

## ■今日观点

# 城市绿道让生态文明在脚下延伸

□吴学安

城市绿道建设并不是简单的铺路种树，而是树立绿色发展理念。通过绿道空间载体，倡导绿色出行、健康生活、绿色消费等生活新风尚。

2026年伊始，北京发布“漫步绿道畅游北京”北京旅游休闲绿道品牌，并推出首批52条旅游休闲绿道，丰富市民和游客的休闲生活，提升首都文旅休闲品质。此次北京市文化和旅游局携手园林绿化、水务、体育、农业农村等部门及各区政府，推出首

批52条旅游休闲绿道，覆盖全市各区，布局合理、风景优美、设施基本完善，可满足市民游客漫步赏景、跑步骑行、亲子游玩、文化探访等多种需求。（1月19日人民网）

道路通畅、舒心，与城市发展和居民生活品质密切相关，正成为衡量城市友好宜居的重要指标。时至今日，各地的绿道建设亮点频出，建在百姓“家门口”的城市绿道大大提升了人民群众的生活幸福感，是名副其实的“幸福通道”。根据住房和城乡建设部2016年印发的《绿道规划设计导则》，绿道是以自然要素为依托和构成基础，串联城乡游憩、休闲

等绿色开放空间，以游憩、健身为主，兼具市民绿色出行和生物迁徙等功能的廊道。

不断延伸的城市绿道，不仅是城市的颜值所在，更是市民提升生活品质所求、城市绿色发展所需。如今，在高楼林立、车水马龙的城市，绿道正悄悄改变着人们的生活方式。绿道富有“绿色”“健康”基因，正在一座座城市生根开花。南京环紫金山绿道、上海黄浦江滨江绿道、武汉东湖绿道等，不仅美化了城市，也增添了城市活力和魅力。

城市绿道不断延伸，既满足了市民放松身心的“慢生活”渴望，也适应了低碳出行的绿色需要。城市需要高架桥、环线、

地铁这样的快速道路，也需要延伸到“家门口”“最后一公里”的步道、跑道、骑行道。事实上，城市绿道建设并不是简单的铺路种树，而是倡导一种绿色发展观念。通过绿道空间载体，倡导绿色出行、健康生活、绿色消费等生活新风尚。同时，绿道建设不光在“面子”上，也要渗入“里子”。绿道的出现，为快节奏的城市生活提供弹性空间，为居民的休闲活动提供充足场地，不断打造出理想的人居环境。

无论是从低碳减排的需要，亦或是从优化城市环境的出发点，倡导低碳绿色出行，完善步行、骑行等城市出行慢行系统，

与轨道交通很好地接驳，是提升交通运力的有效举措。在城市中建设绿道，把绿道建设融入城市规划，通过绿道延伸，改善区域生态环境质量，提高群众生活品位。

城市绿道让生态文明在脚下延伸，其既承载休闲游憩、文化体育等多元功能，亦反映城市发展方式和生活方式的转变。事实上，建设城市绿道，不只是人行步道，更重要的是建设大绿色通道，编织城乡融合的绿道网，建城区域之间、城乡之间的生态廊道，打通绿色出行的“最后一公里”，这样城市绿道就会充满活力，必将为城市高质量发展注入蓬勃生机。

## ■每日图评

## 老年玩具要以“懂老”之心做“适老”产品

陈曦（化名）最近和家里打视频电话时，除了关心老人的身体，总不忘问一句“玩得开不开心？”几个月前，她买了一套回弹健身球，想让父母锻炼眼手协调，顺便解解闷。没想到效果还不错。老人饭后常在客厅玩球、比赛，还会主动向陈曦“汇报”进展：“最近手感好了不少！”这样的场景，如今正在越来越多的家庭上演。曾经专属儿童的玩具，悄然瞄准银发一族，成为消费市场新蓝海。（1月19日《钱江晚报》）

回弹健身球让老人饭后竞技解闷，智能棋盘成为银发族新宠，曾经专属儿童的玩具，正悄然延伸至银发经济蓝海。随着老年人对精神需求的追求升级，老年玩具市场迎来增长契机。但热潮背后，“儿童玩具放大版”的尴尬、功能与需求脱节的困境仍然存在。真正的老年玩具，既要读懂老人的身心需求，更要精准

适配其生理机能与生活场景，方能让“老有所乐”照进现实。

“懂老”是老年玩具的核心底色。不同于儿童玩具的娱乐属性，老年玩具承载着陪伴、益智、康复的多重价值。这就要求企业跳出“玩具=娱乐”的固有认知，读懂老年人对情绪价值的渴求，读懂不同年龄段、不同健康状况老人的差异化需求，唯有精准洞察老年人的需求，才能让产品真正走进老人生活。

“适老”是老年玩具的立身之本，要兼顾安全性、适配性与功能性。优质的老人玩具，应是尺寸放大却不失质感，操作简单却兼具功能，要既贴合老人动手需求，又能起到益智作用。反之，简单改造儿童玩具的“伪适老”产品，不仅无法满足需求，更可能透支市场信任。

老年玩具的本质，是用产品搭建起老年人的快乐桥梁，其核心从不是简单的“造玩具”，而



是为老人造“适合的玩具”。当企业以“懂老”为初心，以“适老”为准则，在细节中打磨产品，在细分中挖掘需求，必能

让每一位老人都能找到专属乐趣，让“老有所乐”成为银发时代的温暖注脚。

□苑广阔

## ■长话短说

## 让康乃馨服务角成为女职工的暖心家园

日前，扬州市总工会召开全市工会康乃馨服务提升行动年推进会，同步举办市总工会康乃馨服务角启用仪式。新启用的康乃馨服务角突出实用性与针对性，专门开辟“女性关爱用品专区”，配备女性生理用品、独立包装红糖水、护手霜、梳子发圈、针线包等一系列日常与应急物品。此外，康乃馨服务角特别设立了“馨”愿箱，畅通了女职工诉求表达渠道，让康乃馨服务真正沉到基层、暖到心间。（1月20日《江苏工人报》）

康乃馨服务角最让人暖心的地方，在于真正关注到了女职工在工作和生活中可能遇到的不便。比如，生理期的不适、衣物破损需缝补等，这些看似琐碎却常会遇到的情况，服务角都考虑到了，准备了相应的物品。这些小事看似平常，却实实在在影响着女职工工作时的舒适感与安心度。

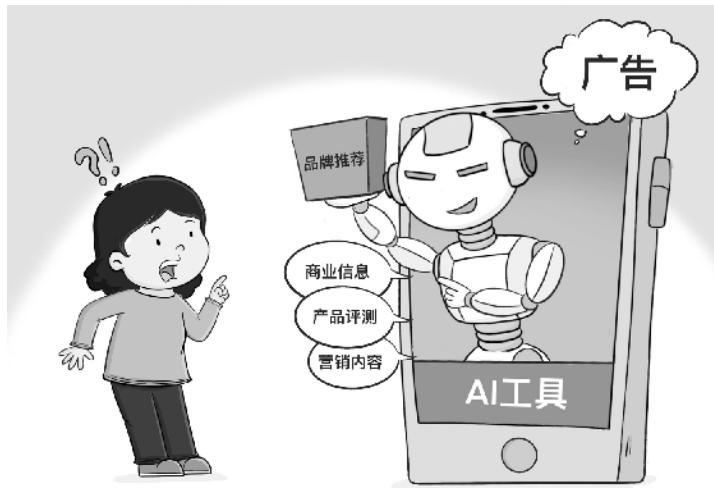
近年来，江苏省各级工会在女职工集中的企事业单位、工业园区等地，陆续建立了一批康乃馨服务站。这些站点不仅提供舒适的休息环境，还开展健康咨询、心理疏导、法律帮助、家庭教育指导等多项服务，形成了较为完整的女职工关怀网络。如今服务角的设立，更是把这份关怀延伸到基层一线，让服务更贴近需求、更及时到位。

从服务站到服务角，服务阵地越来越深入基层，服务内容也从最初的休息、哺乳，逐步扩展到健康管理、权益维护、技能提升等多个方面，更贴合女职工兼顾职场与家庭的双重角色需求。比如，“两癌”筛查和健康讲座守护女职工身体健康，亲子教育和法律咨询帮助缓解家庭压力，各类培训则为女职工成长赋能。这样的全方位支持，既解决了女职工的实际困难，也激发了她们的工作热情，为企业发展注入了柔韧而持久的“她力量”。

期待更多地方和单位能多倾听女职工的需求，提供精准务实的服务，让这份有温度的关怀覆盖更多角落，助力女职工安心工作、舒心生活，为女性赋能成长注入持久动力。

□刘予涵

## ■世象漫说



### 精准“投喂”

“当我提问某产品是否值得购买时，AI（人工智能）工具罗列出诸多‘科学依据’，但我点了链接之后发现这些内容实际都是营销号发布，并不权威。追问有哪些性价比高的品牌推荐时，其中一个被推荐的品牌竟是被监管部门处罚过的。”1月16日，北京消费者黄女士对记者表示，她怀疑一些AI工具推荐结果被广告精准“投喂”了。（1月19日《工人日报》）

□邵怡明

## ■有感而发

### 年货节让春节消费既具烟火气更有文化味

1月19日至3月4日，商务部将会同相关单位共同指导举办“2026全国网上年货节”。作为“购在中国”今年首场线上重点活动，本届年货节将围绕弘扬传统文化、丰富品质供给、焕新消费场景、联通内外市场四大主题，组织各地各平台推出一系列群众喜闻乐见的特色活动，进一步激发消费潜力、提升消费品质、丰富消费内涵。

这是商务部自2021年以来，连续第6年举办“全国网上年货节”，已经成为年味特色浓厚、带动作用显著的网络促销品牌。“2026全国网上年货节”既传承创新传统年味文化，又精准触达消费场景升级需求，让春节消费既具烟火气更有文化味。

“全国网上年货节”是全国性的促消费活动，旨在打造一场兼具传统年味与现代活力的全域性消费盛宴。今年的年货节采用

“1+N”形式，“1”是在甘肃兰州举办全国启动仪式，西北五省、电商平台将进行配套活动集中发布，打造融合丝路古韵与电商活力的年货盛宴；“N”是各地各平台将围绕春节“吃住行游购娱”需求，推出丰富多彩、形式多样的配套活动，打造年味地图、年货榜单，开展非遗展演、文创展销，让春节消费既具烟火气更有文化味。

创新推出“1+N”各地参与机制，探索“差异化+联动化”路径，形成有机贯通、协调联动、同向发力、同频共振的促消费格局，将推动消费潜力全域释放。

从一线城市到地方市场，从线下商圈到线上平台，从跨境电商到丝路电商，“2026全国网上年货节”正以全方位、多层次、系统性的布局，不断提升消费品质、丰富消费内涵，为中国经济发展注入持续向好的内生动力。

□向秋