

# 以“绣花之功”绣出城市青绿图

□包霖

屏山时评

近日,北京林业大学中国绿都研究院发布了2023年度绿都建设评价研究报告。报告公布了本年度位居前20名的城市,福建共5地上榜,分别为三明市、南平市、龙岩市、漳州市、宁德市。其中,三明市连续4年位居榜首。

绿化美化,是一座城市的形象窗口,它展现城市生态肌理、彰显城市底蕴内涵,又承载市民对美好生活的需要,是城市可持续发展的保障。福建作为中国最绿的省份,如今,市民推窗见绿、出门进园,绿化景观从常绿到“四时有花、四季有景”,绿地

草坪从赏绿为主到可赏可游……数据显示,截至2022年,福建城市建成区绿化覆盖率达44.07%,绿地率40.68%,人均公园绿地面积达15平方米,绿化覆盖率和绿地率居全国前列。

城市绿化,是关乎生态环境、人民福祉、城市治理现代化的大课题。当前,我省各地因地制宜、科学谋划,建设出一批有温度有颜值有特色的美丽城市。此次,我省五城共同入选中国绿都前20名,不仅是对当地绿色发展肯定,也为其他城市提供了宝贵借鉴。我们要继续以精细化的“绣花功夫”,久久为功、善作善成,不断推进城市增绿提质,打造更有特色的城市绿化品牌,让人民群众在城市的“绿水青山”中幸福徜徉。

城市绿化尤重科学谋划。当前,人民群众对优美生态环境的需要日益提升,城市

绿化也要坚持数量和质量并重、质量优先。这对城市的建设者、管理者提出了更高要求。近年来,我省在全省区域范围内推动建设“万里福道”,重点实施郊野公园、滨河绿地、立体绿化建设,并对老旧公园进行改造提升。与此同时,各地因地制宜,全面铺开“口袋公园”建设。截至去年底,全省已建设“口袋公园”1225个,群众家门口的“小花园”遍地开花……这些都启示我们,坚持生态优先,杜绝盲目跟风,避免片面追求景观化,统筹考虑生态合理性和经济可行性,精细谋划,才能不断提升城市绿化的质量和效益。

“城市的核心是人,城市工作做得好不好,老百姓满意不满意、生活方便不方便,是重要评判标准。”推进城市绿化工程,要坚持以人民为中心,在城市绿化设计、树种

的选择上,既要广泛听取专家学者的意见建议,也要俯下身子,问计于民、问需于民、问效于民,精心规划、用心设计、精雕细琢,让人民群众既能感受城市景观之美,又能于此间实现自我疗愈;城市绿化不是简单满足森林覆盖率、人均绿地面积的基本要求,更要调动市民的积极性、主动性、创造性,尊重市民对城市绿化的参与权,鼓励市民通过各种方式参与城市绿化建设和管理,让城市绿化更具“亲和力”。

一棵棵树、一片片绿,呈现着一座城市的风貌,也承载着城市的历史文化和人文关怀。推进城市绿化健康发展,不断满足市民日益增长的优美生态环境需要,就要坚持量质并重,织密精细化建设和管理的“针脚”,让城市更宜居,让生活更美好,不断建设人与自然和谐共生的美丽福建。

# 治理引流广告乱象还需加把劲

□张国栋

“强制跳转防不胜防”“才关一个又跳一个”“越着急越点错”……当前,引流广告几乎成为各类应用软件中的“标配”,也成为很多用户吐槽的对象。因技术门槛及成本较低,引流广告产业链十分活跃,花样不断翻新,造成了一种“用户不满意,商家也难以精准获客”的“繁荣假象”,值得正视。

虽然自去年以来,针对弹窗广告霸屏、随意跳转、关闭按钮“躲猫猫”等行为,《互联网弹窗信息推送服务管理规定》《互联网广告管理办法》等规章制度先后出台加以约束,引流广告乱象有明显改善,大多数常用App的弹窗、开屏广告能够实现“一键关

闭”。但树欲静而风不止,一些不合规的引流广告又出“新花样”,不仅数量多、频次高的开屏和弹窗广告如“牛皮癣”一般绕不开、躲不掉,“擦边”行为令人不胜其扰,且电脑端还存在“流量劫持”违规操作,用户以为点击进入官方旗舰店,实际上跳转到别的商店链接。

可以说,很多App经营重度依赖广告收入,是造成部分“擦边”引流广告频繁推送、泛滥,继而产生一条畸形产业链的重要原因之一。与之对应的是,相关法律法规和政策措施出台后,弹窗广告泛滥有所缓解,但面对花样不断翻新的弹窗,治理手段仍存局限。调查显示,92%的投票者明确表示

对“摇一摇”开屏广告持厌恶态度。90%的投票者认为该功能侵犯了自己的权益。

治理引流广告乱象,不能浅尝辄止。引流广告要合规,首先要企业在正当商业利益和消费者合法权益之间,寻找平衡点。其中除了企业的“觉醒”,还需多方主体参与的协同共治机制,加强源头治理,从广告服务提供者的算法设置、商业逻辑、盈利模式等方面进行前置性监管,以防患于未然,争取最大“公约数”——

一是相关部门要出台更多具有针对性、实操性、技术性特征的细则标准,提升违法网络弹窗广告行为的处罚额度及其他违法成本。二是制定实施关于网络弹窗广

告的正面清单、负面清单,强化对行业协会、互联网企业的事前合规指引,引导企业建立相关的内部合规体系。三是与第三方技术评估机构合作,对网络弹窗广告的算法推荐方式、运作逻辑实施专业化、可追溯性监管。四是采取分类治理的手段进行限制,对于弹窗广告的频次、时段等设定具体标准,在App中应明确设置相关按键或条款,允许消费者选择同意打开弹窗广告的具体频次或直接关闭。

总之,引流广告固然可以有,但前提是必须明确其边界和责任义务,并将选择权、决定权充分交给消费者,而不能任其“擦边”,继续泛滥。



世相观点

## 纠偏“禁燃令”促善治

近日,全国人大常委会法工委的一份备案审查报告中提到,有的地方性法规规定,全面禁止销售、燃放烟花爆竹。有公民和企业对全面禁止性规定提出审查建议。全国人大常委会法工委经审查认为,地方需修改禁燃令。通过备案审查,给各地“禁燃令”纠偏,既让地方对烟花“燃放”的管理更科学合理,也给地方规范立法提了个醒。地方制定法规须在上位法的框架内、立法法规定的权限内行使立法权,同时也应充分听取各方意见建议,妥善处理好各方矛盾,精细精准,以善法带来善治。

木须虫/文 朱慧卿/图

专家视线

# 为发展现代农业注入智能动力

□刘朋虎 陈华

现代农业的高质量绿色发展,不仅讲求高产优质,而且注重精准高效,同时还要节本省力。人工智能技术的悄然兴起,并融入现代农业绿色发展过程,形成新的产业业态,创立了人工智能+农业现代的融合发展的生产模式,并拓展了新质生产力驱动引领的新途径。

人工智能型现代农业是在数字农业的基础上,进一步实现了农业智能化和自动化生产,包括智能化决策、自动化控制等诸多内容。智慧型现代农业的应用范围更广,不仅涵盖了农业生产领域,还涉及农产品加工、流通、检验等领域。从技术应用的角度来看,人工智能型现代农业更突出了利用先进的信息技术和自动化技术,例如人工智能、机器学习、自动化控制等,实现农业生产的智能化管理和科学化控制。其不仅侧重于利用数字技术对农业生产过程中的各种数据进行收集和分析,而且注重农业生产的数字化管理和智能化运营。人工智能+现代农业融合发展,其功能特点包括数字农业注重数据的采集、处理和应用,并通过人工智能技术实施,将农业要素进行数据化、精细化、高效化、自动化融合与提升,为农业生产提供更加精准的数据支持和精准服务。

人工智能对农业发展的影响是多方面

的。从种植到收获,由人工智能技术介入,可以提供全新的解决方案。人工智能技术应用,能帮助农民更准确地预测农作物的生长状态、病虫害风险等信息,从而更加合理地采取相应调控措施。人工智能还能通过图像识别和声音分析来判断农产品的成熟度和品质,进而帮助农民适时采收与储运,提高农产品品质与市场竞争力。

除此之外,人工智能机器人和无人机可以检查作物和土壤状况,评估作物健康状况,并就何时浇水、施肥和收割提供精准指导,可以帮助农民节省时间、降低成本,并改善种植和收割方面的决策。人工智能技术还可用于支持数据驱动的决策,并深入了解气候变化对农业生产的影响,人工智能预测模型可以分析天气预报和历史作物产量的数据,以预测未来的作物产量,并确定成功收获的最佳策略。人工智能+现代农业融合发展,还有助于优化资源利用,有效监测和管理水肥等资源投入的精准用量,提高利用效率,减少农业污染,保护生态环境,实现双赢目标。

人工智能技术不断融入并实施集成应用,对提高农业市场效率和持续高效经营的潜力无疑是巨大的。通过利用人工智能的技术,农民和农业生产者可以更加优化生产,有效减少浪费,同时提高农业经营的

高效性与加持性。通过对人工智能技术和数据基础设施的有效投资,农业可以从提高生产效率和促进持续发展中获得利益。然而,人工智能+现代农业融合发展正处于起步发展阶段,需要更加完善的技术与融合应用的模式,进而需要进一步强化基础研究及把握集成应用环节。

强化人工智能技术基础研究。目前人工智能领域研究的重点是计算机视觉、自然语言处理、跨媒体分析推理、自适应学习、群体智能、自主无人系统、智能芯片与脑机接口等关键技术深入研究,要设立重大研发专项,组织协同创新攻关,突破集成与加持环节技术难点,注重融合产业与链接体系构建,强化便捷应用程序标准化运营,为人工智能+现代农业融合发展奠定坚实基础。

强化人工智能技术高效衔接。现代农业高质高效绿色发展有其自身的内在规律,人工智能技术介入,需要在主要生产环节、关键运营接口、高产高效保障、优质安全产品、降本节能管理、生态环境保护等方面嵌入,以精准、省力、节约、高效、降本为切入点,促进现代农业高质量绿色发展,让农业产业更加现代化、高优化、智能化,助力乡村振兴与农民增收。

强化人工智能现代农业培育。作为一

个新的产业业态,要注重设施化配套与便捷化运营,要注重标准化生产与高优化运营,让人工智能+现代农业融合业态从一开始就步入健康发展轨道,发挥高效化与产业化的效应。

强化乡村复合创业人才培养。人工智能+现代农业融合发展,需要更多懂农业、爱农村、爱农民的技术人才投身创新创业新业态的开发,人工智能+现代农业复合产业新技术开发与应用,无疑需要高素质的本土人才参与其中,进而需要提早谋划,布局人才高地建设,强化应用型实操人才培养。建议以返乡创业青年为主体,实施多途径培养人才;鼓励大学毕业生返乡创业,承担智慧农业发展任务,组建技术骨干队伍;选派返乡青年参加智能化农业大专学历函授学习,以理论学习与实践操作相结合,培育新一代创业工匠;开展便捷化技术操作培训,让一线农民看得懂、学得会,能操作、会应用。

促进智能化新型农业共同体的健康发展,让农业企业与新型农民增长才干、增收致富,实现数字经济产业化与农业产业数字化,为人与自然和谐共生的农业农村现代化建设作出新的更大的贡献。

(作者分别为福建农林大学、福建省农业科学院研究员)

一线观察

## 咖啡创新少些猎奇

□陈斯琪

“猎奇”咖啡的风,也刮到了福建。近日,福州一家咖啡店推出的“鱼丸咖啡”在各大社交平台刷屏——一颗鱼丸分割成两半,一半美式,一半拿铁。网友调侃说:“相当炸裂的搭配,爱吃鱼丸的和爱喝咖啡的都沉默了。”继青椒拿铁、豆汁儿美式、皮蛋拿铁、陈醋美式之后,福州特色小吃鱼丸以一种意想不到的方式火出了圈。

近年来,国内咖啡行业发展迅速,咖啡开始走向大众市场。数据显示,去年国内消费者共消费了近30万吨咖啡,我国已成为全球增长速度最快的咖啡消费市场。随着市场成熟,消费者开始重视口感、品质和形式,基础的咖啡样式已无法满足其多样化需求。面对需求,咖啡行业开始寻求转变,诸如“咖啡+茶”“咖啡+水果”“咖啡+食物”“咖啡+联名”的创新比比皆是。不少企业用心创新,也从中受益。比如,瑞幸凭借一杯生椰拿铁,在饮品界刮起一阵生椰热潮,截至今年4月已销售超3亿杯。再如,茶颜悦色在咖啡中融入茶文化的底蕴,新中式咖啡广受好评,去年“中式咖啡”搜索热度提升4713%。

当然,创新的前提是守正,离不开精准把握市场和深入了解消费者需求。只有真正做到企业和消费者的双向奔赴,才能实现共赢。倘若一味猎奇,或许可以获得一时流量,吸引一些消费者为了拍照打卡而消费,但从长远来看,这种消费恐怕是一次性的,对咖啡行业经营发展并无好处。以鱼丸咖啡的奇特搭配为例,不过是增加一点噱头效果,消费者的体验未必就好。另外,从食品安全卫生角度看,胡乱的拉郎配未必靠谱,没掌握好应有的尺度,把消费者当试验品,也极可能引起市场反噬,误伤了一些好的创意咖啡。作为新风口,咖啡市场无疑是竞争激烈的,不可避免地会有一些花式内卷。但无论如何,产品品质才是核心竞争力,掌控好创意的度,让消费者敢于尝试,并且愿意再次消费,才能在激烈的竞争中脱颖而出。

★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★

## “仅退款”还需两头兼顾

□杨楠

12月27日,“淘宝将支持仅退款”的话题冲上微博热搜第一。在淘宝新增支持用户“仅退款”政策的同时,京东也修订了京东售后和交易纠纷处理政策,新增了用户仅退款的标准。这意味着,国内三大电商阵营,拼多多、淘宝、京东均加入了“仅退款”阵营。

“仅退款”规则是指订单商品存在货不对板、质量不合格、恶意欺诈等问题的,平台会从商品价值、商品性状、信息描述、售后投诉,以及消费者的购物习惯、消费信用等多个维度进行综合判定,视情况支持消费者“仅退款”诉求。但消费者若存在恶意购买、恶意退货等情形,平台将降低提供类似服务保障升级措施的频次。可以说,这是网购规则对消费者权益保障的一次压实补强,将倒逼平台和商家从拼数量进化到拼质量,不断提升产品质量和服务意识,促进网购消费提质升级。

保护好消费者的合法权益不受侵害,是“仅退款”规则遵循的原则,但也要平衡好消费者与商家的利益,不可顾此失彼。这就需要平台在完善管理理念和审核机制、设置争议解决机制等方面做好功课,在商家与消费者权益保护之间找到平衡点,既让商家不致怠慢消费者,也要保护商家的合法权益不受侵害。

## 小学推出减脂餐具有大意义

□张立美

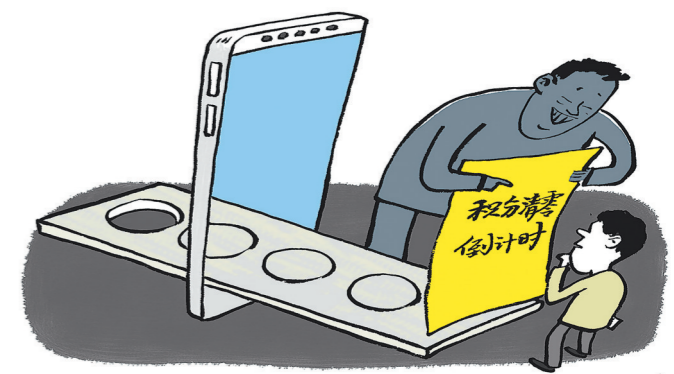
12月27日,南通市紫琅第一小学推出了针对全年级儿童的减脂餐,将午餐中的一“小荤”替换为粗粮,同时适当减少主食米饭量。“菜谱”推出后受到许多家长欢迎,第一天就有81名家长帮孩子报名改吃减脂餐。

小学推出减脂餐,凸显了学校践行“健康第一”的教育理念,无疑是“小胖墩”“减负”的重要一招。学校里“小胖墩”越来越多,原因之一就是学生饮食不科学。很多中小学校和幼儿园的食堂饭菜碳水多、油脂、盐、调料多,比较重口味,孩子吃多了很容易发胖。小学推出减脂餐,适当减少主食米饭量,不仅有助于改变目前学校食堂饭菜结构不科学、不健康的现状,还能引起家长对孩子肥胖的重视,有利于引导家长逐渐改变家庭的饮食结构,为孩子提供更健康的饮食。

当然,帮助“小胖墩”瘦身,除了推出减脂餐这一招外,还要落实相关法律法规,发挥好校内体育课功能,严格保障每一个学生都能做到每天校内体育锻炼一小时。总而言之,既要用好减脂餐,也要上好体育课,科学饮食+科学锻炼,才是控制体重的良方。

## 别让积分清零闹剧一再上演

□李英锋/文 王铎/图



2023年还剩下最后几天,你有没有收到“积分清零倒计时”“2023积分清零攻略,快来薅羊毛”这样的短信或微信?岁末将至,有人抓住时机“薅羊毛”,有人却发现辛苦积攒的积分被悄悄清零,还有人掉进骗子的陷阱。12月26日,江苏省消保委提醒:消费获得的积分有财产属性,商家需诚信尽到告知义务,不能悄悄清零。

积分清零不该成为“年度侵权循环剧”。各地各级消保组织都应该督促、教育商家合理设置积分兑换以及清零规则,不得擅自变更积分规则,切实履行积分兑换条件告知、积分清零告知义务,规避借助积分清零销售假冒伪劣商品、侵犯消费者个人信息权、设置诈骗陷阱等行为。

市场监管、工信、网信办、公安等部门以及相关行业协会有必要建立联合治理长效机制,加强监督检查,依法查处并曝光与“积分清零”伴生的违法侵权行为,让违法侵权商家付出必要的法律代价、失信代价;相关网络平台、通信运营商、社交软件运营商等也应通过“人工+智能”的方式,加强对与“积分清零”相关营销信息的筛查、甄别,拦截、屏蔽有明显违法侵权嫌疑的信息,并将假冒通信运营商发布信息、销售质次价高产品等问题及时报告监管部门。