



为城市发展注入青春动能

□宋鹏伟

11月20日,财政部、商务部公示首批消费新业态、新模式、新场景试点城市名单,全国50城入围,太原榜上有名。新一代青年正是太原新场景、新模式的消费主角。(《太原晚报》12月2日)

黑胶唱片、明星演唱会、玩偶隐藏款……越来越成为消费潮流,年轻态人群为城市发展注入了青春动能。

青年消费升级,要精准对接需求。“可以买贵的,不能买贵了”,这句流行语道出了当代青年的消费智慧,他们拒绝的是溢价,追捧的是价值。

就像之前流传的段子:“骑自行车去酒吧——该省省,该花花”,青年群体的消费理念与习惯迥然不同,他们愿意为新奇体验买单、为兴趣爱好付费,他们既追求个性,也看重“性价比”。这个“质”,指的就是新业态、新模式和新场景。

太原引入的137家首店,将一线城市的消费资源搬到了家门口,节省了年轻人的时间与交通成本,以线下消费弥补线上消费。“在地化优质供给”,让青春价值找到了情感共鸣。当张杰演唱会的观众把“星星特调”杯珍

藏,当歌迷在非遗体验中触摸太原文化,消费已不再是单纯的交易,而是情感与文化的链接。

太原打造“歌迷之城”IP,联动艺人打卡景点、体验面食,让演艺经济与城市文化深度融合,最大程度满足了年轻人的追星需求,继而涌现出数量可观的太原文化传播者。这种“消费+文化”的模式,让千年古城在青年的朋友圈里焕发新生——他们的打卡分享为太原引流,他们的消费偏好推动商业升级,为城市经济注入源源不断的青春动能。

话外音
孙达佳

新闻:12月1日从小店区光明小学获悉,该校连日来开展的第七届校园科技体育节暨2025年度创客嘉年华活动吸引了学生们的目光,其间,南京航空航天大学黄再兴教授带领学生们走进工程结构的奇妙世界,帮助学生直观感受科学魅力。(《太原晚报》12月2日)

旁白:少年当有科技梦。

新闻:手持租来的相机定格演唱会精彩瞬间;身着租来的国风服饰打卡江南小镇;搭配租来的布景道具,孩子百日照也能在家轻松“出片”……如今,“以租代买”正成为一种全新的消费风尚,渗透进人们日常生活的方方面面。国家市场监督管理总局发展研究中心数据显示,2024年我国租赁经济交易规模突破4.2万亿元,同比增长32%,服务用户超7.5亿人次。其中,30岁以下用户占比超六成,“00后”用户订单同比暴涨两倍。(《光明日报》12月2日)

旁白:万物可租,日子可爱。

新闻:塑料水瓶、易拉罐、食用油桶、食品包装袋、塑料袋、一次性餐盒、废旧帐篷……近日,“新华视点”记者调查发现,在一些小众景点或徒步路线附近的山林间、河道里,不少垃圾肆意散落,触目惊心。(《新华每日电讯》12月2日)

旁白:文明出游也是美景。

投稿邮箱:tywbplb@163.com



好家风带来正能量

□孙达佳

太原市妇联日前在娄烦县举办了一场面向家长群体和基层妇女干部的家教家风主题宣讲活动。专家张龙老师阐述了家庭教育的重要作用,倡导科学的家教理念和清廉的良好家风。(“并州新闻”客户端12月2日)

家庭是社会的基本细胞,家教是人生的启蒙工程。此次宣讲扎根基层,精准对接家长群体的现实需求,力求让科学的家教家风理念深入人心。

家庭教育不单单是知识灌输,还有品德修养、行为习惯与价值观的培养。父母作为孩子的第一任老师,其言传身教对孩子的未来至关重要。在留守儿童较多的基层地区,家庭教

育的缺失往往成为影响孩子成长的短板,而科学的家教,能够帮助家长以尊重、陪伴构建和谐亲子关系,为孩子的健康成长筑牢家庭根基。

家庭教育要用创新思路,让优良家风贴合现代生活,真正走进孩子的心里。可以组织家庭上传老照片、手写家书、长辈口述录音等资料,剪辑成“家风纪录片”,通过家庭群、社交平台分享,让晚辈随时能“云端寻根”,感受家族故事里的精神力量。可以开发“家风打卡小程序”,设置“孝老爱亲”“勤俭节约”“诚信友善”等打卡模块,用趣味互动培养习惯。可以开展“我当一天爸妈”“职场模拟日”等职业体验活动,让孩子体验父

母工作的辛苦,家长也尝试理解孩子的学习压力,在角色互换中增进家庭成员间的理解。

此外,社区可以发起“家风积分兑换服务”,家庭成员参与垃圾分类、邻里矛盾调解、社区志愿服务等活动可累计积分,兑换家政服务、免费体检等福利,让家风建设与社区发展相互促进。企业可以巧用“家风+文创”打造潮流IP,设计家风主题文创产品,如印有家训的书签、刻有家风故事的茶具、家风主题表情包等,让优良家风通过实用又新颖的载体,融入年轻人的生活场景。

从点滴做起,让优良家风走进千家万户,让每个家庭都充满正能量。



物流升级

鲜货远行

□袁剑锋

眼下,牛羊肉进入销售旺季,来自省内右玉、阳高、文水等地的牛羊肉颇受欢迎,其中很大一部分通过“电商+快递”渠道,销至全国各地。(《太原晚报》12月2日)

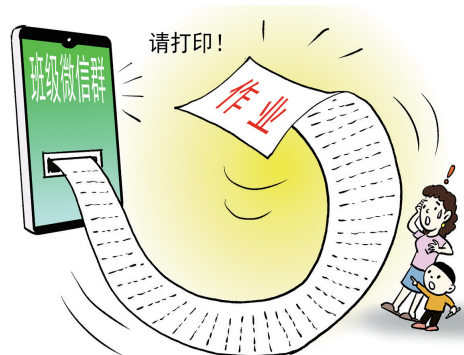
太原市民下单次日便收到右玉羊肉,山西牛羊肉日均24吨销往全国,“电商+快递”构建的物流网络打通了地理阻隔,产地风味与城市烟火气美好相遇。

生鲜物流升级,让“新鲜”更加保鲜。“冷冻+真空+泡沫恒温箱”的专业包装锁住原汁原味,公路、高铁、飞机联动的运输体系压缩时空距离。消费者无需远赴产地,轻点手机便能品尝到各地的特色产品,丰富了日常餐桌,

优化了舌尖体验。

对地方产业而言,物流破壁为特色农产品打开全国市场,激活了乡村发展的内生动力。山西出台了农产品上行快件补助政策,通过真金白银降低农产品网络销售物流成本;合理优化县乡村三级配送网络,提升运转效率与服务质量;“公交+物流”创新模式打通乡村配送的“最后一公里”……物流网络成为产业发展的加速器,更多农户的劳动成果走进市场,加速了流通,升级了消费。

从产地到餐桌,一条条生鲜物流线流动起来,力助乡村味道走得更远,绘就出消费提质与乡村振兴相得益彰的美好图景。



刘志永/漫画

尽管教育部门三令五申要求减轻中小学生学习负担,并多次开展专项整治,但仍有一些地方的中小学“明减暗不减”,频繁将“成页不成册”的电子作业或试卷照片发到微信群让家长打印,多的时候一晚上得打印几十页,令人抓狂。(《新京报》12月2日)



化解矛盾需有公心

□马腾飞

因下水道堵塞问题,居民与物业争执不下。七府坟西街社区网格员及时介入,先协调物业解决了棘手问题,随后协调居民收齐了费用,化解了持续已久的僵局。(《太原晚报》12月2日)

七府坟西街社区网格员以“先解困、后协调”的思路,理顺了物业与居民的关系,化解了矛盾。

居民担心缴了费问题不解决,物业担心先服务却收不到钱,双方各有顾虑、互不相让,问题从下水道堵塞演变成信任危机。网格员没有纠结于谁先让步的争论,而是直击

居民急需解决生活困境的核心,推动物业上门疏通管道。当堵塞的下水道畅通,居民诉求

被重视,原本对立的情绪自然缓和,为后续协调缴费扫清了障碍。

协调缴费过程考验网格员智慧,他们不是简单催缴,而是搭建沟通桥梁,一方面讲清楚物业维修的成本与付出,消除居民怕吃亏的顾虑;另一方面,向物业说明居民的担忧与期待,传递服务透明的诉求。居民和物业都明白,缴费不是单方面义务,而是物业履约、居民认可的双向奔赴,问题随之化解。

社区里的“小事”往往是影响居民生活的“大事”,从水管漏水到垃圾清运,从邻里关系到物业矛盾,每一件都可能成为激化矛盾的导火索。解决问题要有责任心,更要有破局能力,找准症结,拿出办法,及时打通堵点、消除难点,社区大家庭才更有温度、更显和谐。



邻里共情金不换

□朱红亮

阅读、就餐、锻炼、学艺,甚至养老、看病,都能在家门口实现,越来越多的优质服务“嵌入”社区,为生活增添了不少便利。(《太原晚报》12月2日)

优化社区服务品质,在于便利供给,也在于情感共鸣。

情感嵌入是指在养老助餐、便民办事、文化艺术等基础服务之外,更注重居民的精神需求与情感体验。这种服务以尊重、理解、关爱为重点,真诚沟通、主动关怀、个性化回应,让社区真正成为有温度、有归属感的生活共同体。有温度的服务便于化解老年群

体的孤独感,便于为年轻群体搭建社交与成长平台,便于宝妈、退休人员等群体找到自我价值,在互动中收获成就感与归属感。

要强化以居民为中心的共情式服务,主动走进居民生活,倾听真实诉求。比如对老人多一份耐心讲解,对年轻人多一份理解包容,让每一次服务都成为情感交流的契机,让社区服务真正暖到心坎里。

服务有温度,社区有温情。以情感为核、以需求为向,必能让社区充满烟火气与人情味,让居民收获稳稳的幸福。