易,持续发展难。要让内蒙古味道真正“走”得更远,还需要坚实的产业支撑。值得关注的是,食品产业是“为耕者谋利、为食者造福”

的重要民生产业,更是连接乡村与市场的关键纽带。因此,不仅需要加强地方特色食品产业集群建设,保障食品工业产业链供应链稳定畅通,抓实地方特色食品消费元素嵌入夜间经济、特色餐饮集聚区、大型商业综合体等消费载体,更要严守食品安全底线,压实生产企业食品安全主体责任,坚决防范化解各类风险隐患。只有食品产业发展了,才能助推地方特色食品体系的构建,实现从“有”到“强”的跨越,成为乡村全面振兴的动力引擎,为地方经济社会高质量发展注入源源不断动能。

观点

大家谈

连日来,奶皮子糖葫芦、奶皮子羊肉汉堡等内蒙古特色美食接连走红网络,成为新晋“流量美食”。随之而来的是呼和浩特快递业务量飙升,奶制品、牛羊肉等特产快件已占寄递总量的三成。

奶制品的火爆出圈并非偶然,首先源于其深厚的文化底蕴。作为内蒙古地区的传统美食,奶制品承载着草原儿女的饮食智慧与历史记忆,无论是奶皮子、奶豆腐,还是奶嚼口等,都已超越事物本身,成为活态的文化符号。

其次,创新是其走红的关键。传统奶制品并非今日才有,之所以近日