

让振兴路劲吹清廉风

□ 李洪兴

俗话说，村看村，户看户，群众看干部。农村基层干部，是党和政府联系群众的桥梁。干部怎么干，折射作风、映射担当。

山西阳曲县高村乡南白村，推动村级事务公开透明，让大伙对村里的大事小情明明白白。群众看到公告栏里的公开信息，竖起大拇指，“谁家分红多少，白纸黑字都写着哩”。把基层工作做细做实，群众才会放心满意。

河南禹州市磨街乡磨街村，村民点开手机上的“民生监督平台”，了解村里干了啥事，收入多少，花了多少钱。运用技术手段，打造监督平台，干部做事清爽、村民心里敞亮。

作风建设“沉下去”，乡村振兴“实起来”。无论实施党务、村务、财务公开，还是推动技术赋能、精准监管，办好群众关心的事，都要确保政策精准落实、涉农资

金规范使用。基层干部自身正、自身硬、自身廉，乡村治理就更有效率、更得人心。

新时代以来，反腐败斗争不仅严惩政治危害性大的“老虎”，而且把视线投向基层，整治群众身边的“蝇贪蚁腐”。今年一季度，全国纪检监察机关立案乡科级干部为2.7万人，立案现任或原任村党支部书记、村委会主任为1.9万人。斩断伸向群众利益的“黑手”，让群众切实感受到正风肃纪反腐就在身边。

不久前，中办、国办印发《农村基层干部廉洁履行职责规定》，要求把促进农村基层干部廉洁履行职责作为一项重要工作抓紧抓实，整合监督力量，形成工作合力。对农村基层干部来说，自觉遵守廉洁履行职责行为规范，既是维护党的形象的政治要求，也是推动高质量发展、维护群众利益的现实需要。

应看到，农村集体“三资”管理不规

范、救济补助优亲厚友、插手乡村工程建设等不正之风，仍待根治。问题是管党治党的抓手，也是建章立制的准星。围绕农村基层干部履职行为细化负面清单，划定红线、底线，努力做到标本兼治、管用见效，有助于推动全面从严治党向基层延伸、向群众身边延伸，持续整治侵害群众利益的不正之风和腐败问题，筑牢农村基层干事创业的安全线、保护线。

如今，农村基层干部的廉洁意识不断增强，办事更加规范。到农村采访，当谈及“花钱”问题，有村干部说得直接——村账乡管，笔笔公开；也说得坚定——项目申请，工程招标，钱不过手。这充分表明，有了约束之法，多了机制护航，能更好推进基层小微权力在阳光下规范运行，提升基层治理能力和水平。

党的纪律既有教育约束功能，又有保障激励作用。对党员干部来说，从严管理

监督和鼓励担当作为是统一的。比如针对履职行为，《农村基层干部廉洁履行职责规定》明确，“虽然造成损失或者后果，但不是出于故意或者过失，而是由于不可抗力等原因所引起的，不追究责任。”这表明，严格管理和关心支持是统一的。落实“三个区分开来”的要求，辩证把握严管和厚爱、激励和约束的关系，让想干净干事的人不受干扰、全心投入，将在农村基层营造出更加积极健康、担当实干的政治生态。

人们常说，做人要正，做事要公。农村基层干部公不公正，老百姓听其言、观其行、察其实。以有效制度筑牢廉洁根基，以有力引导激励干部作为，做到每笔开支“晒在阳光下”、每项决策“贴着民心走”，廉泉必能涌乡野、清风定能沐振兴。

来源：《人民日报》（2025年06月24日 第05版）

这样的商业为何吸引年轻人

□ 李婕

有了闲暇时光，是看展、逛街、听音乐会、去户外，还是与朋友小聚、品味美食？不少年轻人的选择是：统统都要。

正在兴起的非标商业，让这种“一站式”的复合体验成为现实。

长铁轨、老站台、旧仓库；开阔的户外、环绕的绿色、开放的空间——在传统的百货商场、购物中心之外，越来越多消费者流连于这些非标准却充满创意、活力涌动的新型商业空间。

近年来，非标商业正以其潮流、时尚的气质和浓浓的人文气息，在城市里拔节生长。从北京首创·郎园 Station、上海张园、广州永庆坊到深圳南头古城、成都东郊记忆、重庆金山意库，几乎每座热门城市都有这样的潮流去处。不同于传统的商业模式，非标商业更具独特性，在空间形态、场景营造、业态组合、运营模式等维度进行创新，为人们解锁多维新鲜体验，不断打开消费新空间。

非标商业为啥吸引人？

那是城市的过去在“呼吸”。不少非标商业项目由老旧街区、废旧工业厂房和购物中心等存量空间改造而来，城市更新为这一业态的发展提供了契机。住房和城乡建设部去年7月发布的数据显示，全国已更新改造老厂区、老商业街区等2600多个。比如上海鸿寿坊就主打复古创新，将历史建筑进行保护性还原，让历史文化与社区生活融为一体，在新消费中焕发生命力。漫步在灰砖红瓦间，近在咫尺的历史与人文气息，是在传统购物中心难以体验到的。与单纯追求坪效不同，非标商业里，人与城市可以进行更柔情的互动。

那是个性的创造在“起舞”。相比标准化商业模式，“非标”二字重在突破和创新。当前传统商业体趋于饱和，要刺激新需求就必须探索更多可能性。走进一个个非标商业项目，令人印象深刻的不仅是独特的空间场景，入驻的个性化品牌也在

塑造着这些商业空间的独特气质。以北京首创·郎园 Station 为例，入驻园区的商业客户中，标准化连锁客户仅占20%，“非标”客户占80%。在这里，人们更有可能收获独特的审美与消费体验。有品牌负责人说，入驻非标商业项目，就是想在创意环境里培育出更精彩的内容产品。

所以，在非标商业的各类空间里，常能看到拥抱相近生活方式的年轻人聚集，形成了一道独特的风景线。那么，为什么在今天非标商业被越来越多地谈论和关注？

因为这种探索，契合变化的消费需求。好吃、好逛、好玩，能拍照出片、能带娃、能遛狗，今天的消费者需求更加多样。在简单的“买买买”之外，人们更看重情绪价值的满足。换言之，消费不再是唯一目的，体验、社交、自我表达构成了新的价值链条。因此，我们看到许多非标商业项目，成长为“潮流据点+社交空间+生活

方式”的复合体；越来越融入当地生活，成为公共文化和社区空间；越来越多的集市、展览、音乐会、读书会等活动选址于此，让消费者愿意来。在许多困惑实体零售何去何从的当下，非标商业不失为一种答案。

当然，部分非标商业项目也面临位置偏、体量小等客观限制。流量之外，长期稳定运营的关键在哪儿？不同项目给出的答案不尽相同，有的是强化产业支撑，有的是嵌入社区生活，有的是依托文旅融合。但不管怎样，都离不开高水平运营和认真真做好产品。

在废弃厂房喝咖啡，到老旧街区逛集市，看老牌购物中心变身年轻消费场……非标商业，正以鲜活的想象力，在城市辟出休闲新空间，为市场培育消费新业态。期待更多好玩的新体验！

来源：《人民日报》（2025年06月25日 第05版）

垃圾分类举手之劳 循环利用变废为宝

