

## 一平方米里的“增值发展”

李洪兴

当热乎的建议、发展的期盼，摆在规划决策的案头，化作掷地有声的行动，那一刻，中国式现代化有更温暖的质地，中国式民主更具坚实的根基

一平方米，有多大？可以平铺16张A4纸，略大于1台55英寸电视机的屏幕，大约能摆下3张中学生标准课桌……

这方寸之地，犹如观察发展的“显微镜”。不妨看“两个一平方米”的故事。

上海，部分老旧小区弄，“拎马桶”曾是几代人的生活记忆。狭小空间，如厕难、环境差，成为生活“心头刺”。以“绣花功夫”装马桶、优布局、加配套，一平方米里做出大文章。

北京，全国“好房子”设计大赛成果展出。有方案聚焦70平方米住宅，设计出4个开间，可根据需求改造为工作室、休闲区。讲究精细化，兼顾集成性，注重适配度，“让每一平方米都物有所值”。

旧房改造的“一平方米尊严”，是民生痛点的精准破解，也是人民城市的刻度标尺。改的是生活设施，暖的是百姓心田，彰显了以人民为中心的发展思想。

好房子的“一平方米价值”，是生活品质的迭代升级，也是美好生活的计量单位。促的是环境友好，增的是生活格调，展现了投资于人的理念。

一个解决“有没有”，一个跃向“好不好”，共同指向以人为本。坚持人民至上，设计理念、规划方向也在“转身”——既划用地红线又划生活半径，既算容积率又测步行舒适度，既重建设效率又重使用品质。

面积虽小，能容民生大计；规划精细，可筑发展宏图。从一平方米出发，可以探寻未来5年的发展纵深。

小空间连着大战略。从“有房住”到“住好房”，从“做优增量”到“盘活存量”，规划与行动中蕴含着鲜明的实践逻辑。比如，老旧小区改造如何与适老化结合？好房子设计怎样预留成长弹性？近年来，浙江推动创建未来社区，构建邻里、教育、健康、服务等场景，探

索建设能够创造归属感、舒适感和未来感的新城市功能单元。

规划先行，空间再造，从来不只是宏大叙事，更是在方寸之间的体贴；也不只是图纸上的线条，更是对未来的许诺。

如何让许诺真正落地？如何让规划切实付诸实践？“‘十五五’开局之年，无论是制定规划还是部署实施，都需要有正确的政绩观。”这是方向性指引，也是方法论启示。

当一平方米成为决策起点，发展就自然规避了“拍脑袋”；当“物有所值”成为验收标尺，投资就规避了“形象工程”；当“幸福刻度”成为考核维度，政绩就告别了“纸面化”……坚持从实际出发、按规律办事，避免急功近利、盲目蛮干，无论大工程还是小项目，就能真正造福于民、赢得认可。

一平方米，是物理空间，也是价值坐标。一平方米之外，恰是千万种值得被认真对待的生活，以及由美好生活托举起的“增值发展”。

越是向新向优，越要呵护人间美好的温度。现代化不只是钢铁森林的高

度，更是推窗见绿的呼吸感；高质量发展既有经济曲线的攀升，更有无障碍坡道的延伸。新一年，启新程，前方有科技高峰，也有民生期盼；有持续壮大的产业集群，也有等待更新的老旧小区；有现代都市的潮流风采，也有城乡交融的古朴风韵……“发展的人”一直向前，只要围绕“人”展开、由“人”驱动、为“人”服务，机遇就在，潜能就在。

从一平方米说开去，规划生活空间，拓展治理空间，营建发展空间，都要把蓝图的“大写意”化作实干的“工笔画”，进而赋能、托举，成就一个个“大写的人”。这是致广大与尽精微的融合，也是投资于物与投资于人的结合，更诠释了“现代化的本质是人的现代化”。

务实，是把蓝图落在一平方米上；担当，是让蓝图经得起一平方米的检验。当热乎的建议、发展的期盼，摆在规划决策的案头，化作掷地有声的行动，那一刻，中国式现代化有更温暖的质地，中国式民主更具坚实的根基。

一平方米的叙事，不宏大，却很中国。

来源：人民日报

## 秋粮收购开局良好

国家粮食和物资储备局日前发布数据显示，截至目前，全国各类粮食经营主体累计收购秋粮超3亿吨，为近年来较高水平；秋粮市场价格稳中有升，优质优价特征更加突出。为持续巩固这一良好态势，还需各方主体协同发力。相关部门需合理把握各级各类储备收储轮换的时机节奏，精准落实调控措施，推动粮食价格保持在合理水平。同时，扎实推进“产购储加销”全链条协同保障，统筹做好库存销售、加工转化与物流调运，确保从田间到餐桌的每一个环节都顺畅高效。经营主体要敏锐捕捉“优质优价”信号，通过订单农业等方式积极对接，引导种植结构优化，让好粮食卖出好价钱。广大农民则要紧跟政策与市场风向，主动优化种植结构，提升粮食品质，增强议价能力和抗风险能力。(时锋) 来源：经济日报



## 擦亮地标产品这张“金名片”

韩永军 陆地

根据国家知识产权局发布的数据，截至2025年底，我国累计认定地理标志产品5066个，核准使用地理标志标志专用标志经营的主体超过5.2万家，地理标志产品直接年产值接近1万亿元。地理标志产品已然成为特色产业增收致富的“金名片”，有效助力区域经济发展。

所谓地理标志，是指标示某商品来源地，以及该商品特定质量、信誉或者其他特征的标志。其主要功能在于保护经由历史、地理等因素沉淀而形成的地方特色产品。由于经过悠久的历史积淀和严格的市场考验，物产地标具有鲜明的地域性、独特性和高品质、易流通等特征，经济价值一般高于同类产品。自然景观地标虽然自身不能流通，不过，由于自身的稀缺性和高观赏价值，可以吸引大量游客，具有很高的旅游价值。

由于地标产业具有区域闭环式发展、全要素市场、多维度转型等重要特性，抗风险能力也高于一般经济行业。通过绿色、低碳、数字、人工智能等高端业态和高科技因素的导入和赋能，我国地标产品附加值和引领功能将大幅度提升。

另外，地标产品还是国际文化交流和传播的重要载体。每一个优秀的地标产品都有一个漫长的成长过程，都经过几代人汗水和智慧的淬炼，都凝结着中华民族的精气神和中华文明的智慧与特色，具有很强的文化价值、旅游价值、交流与传播价值，是区域之间乃至国际交流合作、不同文明互鉴的重要载体。从某种意义上说，地标产品也是媒介产品，在国内外经济文化交流和国际传播中扮演重要角色，且可以避免“文化折扣”和被西方国家贴上意识形态

标签。

还应看到，地标产品的成长与周边传播的效果密不可分。“地”有大小，“标”有高低，地标到底有多“大”多“高”，主要取决于其周边传播的效果。我国地标产品的成长和地标产业的发展也应当遵循这个基本规律，由内而外、由近及远、循序渐进地培育地标产品和地标产业，不断增强地标产品的本地认同感、本国认同感和国际认同感。

用活一个地标，带动一个产业，造福一方百姓。应强化社会对地标多重价值的战略认知，加强地标产业的科学规划，多层次培训各类地标人才，重视地标理论的研究和创新。加大高新技术对地标产业的赋能力度，借鉴国际地标产业发展的先进经验，尽快把地标产业打造成我国经济发展新的增长极。 来源：经济日报

最近，“养龙虾”火了，与之相关的讨论也正在发酵。连全国人大代表、中国工程院院士高文都感慨：“现在大家急得不得了，生怕没有养上‘龙虾’。”

此“龙虾”非吃的龙虾，而是一款图标为“龙虾”的开源AI智能体OpenClaw。“养龙虾”则是指部署和使用这样一个智能体，有的可以当个人助理，有的能直接上手开发产品，好比雇了一个AI机器人干活。公众“养龙虾”热情高涨，深圳、无锡等地也纷纷出台相关支持政策，这是对前沿科技趋势的敏锐把握与长远布局。

然而，“养龙虾”热潮的背后潜藏着不容忽视的信息安全隐患。近日，工业和信息化部网络安全威胁和漏洞信息共享平台专门提示，OpenClaw部分实例在默认或不当配置下存在严重安全缺陷，极易诱发网络攻击与信息泄露。这一预警表明，信息安全的风险并非假设。在缺乏有效权限控制、审计机制和安全加固的情况下，随意授权“养龙虾”，无异于将数字家门的钥匙交给陌生人。

更令人担忧的是，鱼龙混杂的代安装市场环境让安全风险进一步加剧。OpenClaw的安装与调配具有一定门槛，普通用户难以独立完成，火热的“养龙虾”需求短时吸引大量“速成师傅”入场。这些人员水平参差不齐，部分人为牟利，刻意回避权限说明与风险提示，甚至将公开工具打包换皮——既可能因服务方技术疏漏埋下漏洞，更可能让AI智能体在失控的授权下成为信息泄露的通道。

“养龙虾”走红背后风险不能忽视。多方联手，尽快推出安全、合规、便利的“养龙虾”相关服务，才能让用得上的AI智能体走入寻常百姓家，真正成为数字生活的可靠伙伴。 来源：新华网

## 『养龙虾』不能忽视安全风险

黄浩