



北京公园年均接待游客超5亿人次 未来十年还将新建200个公园

北京近日发布《关于进一步提升公园品质激发城市发展活力的若干措施》(简称《措施》),以公益为本、生态优先为核心原则,推出五大类、十五项具体措施,推动公园从单一休闲空间向集休闲、文化、消费、生态于一体的综合性城市绿色空间转型。

北京市园林绿化局介绍,北京目前已建成各类公园1136个,年均接待游客超5亿人次,公园绿地500米服务半径覆盖率达到93%。《措施》的出台,将进一步推动首都公园体系提质升级,未来十年,

北京还将新建200个公园,“推窗见绿、出门进园”正成为北京市民的日常风景。

《措施》着力推动公园与城市全方位、深层次融合,打破空间与功能的“围墙”。空间上,持续打造开放融合的“无界公园”。功能上,建立多部门联动机制,节假日客流高峰时动态增设临时停车区、接驳车和移动厕所等服务设施;鼓励公园灵活引入简餐、咖啡茶饮、文创市集等便民设施,并将座椅、路灯等纳入“城市家具”统一管理,实现功能、风貌和谐共生。

业态方面,北京将制定经营准入标准和公园业态白名单,推动“公园+文化、旅游、体育、教育”深度融合,构建以公园为中心的城市活力圈,让绿色空间成为承载消费、休闲与文化体验的新场景。

运营机制方面,《措施》明确,公园可在坚持公益属性的基础上,采取自主或委托企业运营,委托期原则上不超过5年,并鼓励社会资本开展规模化、品牌化运营。针对不同类型公园实施“一园一策”:历史名园侧重文化传承,综合公园强化多元业态融合,社区

公园聚焦便民服务,专类公园塑造特色品牌,生态公园则拓展运动健身、自然教育等户外体验。同时,建立创新绩效激励机制,公园的经营收入将主要用于提升管理服务,形成“以园养园、良性循环”的可持续发展模式。

配套保障方面,《措施》破解了公园用地和用房的政策瓶颈。明确公园符合条件的房屋可以规范出租,首次承租还有装修免租期。重点区域公园的配套建筑比例放宽,郊野公园可合理利用林下空间设置非硬化活动场地。同时鼓励公园

开放草坪、林下和滨水等区域,打造帐篷露营、水岸游憩等热门消费场景,支持园艺驿站等公益服务设施建设,让公园每一寸空间都“活”起来。

为保障政策落地见效,《措施》强化治理体系支撑。北京将建立全市公园“定期体检”机制,评估结果直接用于公园优化提升。此外,还将试点推行“市民园长”模式,让热心市民从游园者变身“当家人”,参与公园的监督和建议。行业专家、社会组织也将被广泛邀请参与公园共管,汇聚起共建共享的强大合力。

湖北襄阳:聚力“全域和美”推进乡村振兴

正在进行的湖北襄阳两会上,推动乡村振兴从“示范带动”向“全域和美”蜕变,成代表委员热议的话题。

襄阳是湖北省唯一粮食产能过百亿斤的农业大市和唯一代表湖北省创建国家农高区的地级市。政府工作报告显示,“十四五”时期,襄阳乡村振兴实现新进展:粮食生产实现“二十二连丰”;脱贫攻坚成果持续巩固拓展;省级以上农业产业化龙头企业达151家;

堰河、尧治河成为湖北省乡村振兴示范样板。

为加快推动农业农村现代化,“十五五”时期襄阳将以高标准建设国家农高区为牵引,以深入实施乡村振兴“四项行动”为抓手,守牢保障国家粮食安全和防止规模性返贫致贫“两条底线”,筑牢发展乡村产业、建设美丽乡村、创新乡村治理“三根支柱”,努力把农业建成现代化大产业,使农村基本具备现代生活条

件,让农民生活更加富裕美好。

襄阳市政协委员庞成庆表示,创建国家农高区既是保障国家粮食安全、加快建设高质量中部粮仓的有力举措,也是引领湖北打造新时代“鱼米之乡”、驱动乡村全面振兴的关键战略抓手。

庞成庆认为,国家农高区创建过程中,要打造现代种业、食品加工、绿色智慧农业、科技服务业四大产业集群,打造中部地区农业新质生产力的

重要策源地和现代农业创新高地、人才高地、产业高地;要依托高校院所,深化校企协同创新,引进高水平科研团队。

为推动新能源汽车在农村地区的广泛普及与深度应用,襄阳市正大力推进农村充电设施建设工作。襄阳市人大代表刘勇辉认为,应当强化政策引导和政策补贴,推动新能源充电桩在需求聚集区域进行布局,要实施分层分类的新能源充电桩建设计划和动态实时的

监管机制,同时协调供电企业对农村电网进行提档升级。

“当越来越多人以‘新村民’身份投身乡村,乡村振兴的画卷必将更加生动。”襄阳市政协委员郎慧琛观察到,一个以年轻人为主的“农创客”返乡创业浪潮正在形成。郎慧琛建议,应参照成熟的大学生创业基地模式,为“农创客”在乡村打造一个集成化的服务平台,吸引更多人回乡发展,为乡村振兴注入持久活力。

“趴地菠菜”走红 带动河南蔬菜消费市场产销两旺

16日在河南商丘睢县的一处菠菜种植基地里,新鲜的“趴地菠菜”经村民们采收、分拣、包装后,不足半日便可发往全国各地。

河南是中国蔬菜种植大省。目前,河南“趴地菠菜”在短视频平台走红,因其入口清甜,被不少网友称为“菠菜中的爱马仕”,在蔬菜市场销售火热。

“趴地菠菜”因叶片贴地生长得名,具有杆红、叶厚、

味甘的特点。”睢县网络主播潘丽近日正忙于通过直播间帮周边村民销售“趴地菠菜”,每日线上订单量达3000多单。

“做梦都在挖菠菜。以前一天销量七八百斤,现在一天最多可以卖六万多斤。”睢县菠菜种植户许文军表示,“因有菠菜还未成熟,很多订单是预售状态”。

种植了50多亩“趴地菠菜”的睢县农户司秀云表示,不少收购商主动上门采购,不

仅效益可观,还带动了周边村民就业。最忙时每天约有五十多名村民在田间忙碌,目前采收已接近尾声。

“很多顾客点名要吃‘趴地菠菜’。”郑州经八路农贸市场的菜商刘女士表示,之前“趴地菠菜”并不畅销,如今每日销售量翻了约5倍。

“趴地菠菜”名声渐响,带动河南红根蒜苗、黄心菜、小磨香油等特色农产品产销两旺。

平顶山市卫东区的红根蒜苗种植户李少杰表示,自己种的15亩红根蒜苗两天前被郑州一商超收购,对方称“直播间供不应求”。

“十四五”以来,河南加快推进实施品牌强农战略,持续打造“豫农优品”整体品牌。目前,共打造国家级农业品牌48个,省级知名农业品牌1500多个,“豫农优品”名录收录605家企业的产品。

“‘趴地菠菜’销售火热,

且联动形成‘爆款矩阵’,是河南农业区域公用品牌长期布局的必然结果,本质是品牌背书、品质支撑、渠道赋能的三重共振。”中国商业经济学会副会长宋向清表示,建议未来深挖品种选育,加强供应链协同,延伸产业链价值,结合“豫农优品进商超、出海”计划,打造更多绿色优质农产品新名片。