

■ 树立和践行正确政绩观

多做“口碑工程” 不搞“口号工程”

张丽娜

中部某地盲目上马“百亿级产业园”沦为“口号工程”，被媒体曝光后引发关注。近年来，一些地方“有轨电车”“物流新城”“仿古小镇”等项目，也因决策脱离实际，陷入拆留两难、后患无穷的窘境。这些“口号工程”变成“烂尾工程”，背后折射出一些党员干部政绩观出现偏差问题。

今年的政府工作报告提出，努力为人民服务办实事。“十五五”规划纲要中，109项重大工程项目中民生工程达25项。实事办得实不实，工程建得好不好，一个重要标尺就是能不能成为百姓心坎上的“口碑工程”，而非劳民伤财的“口号工程”。

“天地之间有杆秤，那秤砣是老百姓。”政绩分量不足，最终都要在这杆秤上称一称。

报表可修饰，数据可美化，现场可包装，民心无法作假。有一些党员干部在这杆秤前失了分寸，政绩观跑偏：有的败家子，把寅吃卯

粮当“魄力”，留下一屁股债让群众戳脊梁骨；有的官油子，领导面前一套、群众面前一套，把芝麻吹成西瓜；有的表演派，眼里只有短期“轰动效应”，舆情来了连夜办，风头过了原样搁……凡此种种，病根都是政绩观出了问题。

“入党为什么，当‘官’干什么，身后留什么？”这个问题，每一位党员干部都应常思常想。真正的口碑，不在材料报表里，而在百姓心头。离任多年，老百姓谈起那几年、那些干部，还会由衷地念叨一句“那届班子干了实事”，这才是沉甸甸的褒奖。不少打基础、利长远的工作，党员干部任期内可能看不到轰轰烈烈的效果，也许多年后才逐渐生发影响；当年种下的树苗已渐成荫，规划的项目已让群众得了实惠，培养的人才已成栋梁……这都是树立和践行正确政绩观的生动注脚。

金杯银杯，不如老百姓的口碑。当每一位党员干部都深明此理，那些急功近利的“口号工程”就会失去市场，惠及长远的“口碑工程”就能在百姓心中闪光。

以需求为导向优化消费新场景

黄明明

更好地发挥消费对经济发展的基础性作用，是当前全国上下的一致共识。消费新场景是新业态、新产品、新模式、新服务与环境要素深度融合的全新消费形态，可以提高居民消费意愿，激发消费活力，推动消费结构升级，培育新增长点，为市场注入持续活力。

我市积极顺应消费趋势变化，加快发展夜间经济、首发经济、假日经济、银发经济等，在美食、购物、休闲、娱乐、健康养老托育等领域，积极培育多元化、沉浸式的消费新业态、新模式、新场景，推动宁波向消费大市转型，成功跻身全国首批消费新业态新模式新场景试点城市。

优化消费新场景，是对既有消费形态的系统性升级与创新，其核心在于以消费需求为导向，通过空间更新与业态融合，创造更具吸引力、体验感和差异化的消费环境，但不可能指望“场景一换，情况转变，效果显现”。打造出更多具有吸引力、独特性，并且可落地、可复制、可扩展的消费场景，需要多管齐下。

良好的用户体验是消费新场景成功的前提。慈溪一家企业针对老年人洗澡难，开拓出一个服务新项目——

流动助浴车，虽收费不低，仍被一些行动不便的老年人接受。识别消费新场景的关键，在于在设计、运营过程中，围绕日常生活、教育、健康、文化、休闲、旅游等领域的痛点和堵点，汇聚消费者的真实需求和感受，精准发力，增强供需匹配度，开发适销对路的产品，更有效地引导需求、激发购买意愿，提升消费体验，激发市场潜力和活力。反之，如果想当然，设计出一些自以为酷炫的场景，结果消费者不买账，只能是一空空。

因地制宜、因时制宜。商业可行性是衡量消费场景能否行稳致远的重要指标，必须充分考虑成本效益等因素，若脱离实际，或依样画葫芦，照抄照搬别人的项目，或另起炉灶，一切从头做起，必然增加成本，给建设和运营留下隐患。慈溪岗墩村推动“茶旅联姻”，年营业额突破200万元；最近，我市商家推出一批融入马元素的对联、黄金饰品等，掀起一股“马上”购物热潮。这类以风土民情、文物古籍、历史掌故、地理环境、土特产品为元素的消费新场景，依靠现有资源，展现当地特色，商业模式清晰，运用前景好，升值空间大，不仅在当下取得了良好效果，而且具有广阔的商业潜力。

不断提升时效与服务质量，促

进消费场景提档升级。东钱湖利用拥有复合型资源的独特优势，瞄准文旅高质量发展，开发“舟行、车行、步行、骑行”四行为代表的新业态资源、文化景观等，为会奖旅游提供多样化选择，获评“中国最具竞争力会奖强区”。多重优势叠加，再通过多元营销手段，吸引上海和长三角的优质客源，曾收获万人疗休养和2个高端国际会奖会议及2亿元动漫业态产值赋能的文旅大单。随着消费需求迭代升级，人们已从实用、性价比导向，转向追求个性化、智能化、沉浸式的高品质消费体验。优质的消费场景不仅能响应当下需求，更能引导和创造新需求。优化消费新场景，不仅能化解眼下困境，而且能满足群众消费升级需求，创新消费形态和品牌，培育一批特色鲜明、创新能力强、成长性好的市场引领效果突出的消费端领军企业，更好地满足多样化、高品质的消费需求，助力经济高质量发展。

构建人才支撑体系。江北安山村一直苦于闲置农田和民房无法利用，后来，由党总支牵头，选用通晓经济规律、市场走势的人组成强村公司，不断挖掘田园营地、户外徒步、农事体验、咖啡馆等农文旅融合新场景，美了村庄、多了业态、强了产业，村民人均年收入超5万元。

优化消费新场景是个技术活，几个臭皮匠，可能顶不上一个诸葛亮。抓住人才这个“第一资源”，吸引设计师、策划者、营销者跨界参与，可以增强决策的科学性，破解发展难题，凝聚发展信心，取得显著成效。

场景创新不是企业的独角戏，而是政府、企业、消费者和社会各界的大合唱。强化政府引领，筑牢政策根基，坚持科学谋划，增加市民收入，应推动完善相关政策体系与场景创新深度融合、同频共振，实现“政策引导、场景落地、消费提振、民生改善”的良性循环。企业作为场景创新的主体，必须了解适应消费者需求，加强技术研发、提高质量、升级服务、推动行业转型升级。市民在收入稳定增长、消费能力提高的前提下，应转变观念，敢消费、愿消费，以实际行动支持经济社会发展。政府有方、企业有为、市场有效、市民有力，如此多措并举，形成合力，一定能使消费场景不断优化，市场活力蓬勃生长。



景新

海曙区白云街道 OPC (One Person Company 的缩写，即“一人公司”)云创 Labo，是宁波第一个 AIOPC 社区。社区提供免费创业工位，免费提供公司前期注册、认证、税务开户等对接服务，并支持入驻企业免费使用国产算力，还提供最高每个月30万元的海外算力补贴。目前社区一共有22家 OPC 企业入驻(3月23日《宁波日报》)。

在技术变革与消费升级的双重驱动下，市场对智能化、个性化解决

从小切口提升创新生态

方案的需求日益旺盛。“一人公司”凭借轻资产、快速迭代、高灵活度和其所拥有的前沿人工智能技术，实现即时响应，精准匹配个体创意与大批量生产的用户核心需求，迅速成长为创新创业的生力军。

这种“单人成军”的模式，不仅降低了创业门槛，更释放个体的无限潜能，成为激发创新活力、培育经济新增长点的重要载体。白云街道 OPC 云创 Labo 的价值，不仅在于物理空间的免费提供，更在于其构建了一个技术赋能与资源共享的“微生态”。在这里，创业者无需背负高

昂的算力与租金成本，还能借助 AI 大模型等智能体协同，寻求从创意到产品的快速转化。

建设一流创新生态，需要一个个体而微的抓手。白云街道 OPC 云创 Labo 的实践从小切口入手，扶持“一人公司”，是在为青年创业群体铺路，做“初生牛犊”“无名之辈”的陪跑者。OPC 云创 Labo 社区里的创业者不一定个个成功，但人人都有“展翅高飞”的可能。创新生态的好与坏，从不以经营主体的规模大小、成功与否来定义，关键要看当地助力助跑的诚

意、容错试错的胸襟、扶助激励政策的含金量，最终靠创新创业群体的“用脚投票”来检验。一旦形成“近悦远来”的磁场，一流创新生态便有了坚实基础。

“一人公司”是创新创业的微观主体，这个“微”不是微不足道，而是微光成炬的火种，是繁荣创新生态不可或缺的组成部分。从上海的“模速空间”到杭州的“AI 小镇”，再到宁波的 OPC 云创 Labo，“一人公司”正在从单兵作战走向集群发展，不断推动创新创业生态优化。

文明健康 绿色环保



社会主义核心价值观：

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

要知盘中餐 粒粒皆辛苦



扫码关注
文明宁波公众号

宁波市文明办