推进房屋体检制度，确保房子更安全更宜居

本报评论员 吴迪

社评 中国新闻名专栏

房屋体检制度在各地尚处于边试点、边推进、边完善的过程。如何推进房屋体检制度在更多地方落地生根，满足广大群众的安居诉求，直接关乎“老旧改”等城市更新工作的质效，关乎人民群众的获得感、幸福感、安全感。期待试点城市先行先试，为更多地方提供有价值的经验样本。

据12月15日央视报道，近日，河南郑州、湖南长沙、江苏南通等多个城市加快推进房屋体检制度，进一步推进房屋全生命周期安全管理。其中，郑州拟对房龄30年及以上的城镇住宅房屋实施首次体检，南通和长沙明确对房龄超过25年的房屋每5年体检一次。此外，不少城市还将学校、医院等人员较为密集的公共建筑纳入优先体检的范畴。

房子像人一样需要定期体检，以便及时发现安全隐患，确保使用安全。对很多地方而言，推进“老龄房”的体检工作已经不是选择题，而是必答题。据媒体报道，我国已成为世界上既有房屋最多、房屋建成年代最集中的国家，其中相当比例的房屋建成年份超过30年。随着时间的推移，越来越多房屋将进入设计使用年限的中后期，结构安全、设施老化、消防隐患等不容忽视。在此背景下，一些建设标准低、缺乏必要维护的老房子，安全问题或许更为突出。

自2023年起，住建部就鼓励各地推进房屋体检制度。从去年开始，住建部提出加快推进房屋定期体检、房屋保险、房屋养老金三项制度建设。今年初，住建部发文要求，房龄25年以上的住宅小区须每5年做一次体检，体检结果记入房屋健康档案并向业主公示。至今，房屋体检已在全国至少22个城市进行试点，多个城市加快完善房屋体检三项制度建设。一系列动作和举措回应着人们对安居的期待。

具体看，房屋体检内容主要包括城镇房屋的地基基础、主体结构、围护系统、设备设施及管线等核心的重要部件。比如，外墙空鼓脱落、屋顶漏水等土建问题，消防管网、设备故障等消防问题，电梯运行故障等设施安全问题。在房屋体检的执行过程中，不同地方有不同的侧重点，有的对人员密集的商业性非住宅建筑同样要求体检，且明确体检标准；有的对“老龄房”要求加大体检频次等。

房屋体检，资金来源是需要密切关注的问题。在目前三项制度的试点城市中，城镇住宅房屋体检费由政府公共账户承担。比如郑州明确规定，城镇住宅房屋体检费从市级公共账户列支。不过，单靠政府埋单只能在最大限度上满足基本需求，而一些老小区、人员密集的公共建筑，其体检范围广、频次高，有限的政府资金难以全面、持久覆盖。

为攻克资金难题，不少地方在资金来源的多元化上积极探索。有的地方明确，城镇非住宅房屋体检费由房屋使用安全责任人承担，市级公共账户按照一定比例以奖代补；有的地区鼓励使用物业公共收益部分为物业服务区域房屋集体开展体检；还有些地方引入“保险+服务”市场机制，对购买保险的城镇房屋提供专有部位、公共部位、公共设施等风险预防服务，等等。

总体看，房屋体检制度在各地尚处于边试点、边推进、边完善的过程，难免面临一些困扰。比如，房屋体检的价格及服务标准未完全形成市场共识，一些地方存在价格不透明问题。又如，根据住建部规定，小区房屋体检费用可动用物业维修基金，而一些小区尚未建立物业维修基金账户，即便已建立物业维修基金的小区，资金使用机制与责任划分也是一个难点。

建立房屋全生命周期安全管理制度，房屋体检制度是其中重要一环。如何推进房屋体检制度在更多地方落地生根，满足广大群众的安居诉求，直接关乎“老旧改”等城市更新工作的质效，关乎人民群众的获得感、幸福感、安全感。期待试点城市先行先试，为更多地方提供有价值的经验样本，让房屋体检从被动应急转向主动预防，让房子更安全、更宜居——这是我们的共同期待。

“一块钱”剧场真的可以撬动一座城的活力

苑广阔

据中国演出行业协会数据，2024年全国演出市场票房收入达579.54亿元，但“大城市热、小城市冷”的失衡格局频仍。重庆开州的“壹圆剧场”或许可以提供破题思路。该剧场主题由群众“点菜”，如流行歌专场、非遗专场等，呈现了不一样的韵味。（见12月16日《工人日报》）

当动感的音乐在“壹圆剧场”响起，十几名少年以街舞展现青春活力时，一个奇迹正在发生——票价一元，场场爆满，该剧场成为推动区域文旅融合、促进消费升级的引擎。这方小小的舞台展示着“小剧场如何撬动大民生”的实践。

在全国演出市场“大城市热、小城市冷”的格局下，“壹圆剧场”以其亲民性提供了破解之道，在文化与群众之间找到了一种温暖而持久的连接方式。更重要的是，它探索出了一条从“政府输血”到“自我造血”的可持续发展路径。

“群众演给群众看”是“壹圆剧场”最鲜明的特点。这种模式有效降低了演出成本，增强了节目的贴近性与共鸣感。从经典歌曲专场到非遗专场，从“群众点单”到“院团配餐”，内容创作始终紧贴群众需求，让文化产品真正回归公共属性。

通过将“壹圆剧场”打造为区级公共文化品牌，当地延伸出完整的文创产业链。200多款文创产品上市销售，黑胶唱片收录演出曲目……这些举措不仅丰富了文化体验，还创造了可观的经济收益。

具有启示意义的是，“壹圆剧场”已成为当地文旅融合的重要支点。数据显示，剧场观演累计突破60万人次，网络直播观看超800万人次；汉丰湖游客数量同比增长25%以上，带动本地特色产品销售额增长13.5%。这种“白天观湖景、晚上看大戏”的完整体验，让文化惠民产生实实在在的经济回报。

公共文化服务激发区域活力，需要政府“兜底”保障，更需要市场化运营思维；需要坚持惠民初心，也要探索多元营收渠道；需要内容创新吸引观众，更要通过品牌延伸创造价值。当文化真正融入群众生活、连接当地资源、带动产业发展时，一块钱的门票就能创造无限可能。

找准定位、创新机制、联动产业，小剧场完全可以成为滋润民心、激活经济、传承文化的多赢平台。这种探索值得更多地方借鉴与推广。

图说

无 奈

据《北京晚报》报道，近日，多位北京市居民反映，小区电动自行车充电位本来就少，充电车棚还经常被不充电的车辆占据，想找个充电位太难了。

或是车主充满电后未及时将车挪走，或是车位长期被“僵尸车”占据，类似原因令不少居民无奈——对着急充电的居民而言，移动又大又沉的电动自行车着实费劲，擅自拔掉其他车辆的充电线则易引发邻里矛盾，让每位车主都卡着时间将车挪走，恐怕更不现实。曾几何时，电动自行车入户充电、飞线充电等问题频现，随着各地充电桩建设步伐加快以及对充电价格的规范，相关问题已得到不同程度解决。如今，“一位难求”无疑成了又一块绊脚石。解决电动自行车充电难题，加强后续停车和充电秩序管理同样重要。“家门口”的充电体验关乎民生幸福指数，更考验社区治理智慧和能力。积极探索、集思广益，相信办法总比困难多。

赵春青/图 乐群/文

医保基金清算提速，让群众就医体验再上新台阶

王志顺

据12月15日央视报道，国家医保局15日发布《医保基金清算提质增效三年行动计划》，鼓励有条件的地方，探索将大病保险资金和医疗救助基金等纳入清算提速范围，逐步缩短异地就医费用清算周期。该计划明确，到2028年，将实现每年3月底前完成上年度清算，清算资金占年度医保基金拨付的3%左右，并推进季度清算等创新模式。

医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”，其高效管理和合理使用直接关系群众切身利益。长期以来，异地就医费用清算周期较长，部分患者不得不垫付大额医疗费用，增加了经济负担，一些医疗机构也因资金回笼慢而承受经营压力。国家医保局此时出台上述行动计划，正是针对这一痛点，让群众和医疗机构都能及时享受到政策红利。

从分阶段任务来看，该计划科学合理、循序渐进。起步阶段，所有统筹地区于2026年5月底前完成2025年度清算，试点统筹地区则提前至3月底前完成，清算资金比例调整到5%左右。这一安排既考虑了整体推进的可行性，又通过试点探索积累经验。提速阶段，进一步扩大试点范围，清算资金比例调整到3%至5%，并依托医保信息平台完成清算，体现了技术赋能的高效性。全面实施阶段，所有统筹地区于2028年3月底前完成清算，资金比例控制在3%左右，清算工作进入规范化、常态化轨道。这种分步走的方式，可以避免“一刀切”风险，最大程度确保改革稳步推进。

医保基金清算工作的提质增效，不仅关乎资金流转效率，更关乎“三医”协同治理和发展。医疗、医保、医药是紧密相连的链条，医保基金的高效管理能够为医疗机构提供稳定的资金支持，促进医疗服务水平提升；同时，通过优化资金拨付，可以推动医药企业创新研发，降低药品价格，形成良性循环。国家医保局将清算工作与“三医”协同发展紧密结合，正是抓住了深化医改的关键环节。

从宏观视角看，医保基金清算提速是国家治理体系和治理能力现代化的生动体现。在信息化时代，数据共享和平台建设成为提升治理效能的重要抓手。通过数字化手段优化流程、减少人为干预，不仅提高了效率，还增强了透明度，让每一笔资金流向都清晰可查。这种“技术+制度”的双轮驱动，为其他领域的改革提供了有益借鉴。

医保基金清算提速，是一项惠及亿万群众的民生工程。期待通过这一改革，让医保资金更好地服务人民健康，让更多患者感受到国家的关怀和社会的温暖。我们相信，随着医保基金清算效率提升，群众就医体验将持续改善，“三医”协同发展将迈上新台阶。

员工拒绝年会表演被开除？企业文化不可缺少人文底色

陈丹丹

据12月11日《工人日报》报道，在拒绝参加公司组织的年会和节目彩排后，工程师唐先生被以消极怠工、拒绝参与年会表演彩排以及缺席年会活动为由开除。法院认定案涉公司解除劳动合同的行为缺乏合理性，需一次性支付赔偿金、工资差额、未休年休假工资等共计18.5万元。

要求员工必须参加年会并表演节目，企业这一做法未免有些强人所难，后以员工缺席年会等为由将其开除，更是显得冷冰冰。现实中，类似情况时有发生。比如，部分企业将团建活动安排在节假日，不参加的员工往往被视为不团结同事、没有上进心，进而被边缘化；有人因手机落水受损无法收到消息，没有及时领取工作群发放的红包，而后被“自动离职”……

这类现象反映出部分企业的企业文化缺乏人文底色。在这些企业的理念中，员工天然是被管理的一方，甚至需要无条件服从管理者的意志，他们一旦拒绝，就可以随时被处罚甚至开除。诚然，企业拥有用工自主权，但于情于理于法，这一权利都是有明确范围和边界的，绝不应也不能被无限扩大或延伸。

反观那些令人羡慕的“别人家的公司”，在涵养企业文化中积极探索，增添了不少温度和底色。比如，某知名零售业企业为员工设立“委屈奖”，旨在为员工在服务中遭遇的不公正对待提供人格尊严专项补偿。该企业不久前公布了今年33起此类案例，总补偿金额达35.9万元，践行了其提出的“员工优先”理念。

其实，大家想要的并非把别家公司的机制和理念照搬过来，也并非一定要得到特定奖励，而是期待企业对员工有更多精神关怀与人文呵护，期待自己可以在挥洒汗水的这方寸空间里得到尊重与认可、找到归属感。

对比“别人的公司”不难看出，深入人心的企业文化一定拥有深厚的人文底色，拥有以人为本的温度和情怀。这些企业文化在机制和措施等外在表现上或许各有千秋，但万变不离其宗，核心都是尊重并关爱员工，并把员工视作企业的重要组成部分。

比如，企业应当以开放和包容的心态打造自身文化品牌。于内应有明确且适当的角色和定位，多听听员工心声。于外多看多学，汲取其他企业文化理念的精华，结合自身实际情况加以借鉴。

有人文底色的企业文化，自然可以吸引员工投桃报李。比如，某冶金企业曾因债务纠纷濒临倒闭，在3个月未发工资的情况下，百余名员工自掏积蓄、抵押固定资产，自发入股帮助企业走出危机，成就一段员工与企业双向奔赴的佳话。

好的企业文化，在于合作共赢，在于美美与共。企业和员工从来不是针锋相对的两方，而是同舟共济的伙伴。说到底，共生共赢，要少一些算计，多一些相互依靠、相互托举。

现场·我在我思

他们何以对自己的职业选择自信而坚定

陈华

近年来，在舆论场和人们的认知中，“农业大学”这几个字的含金量在持续提升，甚至成为一些农业院校毕业生口中的“凡尔赛”。

近日，我对安徽农业大学“超六成毕业生奔赴基层”现象做了采访报道，发现这种就业选择被普遍认为是一种难能可贵的理性且务实的职业态度。

当一些人不理解“读了大学怎么还会回农村”的问题、认为受过高等教育的学生就应该从事“高大上”的职业时，安徽农业大学的一群90后、00后毕业生却以在田野里“修地球”为荣。这种职业理念值得探讨和深思。

说起这个话题，我想起“大别山道路”的育人理念，而这恰恰发轫于该校。

1985年，面对大别山区“脱贫无门、发展无路”的困境，安徽农业大学创办“金寨大专班”，开展校地联办高等教育。这种扎根乡土培育知农爱农人才的路径，后来逐渐延伸拓展为内涵更广的“大别山道路”育人模式——将红色基因传承与劳动教育作为育人底色，把家国情怀、责任意识与实践精神融入育人全过程，使学生在沉浸式体验中坚定理想信念。

“大别山道路”坚持植根农业、厚植农业情怀，这条路一走就是四十年。四十年间，学校不仅把学生的课堂搬到田间地头，还让老师的论文写在田野山林中。耳濡目染、潜移默化，扎根乡土、振兴乡村的基因自然而然地融进每一个“农字头”的学生心中。在“思想引领、校地协同、知行合一”三位一体的“大别山道路”育人范式下，学校65%以上毕业生主动选择到基层就业创业，用科技与智慧的力量点亮乡村振兴的熊熊火炬。

学生在教师指导下不仅围绕乡村振兴、智慧农业等领域开展课题研究，更增强了专业认同感和服务意愿，筑牢了服务乡村振兴的思想根基——当心中有了知农爱农的情怀，手里掌握了助农育农的本领，奔赴基层似乎就成了一件顺理成章、理所当然的事情。

相较于少数眼高手低、花钱消挂科的学生，这种面向基层“单向奔赴”的毕业生身上有两个闪光点尤为明显。一是对自身定位的清晰认识，对专业选择的坚定与自信；二是对实现个人价值的路径十分明确，不好高骛远，不盲目跟风，不在无谓的内卷与不负责任的躺平间焦虑。

诚然，很多青年在求学、择业或创业时，常常感到迷茫，或者在与同龄人的比较中感到焦虑不安，有时难免盲目跟风。每个人都有权利和自由追求向上向好的工作与生活，但认清自身能力与就业市场的匹配度，或许才是理性且务实的选择。

奔赴基层，不是对现实的妥协，不是退而求其次的无奈。从科技扶贫培养乡土人才，到培育“懂农业、爱农村、爱农民”的新型农科人才，再到助力乡村振兴人才培育，很多农业大学毕业生坚持成为一名新型农民，靠的不仅仅是专业能力和科技水平，更有扎根基层的情怀和勇气。

无论是农业大学的学生奔赴广袤田野，还是职业院校的学生扎根机器隆隆的车间，只有在兼具能力与情怀的基础上，找准自己奋斗的基点与坐标，才能在基层的大舞台上挥洒青春、收获希望。

诸葛亮飙英文？“二创魔改”不能只图有趣不顾底线

郭元鹏

大家可能刷到过这样的视频，影视剧名场面被一些创作者通过AI技术进行二次改造：舌战群儒的诸葛亮飙英文、一心向佛的唐僧大谈如何反内耗……视频中，人物口型严丝合缝，完全看不出“违和感”。（见12月15日《扬子晚报》）

诸葛亮操着流利英文纵横朝堂、唐僧大谈心灵鸡汤，这些通过AI改造的影视片段折射出“二创魔改”乱象背后的隐忧。AI技术的低门槛化，让“人人可魔改”成为现实，但这正在对文化传承、版权保护和公众认知造成多重冲击。

AI技术的普及为“二创魔改”提供了便利工具。只需十秒语音就能克隆声线，一段清晰影像便可生成数十种口型，几分钟内就能产出“以假乱真”的魔改视频。创作者无视角色的历史定位与文化内涵，用现代网络热词、流行段子强行嫁接，看似新奇的改编，实则是对经典文化的消解：当严肃的场景被戏谑化，当深刻的文化符号被娱乐化，文化传承的严肃性也在一次次“魔改”中被削弱。

值得警惕的是，“二创魔改”还潜藏着版权侵权风险。北京互联网法院审理的“AI声音侵权案”早已给出警示，未经授权克隆他人声音、使用影视画面，均可能构成侵权。如今，不少博主还在公开传授“魔改教程”，将侵权工具包装成“创作技巧”，这种行为不仅助长了侵权风气，还破坏了健康的内容创作生态。当创作者将精力放在“蹭IP、博眼球”上，真正有价值的原创内容可能会被挤压生存空间。

面对“二创魔改”乱象，不能仅靠市场自发调节，还需多方合力划定边界。平台作为内容传播的关键环节，应强化审核责任，对涉及经典IP魔改、可能侵犯版权的视频加强筛查，避免侵权内容大规模传播；职能部门需进一步细化AI技术应用的法律规范，明确二创与侵权的界限，对恶意魔改、侵权获利的行为加大惩处力度；创作者应守住文化敬畏之心，认识到“二创”的核心是对经典的再升华，而非无底线的糟践。

“二创魔改”走红，本质上是一些创作者为博关注的产物。在AI技术飞速发展的今天，我们既需要拥抱技术带来的创作便利，更要守住文化与法律的底线。让经典IP焕发新生，让内容创作回归健康轨道，应是我们每个人的责任。