

观点

“村BA”火爆的启示

家虎

【乡村振兴要有“土特产”，草根体育赛事要善做品牌。】

这个春天，充满乡土气息的“村BA”又火了。

近日，被网友戏称为“村BA”的贵州省首届“美丽乡村”篮球联赛总决赛落下帷幕，位于黔东南苗族侗族自治州台江县台盘村的2万人球场座无虚席。这个不到1200人的村子成为全网“顶流”。“村BA”为何有如此巨大的魔力？给我们哪些启示？

乡村振兴要有“土特产”。探寻“村BA”出圈的密码，绕不开一个“土”字。球场是村里自建的，参赛选手是本地村民，拉拉队跳着苗族歌舞，获胜奖品是当地特产苗族银帽、台江鲜鱼、麻鸭等，都彰显浓郁的乡土气息。如今，乡村“千村一面”“无人问津”的矛盾比较突出，有的地方有产品没市场，有的地方有供给没口碑，有的地方甚至无序发展。这说明，乡村振兴要把“土特产”这三个字琢磨透。“土”就是一方水土养一方人，“特”就是突出地域特色，“产”真正建立产业。只有守住可贵的“乡土气”，才能

与人们追求美好生活的向往形成“共振”，让乡村可爱、有魅力。

草根体育赛事要善做品牌。“村BA”的成功，让人看到群众体育对乡村发展的带动作用，展示了群众体育比赛的魅力，更让人看到品牌的力量。“村BA”的出圈，有效带动了举办地旅游、文化、经济等发展。赛事期间，球迷们在网络平台搜索当地餐饮、宾馆、超市的需求量，较赛前一周增长11倍。为了打纯粹的篮球，村支书拒绝商业化，拒绝50万元赞助。如今，有些草根体育赛事呈现“三无一有”的特点：无宣传、无奖品、无观众，只收门票。这样的赛事，实属自娱自乐，最终赚了快钱，毁了品牌。这说明，草根体育赛事善算“小账”更要会算“大账”，着力在品牌传播运营上下功夫，将体育赛事打造成当地的一张名片，依托体育赛事活动，助推当地经济进一步发展。

党的二十大报告指出，“促进群众体育和竞技体育全面发展，加快建设体育强国。”“村BA”在新时代焕发出的勃勃生机，给人们以信心，给人们以启示，也为其他乡土赛事提供了样板。

“公务员微专业”其实可以有

肖蓉

【高校微专业不是职业培训。】

“学制1年，24学分，学费1920元，面向大二及以上年级全日制在校本科生。”最近，西南大学开设“公务员微专业”引发了不少讨论和争议。

有网友认为，这简直是“宝藏课程”。有人质疑，一所双一流大学开设这样的课程，是孔乙己式的入股文回归。还有人忧心，这种大学培养模式导致的内容，会制造更多的就业压力。

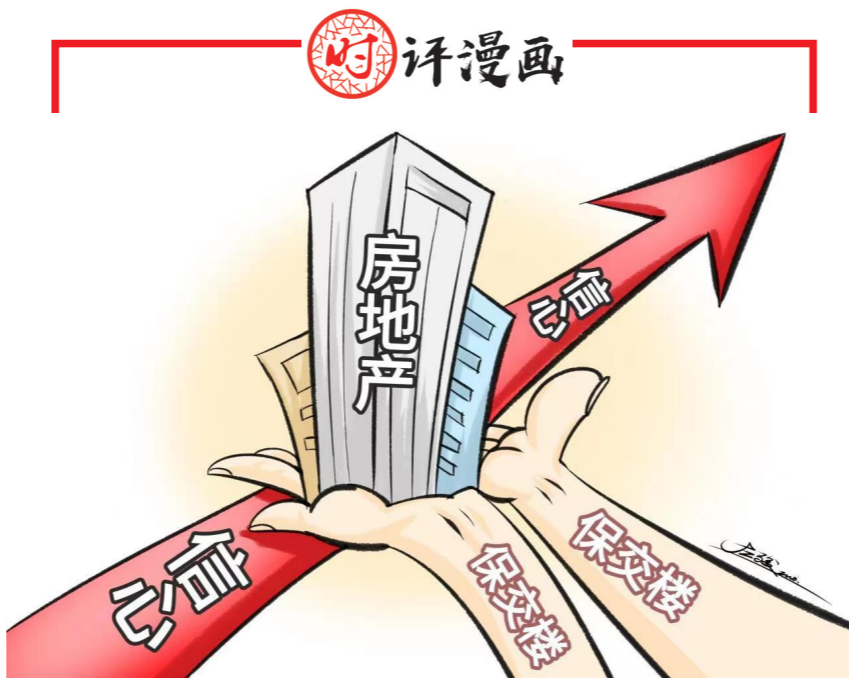
笔者认为，“公务员微专业”可以有。西南大学在校内开设该微专业课程是一项积极的探索，可以让学生在完成主课之余，既方便又省钱地学习公务员考试的各个环节、流程和要求，掌握必备的法律、政治、管理等知识。

必须承认的是，当下越来越火爆的考公选择中，掺杂着不少直面现实的考量，除了自身喜欢这个职业，还有

就业压力带来的“上岸焦虑”。微专业作为一种新型学习方式，可以说是高校对部分学生就业需求的一种回应，也是对克服高等教育与社会需求脱节问题的一种尝试。

目前，不少高校都开展了微专业模式探索。比如北京大学开设了国际组织与全球治理微专业，山东大学设立智能通信微专业等。可以看出，这种更为聚焦的课程包组合，是高校传统专业设置之外，满足拓展学生发展个人兴趣、学习学科前沿知识、了解新兴产业态势的需要。

值得注意的是，高校微专业不是职业培训，更不能和专业混为一谈。如“公务员微专业”切不可急功近利，理应根据一系列通识课程，为政府系统培养真正有知识、能干事的后备人才。这样的公务员微专业，才更加符合人们对高等教育的定位。



保交楼，促信心。漫画/左骏

以“保交楼”重塑房地产市场信心

周嵩

【房子交付的是“民生”，稳定的是“民心”。】

前不久，市委主要领导在调研督查保交楼工作时强调，要全力以赴完成保交楼目标任务，努力让广大业主早日住上自己的房子，安安心心过好日子。

近年来，由于房地产市场的深度调整，延期交付成为让众多购房者头疼的“顽疾”，也成为影响经济运行中一个重大风险因素。从株洲情况看，由风险楼盘带来的一系列问题，已经严重影响了众多购房者的合法权益，也打击了部分购房者的置业信心。

如何稳定房地产市场？必须牢牢压实企业主体责任，依法依规督促房地产企业积极处置资产、多方筹措资金，努力完成保交楼任务。压实属地责任、主管责任，按照“保交楼”相关工作要求，及时

回应群众诉求，帮助解决实际困难，把矛盾化解在项目，化解在基层。

正如市委主要领导所言，老百姓辛辛苦苦存钱交了购房款，却十年八年住不进新房，唯有求助政府。相关部门必须积极履职，尽全力帮助购房者维护合法权益。

从长远看，我国城镇化率仍有较大提升空间，刚性和改善性住房需求潜力很大，防风险、促转型背景下的各类房企仍大有可为。必须坚持因城施策、精准施策，大力支持刚性和改善性住房需求，提振信心，促进房地产市场企稳回升。

悠悠万事，安居为大。“保交楼”一头连着百姓福祉，一头连着城市发展，房子交付的是“民生”，稳定的是“民心”。



无人经济 无法躺赢

张书乐

【确实触及消费痛点，却把消费痛点给躺没了。】

风吹过后，无人经济往往无人问津。

媒体报道，无人经济已经遍布株洲的街头巷尾，无人KTV、无人按摩椅、无人游戏机，以及无人棋牌室，冷热不一，但整体效益一般。

纵观无人经济，不难发现一个共同特征，即不过是自动售货机的升级版。所谓无人，不过是通过第三方支付的方式实现自动收账。

无人经济的溃败，其实早有征兆。君不见曾经在各个小区里扎根的智能快递柜，就被完全没有技术含量的菜鸟驿站给击溃。究其原因，不过是所能提供的服务内容过于单一，消费场景也有极大限制。

无人经济为何败，就在于此，即坪效失衡下，确实触及消费痛点，却把消费痛点给躺没了。无人经济往往占据最

好的地段，却做着最单薄的生意，唯一的护城河不过是一个自动收账功能。反观周边有人经营的小店，多出来的人工成本里却可以增加更多服务内容。

既然无法躺赢，无人经济是否就是个伪命题了呢？答案依然否定的，关键在于如何加宽加深护城河，在技术层面上实现坪效倍增。如正在兴起的无人配送，其表面通过机器人达成快速、外卖送达，实际则是通过大数据、云计算来分析道路交通情况，获得最佳路径。推而广之，这样的技术还可以进一步升级，如搭建具有配送、观光、清扫消毒、安防巡逻等各种功能的无人车，实现对简单劳动的替代、最大限度地提升整个商业场景的坪效、实现对场景下痛点问题的解决。

这才是无人经济的真相，一个真正具有多模态、多场景的自动化新业态、新产业。当然，要真正实现无人经济的爆发，还需要更多的投入和更多的研发、试错，反正没可能躺赢。



让消费这驾“马车”加速跑起来

易蓉

【打造一个法治环境，是最大的公平，也是最好的服务。】

今年，从中央到省到市，都把恢复和扩大消费摆在优先位置作为决策部署，再到今年“3·15”国际消费者权益日的主题定为“提振消费信心”等等，“消费”已成为今年的关键词。

投资、消费、外贸是拉动经济的三驾“马车”，尤其经过疫情的冲击，消费市场陷入低迷，当务之急，如何让消费这驾“马车”跑起来，这不仅关乎经济发展，更关乎社会民生。

首先，要在环境上多下功夫。消费环境也是一个地区吸引力、竞争力的重要体现，株洲要打造“网红城市”，提振消费信心，就要着力优化消费环境，着力破解当前消费领域尚存在的诚信经营缺失、“互联网+”消费欺诈突出等问题，进一步完善消费者权益保护的

过程中，该点名还点名。从“铁拳”行动到侵权典型案例，相关部门以不点名的方式进行披露，这中间固然有柔性执法的需要，扶持市场主体之责，但打造一个法治环境，是最大的公平，也是最好的服务。

消费环境的优化，离不开商户、行业、官方三方协力。

笔者认为，一方面，要善于发挥消委组织平台优势，探索建立健全委员磋商、信息共享、协同治理、重大疑难消费纠纷联合处置等机制，督促行业企业积极发挥自律作用，筑牢消费维权共治“保护网”。另一方面，

维权模式也要与时俱进，可采用约谈、公示投诉信息、整治不公平格式条款等方式加强重点领域消费问题的监督，守护安全放心舒心的消费环境，如此，大家才可放心买买买，也有信心购购购了。

融媒·观察

28823920 责任编辑:罗春娇 美术编辑:王玺 实习编辑:张武 校对:谭智方

总理调研第一站，株洲凭什么？

策划:唐剑华、罗春娇 执行:罗春娇、杨若诗

3月21日，昼夜平分春意浓，株洲迎来高光时刻！李强总理履新后，首次出京调研，第一站就选择了湖南株洲！从此次总理调研行程来看，“先进制造业”是最鲜明的主题。一个中部三线城市，为何先进制造业如此强劲？被誉为“共和国工业骄子”的株洲都有哪些“看家本领”？摘得总理调研“首站之荣”，株洲凭什么？

Advertisement for 'China New Degree' (中国新度) featuring 'Daily New, Daily New, New Again' (苟日新 日日新 又日新). It highlights R&D investment of 103.14 billion yuan in 2021 and 28th national ranking for innovation.

Advertisement for 'China Speed' (中国速度) featuring 'Sitting on the ground, traveling 80,000 miles' (坐地日行八万里). It promotes the Zhuzhou rail equipment cluster as a global leader.

Advertisement for 'China Height' (中国高度) featuring 'Reaching 90,000 feet, grasping the moon' (可上九天揽月). It highlights the Zhuzhou small aircraft engine cluster.

Advertisement for 'China Density' (中国密度) featuring 'A thousand trees, a thousand flowers' (千树万树梨花开). It promotes the 'Small Giant' (小巨人) enterprises in Zhuzhou.

Advertisement for 'China Power' (中国力度) featuring 'Powerful as a mountain, covering the world' (力拔山兮气盖世). It highlights the Zhuzhou electric vehicle industry.

Advertisement for 'China Hardness' (中国硬度) featuring 'A thousand磨万击, still as hard as steel' (千磨万击还坚劲). It promotes the Zhuzhou hard alloy industry.

Advertisement for 'China Depth' (中国深度) featuring 'Reaching the bottom of the five seas' (可下五洋捉鳖). It promotes the Zhuzhou underwater robot industry.

A collection of social media-style posts and comments under the heading '网友热议' (Netizens' Hot Discussion). Comments praise Zhuzhou's manufacturing strength and the impact of the Premier's visit.

A small advertisement for 'I'm Higher End' (我更高端) featuring a QR code and the text 'Quantum EV'.