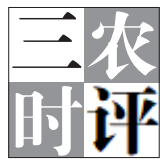


让数据共享真正在乡村发挥作用

□□ 余瑞



让数据跑动起来、回流共享至县城乡镇,乡村治理将更加科学高效。引导数字技术参与乡村规划建设,不仅要看到“数”的便利性,更要关注“人”的获得感。

乡村建设,规划先行。如何做好村庄规划,是当前很多方面面临的共性难题。据媒体报道,广西通过数据共享破解资料收集整理难题,采用信息技术手段提升规划编制效率,探索出一种低成本、实用性、简易型的模式,2023年全区节省村庄规划编制费用约3.2亿元。这一做法引发多方好评。

编制“多规合一”的实用性村庄规划,是建设宜居宜业和美乡村的关键一环。虽说不是所有村庄都具备编制规划的条件,但仍有巨大需求。不同村庄地域差异大,发展阶段不同,自然资源、文化传统等各具特色,可以说没有一个统一的模式能“包打天下”。同时,每一个规划都要切合当地实际,前期需要大量人文地理等方面资料的收集整理工作。据笔者了解,河南省目前规划编制平均费用为5万-10万元,而广西则平均要花费约20万元甚至更多。对于很多财政能力有限的县城、乡镇而言,是一笔不小的开支。目前,我国多数省份的村庄规划编制,距离完成“有条件、有需求的村庄应编尽编”的目标还有一定差距,较高的成本投入正是制约因素之一。

仔细分析村庄规划高成本的原因,资料收集整理难占据了相当比重。编制一个村庄规划,要先摸清“家底”,这既包括自然信息,如天文、地理、气候、耕地、森林

等资源条件,也包括社会信息,如人口资源、产业基础、基础设施和公共服务情况、民俗风情等,内容涵盖方方面面。需要组织设计人员查阅资料、挨家挨户走访调研、动用无人机航拍测绘,自然要费很多工夫,还可能面临数据格式多样、标准不统一的问题。但事实上,这些信息并非无处可寻,只要打通自然资源、住房和城乡建设、农业农村、文化和旅游等部门之间的数据壁垒,难题就能迎刃而解。广西就是利用国土空间规划“一张图”,收集整合了自治区22个部门共37类村庄规划基础数据,搭建安全可控的数据共享服务平台,免费分发给市、县、乡镇、编制单位和村民使用,大幅降低了收集整理资料的时间和费用成本。通过数据共享互通,有利于在规划编制过程中综合统筹村庄内部人口、公共服务、土地利用、生态安全以及历史文化传承之间的关系,更好优化空间布局,促进产业发展。

不只是村庄规划编制,数据共享对于提升基层治理效能还有更远的意义。当前,我们正处于一个“万物互联”“万物

皆数”的信息时代,信息传播成本越来越低,但筛选处理大量数据信息需要投入的时间精力比以往任何时候都多,信息获取成本实际上越来越高。对于基层而言,数据是助力科学决策的重要依据,可大量数据往往归集在省市层面、分布于各条线,基层掌握的数据不够完整、准确,获取数据的途径也较为欠缺。其实,这些数据本就来自基层,经标准化处理后,完全可以让它们安全连接、充分流动起来,释放更大价值。如果把共享服务平台看作整合了各类数据资源的“底座”,各部门各层级的数据接口就像一个“插头”,将“插头”置入“底座”,让数据跑动起来、回流共享至县城乡镇,乡村治理将更加科学高效。

除了资料收集整理,如何提高规划实用性也是待解的难题,行之有效的办法当然是鼓励村民充分参与规划编制。但现实中,很多乡亲看不懂那些复杂的专业绘图、表格,有的村庄青壮年劳动力长期在外就学求学,村民难以直接参与规划编制。各地探索出一些办法,比如前文提到的广西组织研发用于村庄规划调研和快

速编制的软件,村民用手机“扫一扫”即可查看高清实景影像规划图,填问卷、提诉求,为建设家园出谋划策。互联网打破了时空界限,村民既能便捷使用职能部门的数据资源,也可以随时“在场”参与村庄建设,共享数字化发展成果。这也启示我们,引导数字技术参与乡村规划建设,不仅要看到“数”的便利性,更要关注“人”的获得感。

值得一提的是,在这个过程中,还要注意防止“数字排斥”。比如,不能过度依赖技术而忽略了老年人等数字化能力不足群体的意见需求,不能过度依赖电脑里的统计数据而减少了面对面的走访交流。毕竟,相比一些硬性指标,邻里关系、村民精神风貌等情况是无法通过在线问卷一键得知的,更要靠基层干部“身入”“心至”的实地调研。

当前,利用信息化技术破解村庄规划痛点,有了更加清晰的指引。今年2月,自然资源部、中央农办印发《关于学习运用“千万工程”经验提高村庄规划编制质量和实效的通知》,提出要依托国土空间基础信息平台,应用信息化手段提升村庄规划编制和实施的指导服务能力,有效控制规划编制和实施成本。我们期待各地探索出更多高效率、低成本的实用办法,将规划“蓝图”化为振兴“蓝图”,让更多农民从中受益。



本期关键词
中药餐饮

一个中药冰激凌售价38元、一款中药面包售价52元……伴随中医养生理念逐渐“火出圈”,餐饮业掀起一股“万物皆可入中药”的风潮,许多消费者“入坑”中药餐饮的同时,发现这类商品售价普遍高于同类商品,因此时常引发对“中药餐饮价格”的讨论。

很多消费者表示愿意为养生买单,认为食品饮品加入中药成分后售价偏高是正常现象,可以接受;也有不少人认为中药餐饮食品的噱头大于功效,偶尔尝尝鲜还行,不会长期为其高价买单;还有专业人士提醒商家,除了关注成本之外,关键是要注意药材的品质,确保产品的质量和安全。对此,你怎么看?

中药餐饮应有科学标准

□□ 殷选择

在笔者看来,食品饮品引入中药高价销售,实则噱头大于功效,应当理性看待。所谓“养生药膳”,并不是什么食品饮品都能随随便便与某些中药混在一起,防止企业过度炒作养生概念、哄抬价格。同时,中药餐饮涉及食品安全,关系到消费者的健康,监管部门应紧盯产品

疗程判断,都有一系列科学标准、操作流程等,严格遵循方有可能药到病除。另一方面,中药的专业性很强,每个人体质各异,缺乏相关专业素养的商家想要在专业性和适配度方面做好很难,健康与味道好之间也不容易平衡,中药餐饮并非人人适合。

一方面,就医用药,少不得执业医师一番“望、闻、问、切”,并且还需对症下药。而中药的用法用量、患者的病情程度、对症的

因此,消费者对高价销售的中药食品饮品应当有清醒认识和正确判断,偶尔尝尝鲜还行,不必过度追捧。

监管步伐须及时跟上

□□ 明伟方

随着中医养生理念的普及,中药餐饮市场日益火爆,吸引了众多消费者的关注。然而,中药餐饮商品售价普遍较高,消费者对此颇有微词。面对这一新情况,相关部门要及时跟上监管步伐。

质量与安全,提高从业人员的业务素质和法律意识,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。

笔者认为,可以鼓励企业公开透明地展示成本构成,让消费者花“明白钱”,防止企业过度炒作养生概念、哄抬价格。同时,中药餐饮涉及食品安全,关系到消费者的健康,监管部门应紧盯产品

需要特别明确的是,中药餐饮有其特殊性,《中华人民共和国食品安全法》中明确规定,生产经营的食品中不得添加药品,但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质。在监管中应尤其注意这一点,守住法律底线,依法维护消费者权益。

发展中药餐饮要找对路

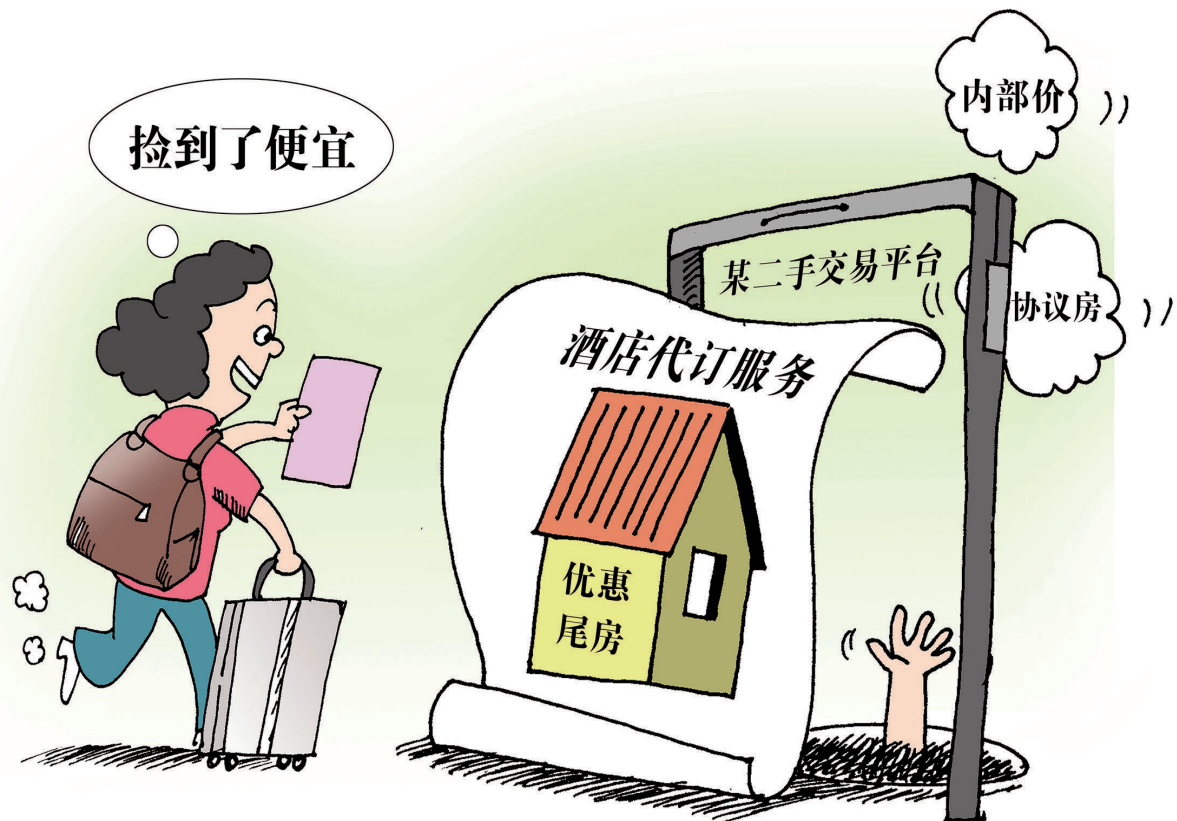
□□ 张军伟

取药物之性,用食物之味,药借食力,食助药威,可谓药膳。流传至今的药膳制法和配方,是由前代医者不断研究以及群众长期生活实践得来的,并不是药材和食品的简单杂糅。如果不经细致研究开发就仓促上阵,反而会让中药餐饮该有的“养生属性”打了折扣。

退去,发展便难以继。大众应具备一定的康养知识,才能合理选择中药餐饮产品,找到正确的食补方式。消费者间经营者都应秉持理性,让药膳研究和实际应用脚步走得更远更扎实。

经营者必须通晓医理药理,才能做好中药餐饮,赢得消费者的信任和支持。要尊重药膳开发的科学规律,不能盲目跟风做“热点投资”,否则一旦热度

中医的膳食养生绝非简单的药食混合,更不能成为一种随意贴标签的营销手段。只有以审慎的态度对待,在科学论证和严格监管的基础上,合理地将中医药理念应用于餐品开发,才能真正将中医药发扬光大,为消费者提供更多健康选择。



基层调研不能只追“星”

□□ 陈文华

基层调研是领导干部了解基层实际、倾听群众呼声的重要途径。然而笔者发现,在实际工作中,个别单位和领导干部却陷入了“追星式”调研的怪圈,只盯着“明星村”“明星企业”“明星项目”看,忽视了与广大基层群众的交流和沟通。这不仅违背了调研的初衷,可能还对基层工作造成了不良影响。

有的单位和领导干部图方便、省事,直接选择那些已经出名的“明星项目”“明星企业”作为调研对象,认为这样既能完成任务,又能展示成果。有的则喜欢搞“花架子”,带着一帮人浩浩荡荡地走进“明星村”,拍照留念、走马观花,然后匆匆离去。这种调研方式不仅无法获取真实、全面的信息,还容易给基层带来负担和干扰。更为严重的是,“追星式”调研还会对基层工作产生误

导。一旦某个村、某个企业或某个项目被贴上“明星”标签,就会吸引大量的关注和资源,导致其他同样需要帮助的地方被忽视,甚至会加剧基层发展的不平衡。

基层是服务群众的最前沿,只有真正了解群众的需求和期盼,才能更好地为他们服务。如果只是盯着“明星”看,就难免会偏离服务群众的轨道,难以发现和解决问题,更谈不上推动工作创新发展。为

此,领导干部要树立正确的调研观念,坚持问题导向,切实把群众的需求和期盼作为调研的重点,还应拓宽调研渠道,充分运用大数据、云计算等现代信息技术手段,提高调研的效率和准确性。

当然,研究基层好经验、好做法的成因和举措同样重要,并不是要“一棍子打死”。基层调研既要见“星光”,也要见问题。唯有如此,方能察实情、出实招、办实事、求实效。

征稿启事

近日,河北省石家庄市宣布推广使用区域公用品牌,原来的“石家庄安徽牛肉板面”更名为“石家庄牛肉板面”。此后,石家庄市饭店烹饪行业协会等公布《石家庄牛肉板面制作工艺及研发团队名单》,进一步对板面的制作工艺进行了明确。

此举引发社会热议,有人认为尽管板面是在石家庄叫响了名气,但这并不能改变其源自安徽的事实,“改名”一事有些“伤感情”;也有人认为更名后有利于名正言顺地进行品牌化建设,对当地产业发展而言是件好事。另据了解,这种特色美食的起源地安徽省阜阳市太和县如今也在努力打造“太和板面”品牌。对此,你怎么看?

欢迎各位读者围绕上述话题,踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbp-glm@163.com,邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜,论述不求面面俱到,观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期:8月27日。

研学之行不可成为应试教育的延伸

□□ 杨钰莹

行社瞄准这一商机,略加掩饰便踏进研学市场,景区讲解员也“改头换面”成为研学旅游指导师,说是研学,但走的还是旅游团的老路:重在景点介绍、知识灌输,忽略了孩子们作为研学主体对知识的接受能力和“在研中学”的体验感。从另一方面看,少数家长对研学的态度也值得商榷:去高校,是为树立孩子远大考学志向;去境外游,是为开阔眼界、借机提高外语能力……研学时间不长,期望却不小,让本应放松身心的研学之行成为“上任务”的应试教育的延伸。

研学是一种教育方式,并非是某些机构“赚快钱”,或是助长、迎合家长教育焦虑的手段,应当以学生为主体,遵从自然秩序和成长规律。中小学生在处于好玩好动的年龄,对世界充满好奇心,正应该得到有力的疏导与培植。研学课程如果设计得当,孩子们能够沉浸其中,去体验、去参与,好的教育在自然而然中便可发生。有趣的是,笔者曾调研走访过数

个发展乡村研学游的村庄,发现许多乡村研学活动收获了不少家长的积极评价。有家长说:“对小孩子而言,能和小伙伴们一起去乡下玩,哪怕种菜种出一身泥,也是开心的!”还有此前云南大理的采菌热潮,有家长惊喜发现,相比成年人,孩子们在采菌活动中展现出更强的发现力和行动力。

乡村研学何以收获好评?笔者认为,这与本身的特点分不开。乡村研学带着孩子深入乡村,在广袤田野间拥抱自然,符合孩童的天性。从学生个体来看,乡野间的一草一木、一花一鸟都各有特点,当远离城市喧嚣,这种平时很容易被忽略的不同被放大,孩子们可以静下心来仔细观察,满足探索欲,收获宝贵体验,真正在“研”中有所收获。同时,参与农业生产劳动的过程会自然生发出孩子们的责任感和合作意识。孩子们需要细心照料作物并耐心等待结果,这让他们学会承担责任,懂得珍惜成果。期间和小伙伴们的团队合作,

也能增进友谊,培养团队精神,懂得关心关爱他人,帮助孩子们塑造健全人格。更重要的是,这种农业生产劳动的体验强化了城市孩子与乡村乃至自然世界的联系,孩子们在勤四体、分五谷的过程中,加深对农业农村的认识,知晓农耕不易、农民不易,可以有效避免类似前段时间越野车碾麦等事件发生。

如此看来,即便是在百花齐放的研学形式中,乡村研学也有其独特价值,它所附着的教育意义与社会效益确需引起重视。当然,回到文章开头的话题,研学的出发点是为了学生的全面发展、健康成长,乡村研学同样要避免在发展中被异化。地方教育行政机构与市场监管部门可通力合作,制定严格行业准则与标准;研学领域从业者需在打造文化品牌、优化行程规划、提升内容质量等方面重点发力;家长群体也应擦亮眼睛,加强甄别,勿要将功利、机械性的知识灌输思维再强加于研学之上,为孩子们每一次出发护航。

“瓜果地图”让管理更有温度

□□ 江武

近日,陕西省西安市发布174处夏秋瓜果临时销售点信息,通过手机即可查询详细位置,群众有了家门口的“瓜果地图”。

瓜果摊一头连着市民的消费需求,一头连着农民增收的“钱袋子”,与民生关系密切。一个小小的瓜果摊,对于偌大的城市而言只是一个不显眼的角落,却承载着瓜果农一年的生计,市民日常生活的需求。如何既方便农民和市民,又避免“脏乱差”,营造一个干净整洁的生活环境,考验着城市管理者的智慧和担当。“瓜果地图”为流动商贩安“家”,既畅通了农产品销售渠道,让农民可以放心来,专心销售自己生产的瓜果,也方便了市民生活,消费者到哪里能直接买到新鲜瓜果一目了然。小小

一张图,让城市管理有了温度。从“临时摆摊点”到“潮汐摊区”,再到“瓜果地图”,在各地疏导管理小摊小贩的探索中不难看出,城市管理不是管理者与商贩之间的“较量”,改善市容市貌及交通状况与小摊小贩的营生也并非对立的关系。如果管理者能想明白城市管理是为了让居民生活更便捷、更美好这一目的,如何处理与小摊小贩之间的关系便显而易见。倘若管理者能多站在普通群众的角度来谋划规划,多从服务的角度来细心设计,多一些变通为疏的“地图思维”,就能让公共管理更加人性化。“瓜果地图”外,也期待各地城市管理者更多有温度的探索。



“货不对码”“天价研学”“走马观花”“过度商业化”……这个暑期,研学产业一方面延续着炙手可热的态势,另一方面却遭遇了来自社会各界的“舆论阻击”。许多“被收割”、体验感差的家长对研学口诛笔伐,在社交媒体呼吁大家“不要踩坑”“千万不要来”。

家长的情愫可以理解,花了大价钱想让孩子们开拓视野、学习知识、锤炼合作本领,到头来却发现孩子只不过是换了个地方去拍照打卡、买文创产品,学习成效甚微,反而浪费了宝贵的时间、金钱和精力。众多负面评价折射出研学市场迅速扩张背后从业者鱼龙混杂、内容设计欠缺的短板。自2016年,教育部等11部门印发《关于推进中小学生研学旅行的意见》后,研学产业便走上发展“快车道”。有旅