

我国城市标准化建设稳步推进

■刘正良 李翔

近日,中国城市报社等单位联合研制的《绿色低碳城市评价技术要求》《幸福城市民意调查指标》等多项团体标准相继发布。这些标准与正在实施的国家标准《品牌评价城市》《新型城镇化 品质城市评价指标体系》呼应补充,共同构成了闭环的标准理论体系,为落实质量强国战略提供新的技术支撑。

据悉,《绿色低碳城市评价技术要求》可用于不同地区间横向比较,或者不同年度间纵向比较,衡量城市绿色低碳建设状况,发现薄弱环节,指导城市绿色低碳转型。

《幸福城市民意调查指

标》则重新定义了幸福城市,旨在从群众角度评价政府治理,为政府提供决策参考和舆情监测依据,有利于政府防范治理风险。

标准品牌专家、中国城市报副总常亮表示,人类的一切活动,主要是为了高质量生活。早在2015年12月,中国城市报社就着手研制《品牌评价城市》(GB/T 35779-2017)国家标准。2017年12月29日,原国家质检总局、国家标准化委员会发布该标准,填补了我国相关领域空白。该国家标准按照国际公认的“品牌五要素”理论设定指标,为上升为国际标准奠定了基础,受到国际标准化组织和联合国副秘书长乔杜里好评。

2018年,中国城市报社参与研制的国家标准《检验检测机构诚信评价规范》由国家市场监管总局颁布。该标准强调权力部门诚信更具示范意义和表率作用,疫情中对核酸检测机构造假起到了遏制作用。

中国城市报社联合江苏省泰州市、清华大学研制的国家标准《新型城镇化 品质城市评价指标体系》(GB/T 39497-2020),给出了品质城市的内涵与定义,创建了城市全面发展的指标体系。2020年,国家市场监管总局颁布该标准,中国政府网对该标准进行推荐。

2018年,中国城市报社参与了全国城市标准化经验交流会,提出标准赋能城市的建议,受到国家标准委领导表扬。

受到国家标准委领导表扬。

2019年7月30日至31日,中国城市报社参与承办全国城市标准化研讨会和全国地方标准化工作会。会间,中国城市报社向中国标准化专家委员会主任张纲、世界标准化组织(ISO)前主席张晓刚等颁发顾问聘书,提出加快全国城市标准化进程的建议。

中国城市报总编辑、中国城市品牌评价项目组组长杜英姿表示,中国城市报社、中国城市品牌研究院依据国家标准和国家统计数据,连续5年发布全国城市品牌指数、全国城市传播指数、全国特色小镇指数等六大系列成果,为全国城市提供决策参考,获得上千家媒体累计2.5亿次传播。

观点

老字号如何持续“潮”

■陈世涵

什么是老字号?

中秋佳节,拎一盒杏花楼月饼,品尝团圆的滋味;新年将至,提一支芝兰图毛笔,挥洒来年的期许;乔迁新居,摆一款景泰蓝,营造东方的美感……遍布大江南北的老字号,在琐碎的柴米油盐里,也在雅致的琴棋书画中,它们展示着物质的丰裕,更传承着文化的底蕴。

不久前,商务部、文化和旅游部、国家文物局联合印发《关于加强老字号与历史文化资源联动促进品牌消费的通知》,提出加强老字号文物修缮保护、鼓励老字号融入传统街区建设等。加强老字号历史文化资源挖掘,成为当下推动老字号创新发展的重要途径。

老字号一头连着千家万户的日常生活,一头也连着千姿百态的文化传统。义利食品传承“先义后利”的开店宗旨,荣宝斋装裱普通中堂有17道完整工序……精湛的传统技艺、可贵的工匠精神与独特的服务理念,让老字号成为一代代人的成长记忆。老字号坚守商业道德,追求精益求精,以匠心收获口碑,满足着人们对高品质商品的期待。

随着城市商业生态的更新,一些老字号也面临不小的挑战,如何摆脱“经得住百年风雨,经不起市场洗礼”的经营窘境,不断擦亮金字招牌?历史文化资源开发为老字号的推陈出新提供了新思路、新途径。

除了传承手艺、严格品控,老字号更应挖掘传统手艺的当下价值,增加文化创意附加值。天津劝业场大楼、黑龙江马迭尔宾馆、上海豫园……这些老字号旧址或是通过开设场景化、交互式的老字号博物馆,讲述老字号的文化故事;或是融入历史街区保护建设,成为城市更新的有机组成部分。一处处集商业、文化、旅游等于一体的老字号综合体,让人们在原址原境中品味老字号的原汁原味。

当下的老字号,亦是曾经的“新国潮”。“持中守正”与“出奇制胜”始终流淌在老字号的基因里。从与文博文创、国漫的跨界合作,到线上直播的渠道拓展,再到打造互动式、个性化新零售的创新理念,年轻人感受到了老字号在时代洪流中的无限生机,也看到了它们在传统与潮流、品质与个性中的坚守与蜕变。

当工业生产取代了手工制作、当网络直播代替了市井吆喝,老字号里有始终不变的坚守,也有锐意求变的朝气。期待老字号通过多种途径挖掘历史文化资源,擦亮招牌、做强品牌。

山东老字号新春购物节开幕

2月16日,山东省济南市“老字号新春购物节暨齐鲁新春美食月”活动启动,吸引10个省的近200家老字号、非遗及预制菜企业齐聚,激发消费热情。图为当日,非遗传承人现场展示织布技艺。

中新社记者 孙婷婷 摄



陕西:小小“土特产”搭建老乡就业大舞台

■新华社记者 陈晨 李亚楠 邵瑞

一边将猕猴桃打包,一边将快递单迅速贴在包装箱上。在位于陕西省武功县的京东物流陕西智能供应链中心的自动分拣线前,39岁的郭甩维动作麻利。这位平时在家种植猕猴桃的当地农民,利用农闲时间来此工作。“既能照顾家,还能挣一份钱贴补家用。我自己种果子,也懂果子,挺喜欢这份工作。”她说。

在她身后,堆积如山的包装箱里装满产自西北多地的各色水果。工作人员正开动叉车,将一箱箱水果整齐送入车间外停靠的物流大货车上。

“中心主营武功及周边地区猕猴桃的仓储、分拣和配送,并根据季节销售新疆、甘肃等地的西梅、黄河蜜瓜等特色农产品,平均每天有16万单货物从这里发出。”京东物流西北分公司副总经理李大爽说,该中

心吸纳了200多名员工,其中多是武功及周边地区的村民。

位于八百里秦川腹地的武功是陕西农业大县,猕猴桃种植面积达11.8万亩。从早年间农民家庭作坊式的网销猕猴桃起步,当地因地制宜做大做强农产品加工流通业,如今,以农产品深加工为主导的电商物流产业已成为武功的首位产业。

武功县常务副县长孙波说,作为全国电子商务进农村综合示范县,武功瞄准终端市场消费需求,围绕“土特产”久久为功,去年全县电商销售收入达55亿元。每天,数以十万计的鲜食及深加工农产品订单从这里发往全国各地,380余家电商企业直接带动了1.6万人就业,“小小的‘土特产’,搭建出老乡就业的大舞台。”

270公里之外,秦巴山区深处的陕西省旬阳市,当地人

司空见惯的拐枣、食用菌等“土特产”,已经衍生出拐枣醋、拐枣酒、富硒木耳等深加工产品,良好的生态优势正在转化为经济效益。受益于此,许多农民工外出务工不再背井离乡,在家门口的富硒食品加工企业就能找到一份满意的工作。

走进位于旬阳市神河镇金河口村的一家食用菌公司,高大明亮的温室大棚内,菌棒摆放整齐,香菇已经冒头。“今年春来早,温度适中,正是出菇的好时机。”在此工作的村民张玉娟说,自己每月收入3000多元,活儿不算重,干得很舒心。

“旬阳本地有土法栽培木耳的传统,现在通过工厂化生产、集约化制备和设施化栽培,产业实现了升级,联农带农的能力也在逐步释放。”企业负责人周智国说,除直接吸纳100多名村民就业外,企业还带动

了336户群众种植食用菌,户均增收9600余元,老乡们从“土特产”里收获了真金白银。

一些地方向一二三产业融合发展要效益,基于“土特产”的产业集群渐成规模。作为陝西传统的“小磨香油之乡”,咸阳市三原县做足“厨房和餐桌”里的文章,整合中小企业和手工作坊,采用产业园区化、采购抱团化、加工标准化等市场化手段打造香油产业园,去年全县香油产业产值超过20亿元,规模以上企业达15家。

“园区化生产延长了产业链条,实现了农业‘接二连三’,弥补了产业自然发展初期小散弱等短板,既带动了本地农产品就地转化,也将更多群众镶嵌在产业链上就业。”三原县常务副县长刘航说,目前全县在小磨香油产业链上的就业人群已超过1万人。