携手同行,共答“发展三问”

——“打造亚太发展下一个‘黄金三十年’”系列评(上)

湖南日报全媒体评论员 曹茜茜

要把一个什么样的亚太带到本世纪中叶?如何打造亚太发展的下一个“黄金三十年”?在这一进程中如何更好发挥亚太经合组织作用?当地时间11月17日,在美国旧金山举行的APEC第三十次领导人非正式会议上,中国国家主席习近平发表重要讲话,呼吁秉持亚太经合组织初心,共促亚太高质量增长,并承诺中国将以中国式现代化为推动实现世界各国的现代化提供新机遇。响亮的中国答案,为亚太合作指明了前进方向,为亚太和世界经济增长注入了更多信心与动力。

今年是亚太经合组织首次领导人会议召开30周年。“三十而立”,意味着步入成熟,也意味着全新旅程的开端。回顾过往,正因顺应和平与发展的时代潮流,坚持开放包容的主旋律、共同发展的总目标、求同存异的好做法,有力促进了区域贸易和投资自由化便利化、经济技术发展、物资人员流动,创造了举世瞩目的“亚太奇迹”。当前,世界进入新的动荡变革期,世界经济增长动能不足,不稳定、不确定、难预料因素增多。破解这些全球性问题,必须用好可持续发展这把“金钥匙”。

亚太地区人口占世界三分之一、经济在全球占比逾六成、贸易占比近半。这样的发展体量,面临的风险挑战自然更多、更复杂,更需要走和平发展、和衷共济之路。推动亚太合作、促进亚太发展,中国是倡导者,也是行动派。从提出树立“亚太命运共同体意识”,到倡导共建“互信、包容、合作、共赢的亚太伙伴关系”,再到精心勾画“全方位互联互通蓝图”……中国智慧与务实行动,引领亚太航船穿云破雾。过去30年,亚太地区平均关税水平从17%下降至5%,人均收入翻了两番还要多,十亿人口成功脱贫。

“中国已经成为最佳投资目的地的代名词,下一个‘中国’,还是中国”,在亚太经合组织工商领导人峰会发表的书面演讲中,习近平主席的一番话充满思辨力与洞察力,道出了中国发展的多重优势,也释放出热忱迎客的鲜明信号。大国自信从何而来?就拿刚刚落幕的第六届进博会来说,按年计意向成交创历届新高,金额达784.1亿美元、比上届增长6.7%。目光投向更远处,联合国贸发会议发布的《2023年世界投资报告》显示,2022年全球外国直接投资下降12%,中国吸引的外国直接投资额却逆势增长5%。任由时代风云动荡,中国始终是世界经济稳定之锚、增长之源。

“你看那个地瓜,它的藤蔓向四面八方延伸,但它的块茎始终长在根基位置。同样道理,无论发展到什么程度,中国都将扎根亚太、建设亚太、造福亚太。”中国与亚太一起携手前行、共同答好“发展三问”,定能“根壮藤旺”,再创“亚太奇迹”,打造出亚太发展的下一个“黄金三十年”。

相得益彰:合肥城市发展的启示

刘纯银

近日,2023国际空间设计大奖·金创意奖公布获奖名单,合肥市瑶海区城市更新项目——时埠里——一个以老旧厂房改造为核心的文旅街区,拿下本次大赛专业奖——公共空间建筑规划银奖。

时埠里位于合肥市瑶海区核心地带,瑶海区又是合肥工业文明的发源地,其辉煌的工业历史承载过合肥人的骄傲,至今仍深深烙印在人们的记忆里。

进入新世纪后,随着合肥市城市规划调整,这片饱含工业气息的沸腾土地追随着时代的步伐,驶入转型发展“快车道”。合肥第一个沿河而建的商业街区,合肥第一座城市景观跨河缆车,大烟囱变身为体现城市温度的温度计,玫瑰楼梯、玻璃桥、绳索桥、巨大的锅炉,以及今年9月首届中国(安徽)原创服装设计大赛在这里盛启……如今,由工业老旧厂房焕新而来的时埠里文旅街区,以“时空漫埠,唤起瑶海记忆”为主题,将工业记忆和现代时尚相结合,突破传统街区布局形式,沿二十埠河两岸,打造出创意型河畔文化旅游街区。文化引领+特色元素“加身”,让时埠里不仅引领城市潮流生活新风向,而且成为合肥文旅新地标。

文化是城市的灵魂,亦是城市的时代IP。近些年来,合肥越来越重视开发城市更新工作中文化多元价值,既着力改善民生,也不断满足人民日益增长的精神文化需求。合肥不仅获批建设全国第二个综合性国家科学中心,已成为国家科技创新试点城市、国家创新型试点城市,2019年还荣登文旅部认定的国家级文化和科技融合示范基地集聚类十强榜单。一系列突破性进展和标志性成果,让这座科创之城“文光熠熠”。

如今,在合肥,科创、文化元素随处可见——科学岛、大科学装置集中区等国之重器加持,“一城三园”全域布局,科创企业如雨后春笋迅速发展;三国古韵延续千年,老城保护更新涵养城区文化气质,现代公共文化服务已成体系……今年国庆前夕才开门迎客的园博园,让合肥的城市面貌、人文气质、创新精神、发展成就再次成为世人瞩目的焦点。难怪,近日来自英国的网红视频博主巴雷特打卡合肥骆岗公园时不禁感叹:“我还从来没有见过把原来的民用机场跑道包含在一个公园里的创意,而且这里的景色实在是很美!”

城市的气质,从来都不可能一蹴而就。每个城市都有自己独特的气质。期待有更多的城市像爱惜生命一样保护好城市历史文化,注重城市个性或城市文化特征的打造,就有可能打造出专属自己的品牌优势。

“地下层商业”为何成了香饽饽

冯海宁

在固有印象里,“地下层商业”似乎比“地上层商业”要“略差一节档次”。但近些年来,越来越多的新商业项目开始着力打造B1、B2层,快时尚、黄金珠宝等商场一楼的“常客”品牌也乐于“下沉”。这背后是消费者消费模式甚至出行模式的变化,同时也是线下实体商业迎来的新机会。

大型商场、购物中心的“地上”部分主要是知名品牌门店,每个店面的占地面积较大,装修比较讲究甚至豪华,产品相对高端且售价不低。而B1、B2层以小型餐饮门店、超市为主,产品种类更为丰富、集中,价格普遍比较亲民。

“地下层商业”生意火爆的原因之一是便利。“地下层商业”大多与城市地铁打通,并且离停车场更近,市民出入地铁站可就近消费、顺道消费。

消费品类齐全和高性价比,也吸引了不少消费者。如不少商超的B1、B2层集中了各地特色美食、知名饮品、服装专卖店、超市等,可满足绝大部分消费者的日常需求,而且与楼上品牌店动辄大几千的消费来比,地下商业的价格也更能让人接受。

伴随着B1、B2层渐渐成为人潮云集的热门场所,一些大品牌也开始跟着消费者的步伐往“下”走,只为离消费者更近一步。其中就包括一系列汽车品牌,如长沙梅溪新天地的“极氪空间”、洋湖天街的比亚迪4S店……

当然,人们扎堆“地下层商业”并不等于“地上层商业”无人问津。不少中高收入人群仍选择到一楼及以上楼层去消费,其消费体验可能会更好。“地下层消费”与“地上层商业”间出现的动态变化,折射出消费者新的消费动机,有心者不妨好好研究一番。

新闻漫画

为孩子营造一个更友好的世界

11月20日是世界儿童日。不同于人们熟悉的“六一”国际儿童节,这个具有社会现实意义的纪念日,不被大多数人熟知。联合国于1954年设立这个纪念日,旨在就儿童问题促进国际共识,提高全世界儿童的权利意识,改善儿童的福祉。

现代社会高速发展,成年人的世界被繁忙的事务挤占,但纵然如此,我们还是要多停下脚步想一想,对于孩子,我们是否做到了足够关爱。多一些陪伴、倾听和平等相待,让家庭更加和谐;多一些科学合理的公共设施设计,让城市更加友好;多一些如“幼有所育”的政策实践,让社会发展更可持续,等等。

文/图 朱慧卿

为“小哥医院”点赞

赵杰昌

“就医享受绿色通道,挂号还免费,诊疗费也能打八折,没想到咱们也能有自己的专属医院,这是今年冬天最暖心的事情。”近日,河北张家口市首家为快递员、外卖小哥等新就业形态劳动者提供专属医疗服务的医院——“小哥医院”在张家口宣化平安医院正式挂牌成立。

以快递小哥、外卖员、网约车司机等为代表的新就业形态劳动者,每天起早贪黑,奔波在城市的大街小巷。风里来、雨中去,工作强度大,容易让他们患上各种慢性疾病。在现实工作中,很多新就业形态劳动者的健康意识并不高,或工作忙碌,或为了省钱,他们往往选择“小病挺,大病拖”。

张家口市设立首家“小哥医院”,不但让新就业形态劳动者看病就医有了专属绿色通道,而且在价格方面也得到了诸多实惠。更重要的是,医院还从快递小哥、网约车司机易患病的重点科室选派优秀医生担任“驻点医生”,常态化为新就业形态劳动者提供就医咨询等服务,并为他们建立健康档案,让新就业形态劳动者能及时了解自己的健康状况。一系列暖心服务举措,让新就业形态劳动者的健康得到有效保障,同时也提升了他们的职业获得感、幸福感、归属感。

这是保障新业态劳动者群体健康权益的有益探索。期待各地持续发挥聪明才智,探索出更多可操作性强、可供复制推广的经验,解除新业态劳动者群体的后顾之忧,促进平台经济长远发展。