

# 从“无感之感”理解中国发展

□ 崔妍

我们所追求的高质量发展,是一种以幸福体验为底色的发展。对效的追求、对质的打磨,落脚点都是对人的关怀

近段时间,“中国游”走俏海外。美国媒体称,中国已成为全球顶级旅游目的地之一。英国媒体报道,中国在“最适合外籍人士旅居目的地榜单”中,从2024年的第十九位跃升至2025年的第六位。为何“中国游”的含金量有了明显提升?

对70多个国家单方面免签或全面互免签证,240小时过境免签政策适用55个国家,来中国“说走就走”成为现实;支付时可“外卡内绑”,离境退税“即买即退”,“带着空箱子来中国”成热门选择。以制度型开放的“加法”,创造入境便利、支付丝滑的“无感之感”,成就了

“中国游”的高人气和好口碑。

“无感之感”,还有更多具体体现。曾经的通信、交流等痛点,被实时翻译等“神器”消除;我国幅员辽阔,交通路网发达便利,酒店民宿半信由人,临时兴起添加几个目的地,也可以“说走就走”;在华强北“扫货”电子产品,去义乌“一站式”添置智能家居,全球潮品“信手拈来”,还不会让人顿感“囊中羞涩”……这些无感的便利、畅快的体验,让外国游客深深体会到,中国的发展不是冷冰冰的数字增长,而是高质高效、幸福满满。

购物几乎没有“卡顿”,服务适配度更高,背后有什么大逻辑作支撑?

最近,“去中国配眼镜”成为海外旅行论坛中的新话题。价格便宜、款式多,配镜“立等可取”,还能跨国快递,这些便捷体验,得益于产业链、创新链、物流链的高效运转。江苏丹阳打

造“跨境电商+产业带”模式,一方面以智能制造提升产品的精密度,另一方面以跨境电商开辟市场空间,占据全球镜片市场的半壁江山。由此而言,“无感之感”,靠的是要素资源的高效流转,靠的是创新链产业链深度融合。

打开视野看,“无感之感”是在更多领域追求的目标。纵深推进全国统一大市场建设,以要素资源顺畅流通激活经济循环;大力建设“六张网”,以跨区域资源调配激发新质生产力;“高效办成一件事”,推动政务服务从“能办”转向“好办、易办”,便利百姓生活……这些实践揭示了一个道理:打通壁垒、精准对接,推动各要素、资源丝滑运转,助力系统效率整体提升,就能激荡出可持续、高质量的发展动能。

“无感之感”并非天然存在,而是“一体抓好高质量建设和高效能治理”的成果。一企一策服

务企业,京津冀三地“一盘棋”谋划、“一股绳”推进、“一站式”办理,治理提效支撑雄安新区拔节生长;建设企业开办“一网通办”平台,数据多部门同步推送,办理时间从20多个工作日压缩至4个……以系统思维促高质量发展和高效能治理协同共进,就能让群众的获得感成色更足、幸福感更可持续、安全感更有保障。

无论是外国游客轻松自在的“中国游”,还是中国百姓不断增强的“小确幸”,体验感的提升都在传递一个信号:中国式现代化,不只是指标的精进。我们所追求的高质量发展,是一种以幸福体验为底色的发展。对效的追求、对质的打磨,落脚点都是对人的关怀。

一些人的“画像”,不妨一观。看作为,比的不是为群众解决了多少实事,而是办公室的灯亮到多晚;看心得,在岗位上“守”了时,办公室里“熬”了夜,目的是让领导看到自己的“苦”……工作需要坚守,但坚守不等于熬年头、混日子,这种“苦熬”看似在岗在位,实则只是浪费时间的虚功内耗。

来源:《人民日报》

## 树立和践行正确政绩观

去基层调研,有干部“推心置腹”地说:与其苦干,不如苦熬,没有功劳也有苦劳。其片面之言,令人省思。

苦干与苦熬,虽都有“苦”字,但境界完全不同,前者照见为民担当的姿态,后者却有为己谋算的“苦肉计”。当有人迷信“千得苦不如熬得巧”,就会出现“油门踩了半天,车子还在原地打转”的现象。混日子干事创业为了谁的逻辑,就会衍生出错误的政绩观,将事业发展引向歧途,必须警醒与廓清。

只愿苦熬、不愿苦干,在思想根源上表现为一种投机心态,以为把表面功夫做到位,拼不了政绩至少能拼资历。

一些人“画像”,不妨一观。看作为,比的不是为群众解决了多少实事,而是办公室的灯亮到多晚;看心得,在岗位上“守”了时,办公室里“熬”了夜,目的是让领导看到自己的“苦”……工作需要坚守,但坚守不等于熬年头、混日子,这种“苦熬”看似在岗在位,实则只是浪费时间的虚功内耗。

苦熬等于苦劳吗?“熬”不创造价值,有“劳”才有“绩”。这里的“劳”,是实实在在的付出,是真刀真枪的作为。倘若只装样子、搞假把式,不过是少数干部精致利己的权衡罢了,即便侥幸“熬出头”,也“熬”不出足够威信与百姓认可。

只会苦熬、不会苦干,在实际工作中也体现出一种本能的恐慌,没思路、不会干,无可奈何只好熬。

习近平总书记曾在中央党校县委书记研修班学员座谈会上谆谆教诲,“不能干一年、两年、三年还是涛声依旧,全县发展面貌没有变化,每年都是重复昨天的故事。”为官一任,就要造福一方。如果面对新形势新挑战,缺乏破题能力,只能一拖再拖,工作无进展、生活无改善。如此“履职”,显然组织不认可、群众不买账。

能力如刃,常磨常利,不磨则钝,钝则事事棘手,自然只想逃避。群众的思想“疙瘩”是什么?乡村、社区居民有什么新需求?攻坚克难有哪些有利条件?把情况摸清楚、把实情了解透,谋划切中要害,落实有的放矢,就能于纷繁中厘清主线、于平凡中创造非凡、于困境中开辟新境。

与苦熬,不如苦干。在匡正政绩观中杜绝“干多干少一个样、干得好不如说得好”的不良风气,方能呵护实干者的积极性。

千字当头,是对党员干部的要求,也是推进工作、成就事业的方法。脱贫攻坚,“宁愿苦干,不愿苦熬”,铸就绝壁天路的奇迹;生态治理,“苦干实干、一代接着一代干”,绿进一尺,沙退一寸。实干必苦,却是通往为民造福的必经之路。

苦熬会消解干部的担当,也会绊住发展的脚步。杜绝“熬”的心态,就要改变多干多出事、少干少出事、不干不出事的情况,完善绩效考核评价体系,健全正向激励机制,促进党员干部把心思花在“想事”上、能力用在“干事”上、结果显在“成事”上,最终将成效绽放在群众笑脸上。

好日子都是干出来、拼出来的。我们需要警惕的,是以“苦熬”代替“苦干”的倾向;应该反对的,是以“苦熬”敷衍、不以“苦干”成事的做法。做实干家、行动派,当内省,当诚勉。

来源:《人民日报》

## 苦熬与苦干

□ 陈城

## 深耕“小而美”,乡村游活力无限

□ 高尔东

春光明媚,“村游”正当时。恰逢春节与清明假期叠加,不少地方纷纷推出假期特色乡村旅游线路,覆盖赏花踏青、非遗研学、康养度假、红色文化、户外体验等,邀请游客奔赴山野,踏春寻芳、亲近自然,尽享春日美景。

2026年中央一号文件提出:“深化农文旅融合,推进乡村旅游提档升级,发展‘小而美’文旅业态。”近年来,乡村旅游持续火热,成为推动乡村振兴的重要引擎。文化和旅游部数据显示,2025年一季度,全国乡村旅游接待人次为7.07亿,同比增长8.9%。据《2025年中国旅游经济运行分析与2026年发展预测》,2025年,低线城市、县城和农村作为重要国内旅游目的地的同时,也成为国内旅游客源新的增长点,反映出乡村旅游的巨大魅力。

发展“小而美”文旅业态,体现了乡村文旅发展的更新,是对传统乡村旅游的优化升级。它摒弃了以往乡村旅游中存在的粗放式发展路径,将乡村的原生风貌、本土文化、民俗风情与休闲体验深度融合,让乡村旅游回归本真、贴近自然,展现乡村独有的烟火气和人文韵味。

“小而美”乡村旅游的背后,折射了大众对高品质休闲旅游的需求升级。随着人们生活水平的提高,大众的旅游需求早已从“到此一游”的观光型旅游,转向“深度体验、放松身心、感受文化”的品质型旅游。人们不再满足于打卡式出行,更渴望远离城市的喧嚣,走进自然、贴近生活,在小众、安静、有温度的场景中,获得身心的舒缓与精神的滋养。“小而美”的乡村旅游,恰好契合了这种需求:它没有拥挤和喧闹,只有原生态的山水风光、原汁原味的乡村生活、有温度的人文体验。这正是高品质休闲旅游的核心内涵,也对乡村旅游探索差异化、精细化发展提出了新的要求。

如今,非遗体验、红色研学、农事互动等多元内容,让乡村旅游的内涵更加丰富立体。游客可亲手参与剪纸、陶艺、古法酿酒等老手工艺制作,在指尖上触摸乡村的文化根脉;或是走进乡村红色遗址,聆听革命故事、传承红色基因,在休闲旅游中汲取精神滋养;亲子家庭可下地耕种、采摘果蔬、喂养家禽,在劳作中感受农耕文化的乐趣;年轻群体则可体验露营野营、乡村市

集、民俗展演等新潮玩法,收获独特的休闲体验。这些多元内容的融入,不仅精准对接了不同客群的个性化需求,也让游客能够沉浸式体验乡村的独特魅力。

文旅产品提质升级的探索中,更多“小而美”“小而精”的消费场景不断涌现、持续丰富,形成了“旅游+”的多元发展格局,带动乡村民宿、特色餐饮、农特产品等相关产业同步崛起。例如,曾经闲置的农房被精心改造为推窗见田、推门入景的舒适民宿;地道的乡村特色餐饮,以本地新鲜食材为原料,还原乡土风味,让游客在品味美食的同时,感受乡村的烟火气息;农特产品借助旅游渠道,从“田间”走向“餐桌”“货架”,通过现场售卖、线上预订等方式,土鸡蛋、有机蔬菜、手工干货等特色产品走向更大的市场。

乡村旅游要想有“流量”又有“留量”,须进一步深挖乡村特有的文化基因,打造拥有独特辨识度的乡村文旅IP,让乡村文化融入日常、成为生活,绽放持久的生命力。纵观各地实践,不少乡村旅游亮点频出。在湖南张家界武陵源区,油菜花、梨花、桃花次第绽放,古朴老屋与精品民宿错落点缀在青山田园间,勾勒出一幅诗意的春日乡村盛景;重庆永川、铜梁、武隆、石柱等地推出“入剧令”、扎龙珠、山野徒步、民宿慢生活等创新玩法,让游客从“看客”变“玩家”……

与此同时,在人工智能、大数据、云计算等技术的加持下,数字经济进一步催生多元旅游消费形态,日渐成为乡村旅游高质量发展发展的动力基础。例如,“直播+产品销售”等多种形式的线上销售,以及主题推广活动,让乡村的人文价值得到深入挖掘;短视频媒体使传统村落的美丽风光获得人们的关注,进而反向促进当地对建筑与文化的保护;通过增强现实(AR)场景重建、虚拟现实(VR)漫游、智能导航及智慧伴游等技术手段,将传统的乡村静态自然景观转化为动态的、可感知的体验环境,增强游客与乡村田园风光的深度互动。科技赋能,让“小而美”的乡村旅游既保留了乡愁的温度,又具备了现代服务的精度。

乡村游,正以创新的方式连接自然与文化、串联起产业链条,成为乡村振兴的重要推动力量。

来源:《光明日报》

## 以城市更新促消费焕新

□ 孙伯君



江苏苏州彩香菜市场

如今的消费市场有个现象值得琢磨:越来越多人重回大型综合商场、特色主题街区、创意市集等线下空间。商务部相关负责人介绍,今年春节假期,线下实体经济增速反超线上,是近年来首次。

曾经从实体店转向网购的消费者,为什么重返线下?先来看两个案例。

一个是关于情感共鸣。江苏苏州,始建于上世纪80年代的彩香菜市场,改造为便民综合体后,既留存历史记忆,又引入新业态,日均客流量较改造前增长超150%。一个是关于场景体验。安徽芜湖,废弃的老船厂改造升级后,工业遗存被完整保留,光影艺术节、咖啡节、民俗大巡游等活动纷纷上演,年经营性收益预估可达1.1亿元。

两个案例,都是关于城市更新,也指向线下消费。在城市更新中,通过改造提升实体空间,打造多元业态,带来丰富场景体验,这正是越来越多人爱“逛线下”的一个原因。从这个角度而言,推进城市更新,既是在盘活城市已有存量,也是在打开消费新空间。

往深一层说,城市更新越有质量,消费场景、体验就越丰富,对人才、资金、服务等要素的吸引力就会越强,城市发展的后劲就会越足。因此,高质量推进城市更新,也是在为城市发展赋能。

如何以城市更新持续拓展消费空间和发展增量空间?不妨把握好三对关系。

“协调好”引新与“留旧”的关系。文化遗存与老旧建筑,并非发展的包袱,而是文旅创新和商业焕新的富矿。关键是找到新与旧的结合点,让存量空间与新业态有机结合。老旧小街怎么改?贵州贵阳太



贵州贵阳太平路街区

平路街区,在改造中将运营前置,以市场运营为导向,有针对性地进行项目建设。改造后的街区,不仅保留“一门、三桥、五街”的历史风貌,还巧妙整合历史文脉、滨水生态与现代商业,让历史文化与“网红元素”融合交织。开业以来,日均客流约4万人次,日均营业收入约2200万元,“笙歌十里市中市”景象重现。

跳出“重改造、轻运营”的路径,以专业化、市场化运营激活旧空间,让新与旧发生“化学反应”,老城区、老建筑就能在保留烟火气的同时,持续释放消费活力。

统筹好“抢位”与“错位”的关系。城市更新是建设现代化人民城市的重要抓手,但每个城市、城市的不同区域,历史风貌、文化底蕴、特色优势都不同,不可能“一招鲜吃遍天”。

旧厂房改造怎么定位?河南郑州磨街文创园,周边商业竞争激烈,单纯引入商业,难占优势。思路一变天地宽。周边商业偏传统,于是,磨街便围绕年轻

人、夜生活做文章,与周边街区错位发展。如今,磨街已成为郑州网红新地标。

既积极布局,抢位发展,也找准自身特色禀赋,错位发展,才能避免同质化竞争,让改造后的场所成为高品质消费、生活空间。

把握好“所盼”与“所为”的关系。老商场怎么焕新?上海长宁区虹桥街道在改造一座设施老化的广场时,没有闭门造车,而是入户走访、开商户座谈会,并将收到的建议纳入设计方案。从提意见到“参与设计”,群众的积极参与助力业态、景观全面升级,人气回升。

把政府所为与群众所需结合起来,从所需中找着力点、突破口,以所盼保障所需,才能让城市更新更贴近群众心坎上。

“十五五”规划纲要提出,“高质量推进城市更新”。让新与旧交融、一隅与周边相得益彰、群众所盼与政府所为精准对接,城市将更美好,发展空间将更广阔。

来源:《人民日报》

## “随时买”代替“提前囤”

□ 曾诗阳

越来越多年轻人,不再像上一辈那样热衷于囤货了。成长记忆里,囤货是生活的标配:阳台堆着成箱的纸,床底塞着洗衣液,冰箱冻满肉类……父母的逻辑很简单,反正都要用,趁便宜多买点,有备无患。

囤货曾经是极具理性的消费选择,过去,商品供应相对不足,价格起伏较大,而且商品流通范围有限,购物耗时费力。这种情况下,多储备、多持有,不仅能减少频繁采购的麻烦,还意味着能抵御价格波动、应对突发状况。“手里有粮,心里不慌”,说到底,囤货是物资匮乏年代的安全感。再到后来,超市大卖场兴起,商品极大丰富,

但囤货反而被强化了,“家庭装”“买二赠一”等量大优惠的销售策略把消费者训练成了精明的囤货专家。进入电商时代以后,购物节更是一度把囤货推向了高潮,满减、凑单等游戏规则下,人们囤的不再是生活必需品,更像是缓解“不买就亏了”的焦虑感。

而今天,支撑囤货的逻辑已经松动。首先,商业基础设施发生巨大改变。这些年来,我国市场供给持续充足稳定,从粮油副食到日用百货,再到时令生鲜、应急用品,品类丰富,从源头打消了人们物资短缺的顾虑。与此同时,社区门店、前置仓、即时配送等业态的发达,物流、供应链的高效,让“30分钟送达”逐渐成为城市标配,消费

的便利性达到前所未有的水平。当随时买成为现实,提前囤的必要性自然大幅下降。

其次,空间成本被越来越多人看见——囤货占用的居住空间本身就是一笔不菲的隐性成本。租房的人更是深有体会:囤积的纸巾、调料、洗衣液,都成了搬家时沉重的负担。此外,购物时间是成本,决策精力也是成本,当这些成本加在一起,囤货可能反而是“更贵”的选择。人们拒绝过度囤积,更加注重消费的轻量化,这种转变也是消费观念的升级,从追求数量转向追求品质和效率,从被动应对不确定性转向主动享受便捷。

消费者的心态也在变化。购物节的“全年最低价”、直播间的“最后100单”,都在制造紧迫感。但大家越来越清醒:全年都有促销,平台补贴轮番上阵,与其被营销牵着走,不如需要时再买,哪怕贵一点,却换来了决策的自由。

消费习惯的改变,映照出我国市场供给能力、流通效率与消费环境的完善。强大的供应链、商业网络、数字化服务,共同筑牢了消费安心的基石,让人们不必再通过囤积来获取安全感。这也启示我们,激活消费潜力,并非一味依赖刺激手段,更高效的供给、更便捷的服务、更稳定的预期,更有吸引力的消费场景,同样能释放内需活力。

对企业而言,消费者囤货习惯的改变也在重塑市场。优惠大包装不一定好卖了,需要考虑的是,靠什么让消费者需要时“第一时间出现”?是渠道覆盖,是品牌,还有产品本身的不可替代性。对于普通消费者来说,或许只需要想清楚一件事:囤货带来的安全感,是用空间、资金灵活度和决策精力换来的。这笔账怎么算,没有标准答案。但至少,别再让过期的花生油占着柜子了。

来源:《经济日报》

## 莫让捧杀棒杀污染体育圈

□ 魏晓敏

4月8日,国家体育总局游泳运动管理中心就全红婵等跳水运动员遭受网暴一事发布声明,明确谴责网络暴力行为;全红婵所在的广东省体育局二沙体训所训练中心也已向警方报案,明确表示将坚决支持通过法律手段,维护运动员的合法权益。

“不要再骂我了,不要骂我家里人,也不要骂我朋友,要不然他们都远离我了。”不久前,全红婵在专访中这句带着委屈的请求引发广泛关注。此前,有微信群组被曝光长期针对全红婵实施人身攻击,纵容成员用侮辱性绰号诋毁谩骂。种种行为,既伤害了运动员本身,也触碰了公序良俗与法律的红线。

东京奥运会上,14岁的全红婵凭借惊艳一跳一战成名,网友称赞她天赋异禀,心疼她懂事坚韧。可这份纯粹的偏爱,很快便变了味。当她因身体发育导致状态起伏,未能完成“满分奇迹”时,曾经的鲜花与掌声变成指责与嘲讽。有人恶意造谣她“松懈训练、不思进取”,甚至用不堪入目的词汇侮辱她的人格,这份喜爱在网络戾气的裹挟下最终变成了伤害她的利刃。

这样的极端转变,在当下体育圈已不是个例。曾经纯粹的竞技场,正被饭圈文化不断侵蚀,捧杀与棒杀交替上演,运动员架上不容失误的高台;输了便肆意诋毁,将运动员长期训练的汗水与付出全盘否定。这种非黑即白、极端偏激的态度,看似是关切,实则是对运动员无情的物化与伤害,是对体育精神严重的曲解。

体育饭圈化乱象,早已超出正常粉丝喜爱的范畴,成为亟待整治的歪风邪气。部分网友强行划分阵营、拉帮结派,将运动员队友间的正常互动解读为矛盾,把赛场上的良性竞争炒作成对立冲突;一些私生饭跟踪偷拍、泄露运动员隐私,代拍围堵机场、酒店,让运动员被迫在训练之余还要分心应对;极端粉丝疯狂控评、互相撕咬,把本该聚焦竞技实力的赛场,变成了追逐流量的战场,竞技体育的公平与纯粹被不断解构。

网络空间不是法外之地,饭圈更非法外之圈。此次体育管理部门果断发声、依法报案,再次表明网络暴力必被追究,法治底线不容挑衅。整治体育饭圈化,遏制捧杀与棒杀,需要法治的刚性约束,也需要每一位观众的理性回归,切实把关注回到赛场,把尊重还给运动员。

来源:《新华日报》