

城市锐评

城乡建设须坚持“三个敬畏”

■黄琳斌

近日召开的全国住房和城乡建设工作会议提出,推进住房和城乡建设事业发展,必须坚持敬畏历史、敬畏文化、敬畏生态,在保护中发展、在发展中保护,建设好人与人、人与自然和谐共生的美丽家园。

做到“三个敬畏”,是完整、准确、全面贯彻新发展理念,推动城乡建设高质量发展,满足人民日益增长的美好生活需要的迫切要求。

城乡建设从来就不是独立于政治、经济、社会、文化、生态之外,自成一个封闭循环的系统,特别是在现代社会,经济、文化、生态等各领域之间具有很强的关联性,呈现出水乳交融、互相影响的特点,并且这种特点日益明显。正因为城乡建设是一个系统工程,需要有系统思维,综合考虑现实和历史、物质和文化、发展和生态等多方面因素,尊重客观实际和群众需求,加强调查研究,科学谋划,既要会算小账,更要会算大账、长远账、根本账。

一个地方拥有深沉丰厚的历史底蕴、特色鲜明的地域文化、山清水秀的生态环境,对滋养丰富人的精神世界、保障

人民的生活质量和生活水平具有重要意义,也是促进发展、吸引投资、聚集人气的独特优势和重要基础。这些资源一旦失去就难以复原甚至无法再生,更不可替代,应当切实保护好。历史、文化和生态资源还有一个共同特点,就是它们短期内无法为一个地方带来经济效益,保护、修复需要较大投入。这是导致一些地方急功近利、为追求短期利益而破坏历史、文化和生态资源的重要原因。领导干部只有学好历史知识、厚植文化底蕴、强化生态观念,才能为做到“三个敬畏”打好基础。

敬畏是因“敬”生“畏”、“敬”大于“畏”,是经过真切体会、深刻理解、高度认同后发自内心的一种价值坚守。敬畏历史,需要我们尊重历史发展轨迹和发展规律,保护好、传承好、利用好有价值的历史遗产;敬畏文化,需要我们保护、传承优秀文化,对之进行创造性转化和创新性发展;敬畏生态,需要我们尊重自然、顺应自然、保护自然,探索人与自然和谐共生、保护生态和促进发展良性互动之路。“三个敬畏”体现了共同的价值观、权力观、政绩观,那就是以最广大人民的根本利益为发展的出发点和落脚点。

近年来,一些地方在城乡建设中“换

一任领导改一任规划”,漠视历史、漠视文化、漠视生态的现象频发,造成无可挽回的损失。典型的是为片面追求房地产开发的经济效益,在城市改造中大拆大建、拆真建假,破坏传统历史文化风貌,破坏具有保护价值的老建筑、古民居和传统街巷,破坏原有的地形地貌,随意改变或侵占河湖水系等。这些都割断了城市的历史文脉,损害了地域文化传承,破坏了自然生态环境,伤害了市民对城市的美好记忆和深厚感情。中共中央办公厅、国务院办公厅不久前印发的《关于在城乡建设中加强历史文化保护传承的意见》指出,在城乡建设中系统保护、利用、传承好历史文化遗产,对延续历史文脉、推动城乡建设高质量发展、坚定文化自信、建设社会主义文化强国具有重要意义。这鲜明体现了“三个敬畏”的发展理念。

心有敬畏,方能言有所戒、行有所止。各地、各级领导干部都应当把为民造福作为最重要的政绩,尊重发展规律、尊重生态环境、尊重历史文化,尊重群众诉求,坚持科学决策、民主决策、依法决策,加强审批监管,完善专家论证、公众参与、风险评估、合法性审查等程序,不断提高城乡治理体系和治理能力现代化水平。



察言观社

读懂“不买年”背后的真意

■张玉胜

新年伊始,很多年轻人纷纷在社交平台上写下了自己的新年计划,其中“不买年”就是颇具人气的关键词之一。这里的所谓“不买年”,并非真的是全年啥都不买,而是要有所节制和理性选择地去消费。专家将其解读为“并不是不买,而是高质量的‘买买买’”,无疑道出了其背后真意。读懂这一点,有助于深刻理解当下年轻一族关于理性购物的生活态度的变化。

购物消费既是人们不可或缺的日常性行为,也是拉动社会内需、促进经济发展的重要引擎,其积极意义不容小觑。但凡事皆有度,购物消费也需要把握分寸、坚守原则、保持理性,比如实施量入为出、按需购物、有计划消费等。曾几何时,一些“头脑发热的剁手党”们,罔顾自己的经济实力和生活需要,一味地追新潮、赶时髦,人云亦云、从众跟风。凡商家推出的降价促销、打折优惠活动都乐意参加,逢年过节也毫不犹豫地“买买买”,结果花了不少冤枉钱。

媒体报道提到的年轻人王芳语自述,她在朋友圈留下“2022年,挑战‘不买年’”的签名,就是缘于其对“收拾屋子的时候,我发现自己有很多未拆封的化妆品,甚至有一些都忘记了是什么时候买的”的生活反思。王芳语喜欢追求时尚、攀比博主,总要在网络购物平台上搜索博主推荐的同款下单。“仿佛只要我购买了同款商品,我就能和博主们一样漂亮。但最后发现,拥有这些商品之后给自己带来的改变微乎其微。”这不仅是王芳语一个人的经历与感受,也是当下不少疯狂购物者的现实体验。

反思冲动式消费的“买买买”,不仅造成了有悖于“物尽其用”原则的经济和资源浪费,更空耗了精于算计的大量宝贵时间和精力。挑战“不买年”,就是要摒弃过往不计成本、不顾需要的盲目跟风式消费观,树立起精打细算、科学谋划、按需购物的清醒式消费观。凡事都要以喜欢、需要和适用为前提,对购物消费梳理出轻重缓急和分门别类,将有限的“买买买”资金使到刀刃上、用到关键处,发挥出最大的经济效益、使用价值和社会功能。

当前,在社交平台上,不少网友晒出了自己的目标清单、分析图表、打卡记录等,以此来监督自己,同时鼓励更多人戒掉不良的消费习惯,从而和大家一道,变贪图物质享受为注重生活体验,通过理性消费拥抱精致生活。

从“头脑发热般剁手”转变为“人间清醒式下单”,反映的不仅是年轻一族的购物消费观念转变,也折射出由盲目、浮躁趋向冷静、理性的生活态度的转型。让疯狂“买买买”步入高质量的有序购物新阶段,契合当下我国经济由高速增长转变为高质量发展的大趋势。这或将成为新时代年轻人应有的精神状态。

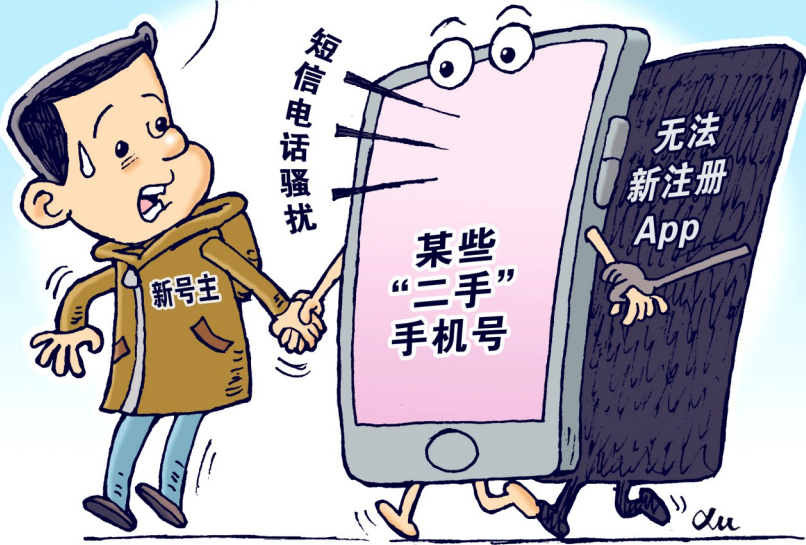
“难断前缘”

近日,广东省广州市陈先生手机收到一条“追债”短信:“刘某某……因欠款逾期多次沟通无果,我方团队今天已开车出发前往你户籍所在地和单位分别进行核实……”陈先生很纳闷,刘某某是谁?刘某某的欠款短信怎么发到自己手机上了?打电话问营业厅后才知道刘某某是该手机号的前号主。

因购买到“二手号码”遭遇短信电话骚扰、无法新注册APP的用户不在少数,如何才能让手机号“干干净净”回归用户?

新华社发 徐骏作

遭遇“前任”骚扰



微言微语

外卖平台“凑单满减”会诱发浪费吗

背景:

随着现代社会生活工作节奏的加快和数字经济的发展,餐饮外卖逐渐成为生活不可或缺的一部分,外卖市场蓬勃发展。截至2021年6月,我国网上外卖用户规模达4.69亿。为在外卖行业占领一席之地,不少外卖商家通过设置起送额度、优惠满减、半份菜等活动开展营销,吸引消费者。

然而,有媒体调查发现,这些活动背后滋生着大量的餐饮浪费问题。外卖平台的“凑单满减”促销手段,会诱导消费者购买原本不需要的食品。此类“名为优惠、实为浪费”的现象也让消费者很无奈。

①《北青网》:外卖平台搞的优惠满减看似是给消费者送实惠,点得越多,优惠幅度越大。实质上是利用人性弱点,搞诱惑性营销、煽动性营销,很容易打破消费者的“理性防火墙”;一些消费者的确也难抵利益诱惑,加点了些原本不必要的餐饮,浪费也就不可避免。优惠满减,虽不至于像起送额度和“最低消费”那样“逼人浪费”,但至少会导致一种“被迫式浪费”。

②《法治日报》:外卖平台本身掌握了一定的消费者数据,可以根据大数据分析出消费者饮食趋势,同时进一步优化相应的营销机制。平台可以在点餐的页

面上以醒目的方式提示消费者按需适量点餐,并明确标注餐品的规格、风味、建议消费人数等信息,建立消费者点餐的积分奖励机制,引导消费者理性消费。

③《光明日报》:避免“指尖上的粮食浪费”显然需要消费者、外卖平台、商家三方合力。当务之急是优化现有的外卖营销活动,尽可能减少因营销活动造成餐饮浪费。营销活动是促进市场消费的常见手段,不能一禁了之。合理设置营销活动,与减少外卖餐饮浪费并不矛盾。此外,通过技术鼓励消费者参与节约粮食,同样也是科技改变生活的途径之一。