

丁小强在中心城区调研民生工作时强调

# 以更大力度更实举措扎实办好民生实事 不断增强人民群众的获得感幸福感安全感

运城晚报讯(记者 王文军)10月16日,市委书记丁小强深入中心城区部分小区调研供热供暖、物业服务管理等民生工作。他强调,要深入扎实做好群众身边不正之风和腐败问题集中整治,把整治突出问题与推动为群众办实事办好事实事有机结合起来,以更大力度、更实举措扎实办好民生实事,让群众看到新变化、得到真实惠,不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。市政府党组成员薛永琦参加。

供暖季来临,各项准备工作进展如何?丁小强十分关心。在诚信嘉苑小区,丁小强实地察看新用户入网工程建设进展情况,与小区住户亲切交流,详细

了解存在的困难和问题,要求加快工程进度,保证工程质量,确保如期完成;要大力整治提升小区环境,提升基础设施,真正把好事办实办好。在凤鸣苑小区,丁小强仔细询问管网、换热站改造提升情况,叮嘱相关部门要认真做好设备检修、管网维护等各项准备工作,加强对换热站、小区管网运行后的监测,不断提升供热能力和质量水平。丁小强强调,冬季供暖工作涉及千家万户、事关群众冷暖。要高质量完成供热前准备工作,加快老旧小区、新接入小区的供热管网、分户改造的步伐,做好生活困难家庭供暖保障,确保人民群众温暖过冬。要着眼长远、科学谋划,优化热源和管网布

局,统筹做好城市管理、热力供应、物业管理的协调联动,主动靠前服务,及时解决群众反映的各类问题,以“供暖热度”提升百姓“幸福温度”。

在城市花园小区和禹香苑小区,丁小强实地了解小区环境、物业服务管理等,深入群众倾听诉求,对群众提出的物业服务、基础设施管护等方面问题,现场作出答复。他指出,要分类施策、补齐短板弱项,扎实做好环境卫生清理、停车秩序规范、基础设施维护等工作,不断提升小区物业服务管理的标准化、规范化、制度化水平。在芳草地小区西门处,丁小强详细了解车辆乱停乱放整治情况,强调要聚焦住宅小区、商

圈、医院、学校等重点区域,遵循布局合理、规范有序、动态调整的原则,严格规范公正文明执法,疏堵结合整治乱停乱放行为,全力营造规范有序、文明安全的出行环境。

调研中,丁小强强调,当前,我市正扎实推进群众身边不正之风和腐败问题集中整治。要持续整治覆盖面广、老百姓反映强烈的突出问题,坚持“当下治”和“长久立”相结合,多维度体现集中整治成效,以“小切口”推动解决民生“大问题”。要聚焦重点领域、民生痛点,强化系统施治、源头发力,实现“解剖一个问题”向“解决一类问题”转变,推动集中整治取得更大成效,不断提高群众获得感满意度。

排队抢购,一物难求

## 新时代文创缘何如此受欢迎?

记者观察

□见习记者 赵泽艳

《黑神话:悟空》游戏爆火后,山西文旅趁势推出的通关文牒、通关信物等一系列周边文创,让解州关帝祖庙等通关文牒领取处排起长龙;大同“佛小伴”玩偶因其萌系外表和“磁吸击掌”设计爆火出圈,线下文创门店的玩偶被抢购一空;应县木塔镂空盖章本美观与实用并重,被无数网友直呼“惊艳”“想拥有”……

据大数据显示,国庆假期,运城市接待游客总计517.53万人次,旅游消费总收入为32.14亿元,这其中文创产品的消费不可忽视。

排队抢购、网上代购、喊话文旅部门及景区提高产量……当代文创究竟有多大魅力?让众人纷纷花钱购买,甚至不惜为了一件文创跨越一座城市。

“有创意”“会整活”是新时代文创的新标签,只要走进一个景区,冰箱贴、帆布包、甜点等五花八门、设计新颖的文创产品,总会吸引游客忍不住“出手”。

冰箱贴几乎是所有景区的标配,可现在各大景区几乎都把它玩出花来。运城盐湖景区的七彩盐湖流沙冰箱贴,凤凰围绕着的池神庙和盐湖的背后,是流动的银色闪粉,它似雪花又似湖水,应景又迷人;七彩盐湖琉璃磁吸书签·冰箱贴不仅一物两用,阳光透过还可以折射出七彩光芒;解州关帝祖庙的“神勇”冰箱贴,把牌匾等比例缩小放到你手中,属于打卡必备的景区“小网红”……

不只是冰箱贴,玩偶、甜品都能被设计师“抓来”,大开脑洞,只为吸引游客注意。

“山西人吃饺子就是要配醋”,于是运城博物馆推出永济牛肉饺子和醋的配



①解州关帝祖庙的“神勇”冰箱贴 ②文创糕点

本组摄影 记者 朱超逸丁

套玩偶,因为足够“有梗”也足够可爱,在网上掀起一波购买热潮。

非遗加文创,也让文创更加出彩。运城的非遗剪纸文创,把盐湖地标、鹤雀楼、关羽形象融入其中;运城博物馆售卖的文创糕点,礼盒上运用了掐丝珐琅的设计。买这样的一份文创回家,就像是买回去一份艺术品,好玩的同时提高了文创的收藏价值。

当下文创的消费群体大部分是年轻人,而文创的设计师们也趋向于年轻化,年轻人之间的碰撞引领着文创走向不一样的方向。

近期,运城博物馆的前庄圆顶蛋糕又吸引了一波眼球,它与“正主”酷似的造型、柠檬薄荷慕斯内心加上巧克力外

壳的味道,让人忍不住有购买的欲望。

这样有“颜”有“甜”的文创甜品出自一个“00后”设计团队,此前他们还将非遗、景点、文物融入糕点,颇受年轻人好评。也因为年轻人,他们的甜点和礼盒设计都别具一格,文物在设计师的眼里是可爱的、有生命力的,他们把这种特质融进自己的作品。

“00后”团队的糕点品牌叫“一口好运”,他们希望把好运气带给每一位来运城旅游、品尝文创糕点的人。而盐街“好运集合站”老板的想法与“一口好运”设计团队不谋而合,店名既隐含了同样的“好运”,也期望把运城所有好玩的文物“集合”起来,让每一位来运城的游客有所收获。

他们同样年轻,知道当下年轻人喜

欢怎样的文创,致力于把运城文创带出圈。他们不仅希望运城文创被喜欢、被带走,更多的是希望运城文创背后的河东文化被了解、被热爱。

创意是前提,文化是根本。无论怎样“会整活”的文创产品,都脱离不开它身上所承载的文化功能,也只有文化属性上多下功夫,灵感才会取之不尽。就像“关公护你”系列冰箱贴的背后是关羽的忠义仁勇形象,“饺子和醋”玩偶的背后是运城人厚重的饮食文化。

就像一位专家说过的,博物馆的文创店是博物馆的最后一个展厅,我们售出的文创不仅是一个物品,更是一种文化。文化赋予文创源源不断的生机,文创助力文化“活”起来,真正走进千家万户。