

■深刻 ■理性 ■建设

## 打造城市商圈升级版

城再次沸腾起来。

重庆人对商圈有着特殊的感情。从街边小铺的吆喝,到多条步行街的涌现,再到各大商圈遍地开花,在凸显消费聚集效应的同时,重庆人也对这座城市有了更高的认同感。解放碑、观音桥、三峡广场、中央公园……这些地标,见证着这座城市的华丽蝶变,记录着市民生活品质的持续提升。

商圈的意义,不仅在于过去,更在于未来。商圈实力既代表了消费实力,也展示了市场活力,正在成为城市崛起的重要指标。今年7月,经国务院批准,五个城市将率先开

展国际消费中心城市培育建设,重庆名列其中。“率先”的机会,已经表明了对重庆消费实力与潜力的认可。然而,政策利好不止于此。10月,《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》提出“打造世界知名商圈”。伴随唱好“双城记”、共建经济圈的步伐,重庆商圈开启了新一轮提档升级。

打造世界知名商圈,带给重庆的不只是消费的增加,更是城市能级的提升。对标全球一流商圈,加速向“世界知名”迈进,方能聚集世界范围内的高端生产要素,拥有更强大的辐射力和影响力。以解放

碑-朝天门商圈为例,经过20余年的发展,该商圈已成为年均客流量超1.6亿人次的国内知名商圈。但“国内知名”并非终点,而是新的起点。接下来,要对标世界著名商业街,在品牌集聚、消费升级、环境美化、地标塑造上下功夫,不断提升商圈国际知名度和美誉度,为建设国际消费中心城市提供有力支撑。

万事具备,东风已来。打造世界知名商圈,重庆不仅要靠雄心,还要找到合适的路径。首先,不能简单复制,而是要突出特色,错位发展,要充分挖掘重庆山水地貌、人文风情等特点,将智慧、时尚、品牌等

商圈元素与本土特色相融合,让商圈在焕发活力的同时,保持巴渝韵味。其次,不仅要汇聚世界知名品牌、全球性总部,营造现代时尚的消费场景,更要精心打造文化磁场,塑造高品质的公共空间,让世界心向往之。

商圈已经成为世界观察重庆消费的一扇窗口。消费“火”起来,人气“聚”起来,城市就会充满“烟火气”,经济社会发展就会“节节高”。打造城市商圈升级版,形成商业聚集效应,让消费热起来,经济活起来,重庆就一定能在融入“双循环”新发展格局中展现新作为。

## “青花椒”被告 “商标碰瓷”何时休

□何勇涛

据报道,因店招含“青花椒”字样,四川多家餐馆老板成被告。原告上海万翠堂餐饮管理有限公司(简称上海万翠堂)认为,这些餐馆涉嫌侵害其商标权。该事件经媒体报道后,原告上海万翠堂被质疑涉嫌“碰瓷诉讼”、恶意诉讼。12月25日,其董事长就此回应称,已责令撤回全部诉讼。

天眼查App显示,上海万翠堂的经营范围为餐饮服务,其旗下有一家青花椒砂锅鱼品牌。从2017年开始,这家公司就频繁注册各种“青花椒”商标。站上“青花椒”就能够被起诉吗?有律师指出,“青花椒”三字如果仍以花椒品种、通用名称的身份出现,哪怕某个公司拥有所谓的商标权,也不具备提起侵权诉讼的正当理由。

众所周知,作为一款必备佐料,花椒本来就有青花椒、红花椒之分。作为一种地理标志,青花椒是主产于四川、重庆地区的有名调味料。换言之,青花椒只是一个花椒品种,是一种通用名称。我国《商标法》第十一条规定:仅有本商品的通用名称、图形、型号的标识不得作为商标注册。这恐怕也是上海这家公司频繁注册各种“青花椒”商标,多数被驳回的原因所在。即使是已经通过审核的相关商标,也大多带有明显图标,不能与所谓的文字商标“青花椒”划等号。

上海这家公司获得的“青花椒”有效商标,并非在调味品等类别上申请注册的,而是在快餐、饭店等服务上申请注册的。事实上,我国《商标法》并不禁止通用名称跨类别注册。但如此跨类别,根本没跨出实质性区别,是在钻法律空子。商标管理部门应就通用名称跨类别注册商标,出台更细致的指引。

前段时间,“逍遥镇胡辣汤”“潼关肉夹馍”商标诉讼维权事件闹得沸沸扬扬,相关部门也出面规范此类行为。如今“青花椒”又站上风口浪尖,被诉侵权者中,有人被迫关店,有人铲字自保,有人将“青花椒”改为“清花椒”。如今,相关诉讼虽全部撤回,但类似“商标碰瓷”与恶意诉讼,却还要警惕。期待有关方面叫停这种乱象,并通过释法说理、完善商标管理体系等措施,既依法保护商标,又防止别有用心之人“钻空子”。

## 巴渝论坛

□张燕

上周末,重庆渝北吾悦广场正式开业。据悉,渝北吾悦广场是中央公园商圈首个开业的大型商业体,接下来还有龙湖公园天街和重庆大悦城将陆续亮相。由于商业面积超越了解放碑、观音桥等传统商圈,该商圈被网友们打趣称为新晋的“宇宙中心”。“宇宙中心”一出,山

□邵心怡

按照当前互联网短视频变现模式,萌娃视频爆火后,大量广告也就随之而来,每条广告报价在其粉丝数的百分之十上下浮动。这就导致一些父母利用孩子引流涨粉,大量囤钱。

其实,家长想要“晒娃”的心情没有错。自家的孩子有才气,家长想要展示也无可厚非。更何况在一些萌娃视频中,孩子们幽默搞笑、天真烂漫,也称得上是短视频中的一股清流。然而,随着萌娃短视频爆火,家长的“晒娃”俨然变了味。小网红的背后,往往不是诚挚的少年心,而是过度追逐利益的家长。

这些家长看似“晒娃”赚钱两不误,其实是在“坑娃”。一方面,将孩子推到镜头前,按照脚本做“小大人”,透支他们的精力,还伤身也累心。另一方面,让孩子过早地接触商业活动,剥夺了他们自由成长的权利,极易造成孩子价值观扭曲,形成金钱至上观念。

在懵懂淘气的年纪被“啃娃”父母折现,变成银行账户里飞快上涨的余额,孩子何其无辜。换位思考,养家糊口的压力有时连成年人都承受不起,又怎能指望一个孩子的肩膀承担起来。让孩子在阳光下奔跑,而非在直播间里“卖萌”。尊重孩子的成长规律,还他们一个无忧无虑的童年,才是为人父母的应有之义。

### 不要把孩子当做牟利工具



菜等“秀娃”视频。这种现象引发了高校学生热议,本报对此进行了摘编。



图 辛航航

### 背景摘要:

近日,萌娃短视频爆火,不少家长跟风将孩子打造成“小网红”,以期实现流量变现。网上频频出现2岁孩子吃播、穿着尿不湿下厨房做菜等“秀娃”视频。这种现象引发了高校学生热议,本报对此进行了摘编。

(图文作者均系重庆大学学生)

### 「晒娃」还是「啃娃」? 界线在哪里

□刘倩好

做吃播、穿着尿不湿去做饭早已违背“晒娃”的本意。在流量和利益的裹挟下,看似普通的“儿童”视频内容会在不知不觉中扭曲孩子的价值观。今年6月,新颁布的《未成年人保护法》已明确规定,网络直播服务提供者不得为未满16周岁的未成年人提供网络直播发布者账号注册服务。与此同时,文旅部在11月29日明令禁止借“网红儿童”牟利。

在镜头前“扮演”着自己,或者为了博取热度做出一些与年龄不符的行为,这不仅在透支孩子的“纯真”,更损害了他们的身心健康和合法权益。孩子年幼,无法拥有行为的主导权,而父母就应该尽好养育和教育的责任,帮助孩子形成正确的三观。

整治走样的“晒娃”视频,需多措并举形成合力,尤其要明确“晒娃”的概念边界,用法律法规为孩子的成长保驾护航。孩子不是拿来博取眼球和赚取利益的工具,养育孩子的过程更不能夹杂着功利心。“晒娃”与“啃娃”,一字之差,区别巨大,界线在哪里,家长和视频平台心里要有一笔清楚账。

大赛投稿邮箱:cqplds@163.com

我为群众办实事  
小厕所 大民生  
栏目主办 重庆市农业农村委员会

## 大足 农村改厕“改”出乡村新面貌

厕所改造是美丽乡村建设的重要内容之一,更是改善农村人居环境,促进乡村振兴的重要环节。

近年来,大足区坚持以乡村振兴战略为导向,以改善民生为目标,以保障人民健康为宗旨,按照“提升一批、布局一批”的工作思路,采取整体提升、建管并重、长效运行等措施,扎实推进农村改厕工作,全面改善农村人居环境,提升群众生活品质,助力乡村振兴。

2021年,大足区新建户厕5000户,农村公厕11座,农村卫生厕所普及率达90.2%,有序推进农村厕所无害化建设,改善了农村人居环境,群众的获得感和幸福感明显提升。

### 科学布局 乡村焕发新面貌

走进大足区古佛村,一片环境优美、富有诗情画意的田园风光映入眼帘——干净整洁的道路两旁,绚丽多姿的鲜花随风摇曳,微微泛黄的植被仿若为这美丽的村庄披上新装……

过去的古佛村村家家户户都是旱厕,没有冲水设施、没有排污管道,蚊蝇乱飞,这样的如厕环境不仅影响群众的身体健康,还制约人居环境的改善、美丽乡村的建设。

针对这一痛点,大足区委、区政府高度重视,区委书记、区长多次批示并召开专题研究会,确定将农村改厕工作作为系统工程来推进,以2013年以来享受财政补助的农村户厕问题摸排为重点,以各街镇、村(社区)为单位,在逐户听取群众意见、了解群众需求的基础上,科学确定改厕任务,明确到户清单,高位推进农村“厕所革命”。

其中,针对问题户厕,借助市级数字化台账系统,做到“现场摸排一户上传一户、整改一户销号一户”的方式进行精准整改,确保做到“改一户成一户”。

至今,大足已开展农村户厕问题摸排2.92万户,260个村社已全面完



十里荷棠山湾时光 摄/吴远明

成摸排任务,发现问题1332户,正加快落实整改。

“厕所革命”迈出了一小步,群众生活品质跨进了一大步。自农村“厕所革命”开展以来,昔日农村旱厕彻底换新颜。

“以前家里老式的厕所太脏了,特别是到了夏天蚊子苍蝇很多。现在好了,在政府的帮助下,改成了水冲式的,又干净又方便,真是太好了!”家住古佛村68岁的村民陈昌明高兴地说。古佛村是大足区推广农村旱厕改造的示范村之一,自9月动工以来进展顺利。目前,全村已完成无害化卫生厕所升级改造完成232户,无害化卫生厕所普及率达99%。

同样改造的还有国梁镇边桥村。2021年,边桥村深入推进农村“厕所革命”,按照“整村推进、分类指导、建管并重、长效运行”的基本思路,加强标准化建设,因地制宜、因户施策,抓好典型示范,建立长效管护机制,最终实现村容村貌明显改善,提升群众幸福感的目标。目前,边桥村已完成改造提升农村厕所243座。

古佛村、边桥村是大足推进农村“厕所革命”的生动实践。

近年来,大足把农村“厕所革命”当作惠民利民的重点民生工程来抓,在充分尊重群众意愿的基础上,适度推进农村户厕改造和公厕建设,实现愿改则改、能改则改,逐步提升卫生厕所普及率,助力人居环境提升,实现乡村振兴。

### 建管并重 百姓生活更惬意

改建厕所看似是一件“小事”,却是关乎人民健康福祉与生态环境的“大事”。

“厕所革命”本身就是为了改善农民居住条件,提升人居环境,不能背离农村改厕的初衷。”大足区农业农村委相关负责人说。

在农村改厕工作整体推进过程中,大足区严格把握模式选择关、产品质量关、施工质量关、竣工验收关“四关”,高质量推进农村“厕所革命”,助力美丽乡村建设。通过专门对照国标,严格选聘施工队伍,按照相关技术规范,组织各镇

街开展“厕所革命”相关培训200人次,明确改厕相关产品的技术参数、型号及质保要求,统一施工方式,从源头上严把改厕质量关。

同时,创新实行“首村首户过关制”,严格考核施工质量,减少遗留问题,确保改厕质量让群众满意。

农村改厕“三分建、七分管”。为扎实推进农村改厕工作,确保“建一户成一户、用一户赞一户”,大足坚持建管并重,在抓好改厕质量提升的同时,突出抓好后续管护机制建设,着力解决农村改厕“最后一公里”问题。

具体为,在改厕建设完成后,大足区按照《重庆市农村户厕整村推进无害化改造项目验收规程(试行)》对新改造农村户厕进行竣工验收,以确保质量、时间、群众认可“全过关”。

同时,通过综合运用农村户厕改造数字化管理服务平台,针对已完成改造的户厕,制作统一的二维码标识上墙,群众可以通过扫描二维码开展报修、清掏等工作,以畅通户厕管护渠道,确保后续管护措施到位。

“群众扫描二维码提交管护需求

后,当地指定机构会在24小时内上门,按需提供清掏、疏通、换件等日常管护服务。如若24小时内不能办结的,将自动转入问题厕所整改流程。”大足区农业农村委相关负责人表示。

目前,大足区已基本实现“改厕问题有人管,厕所坏了有人修,粪污满了有人掏”的“全户厕、全时段、全问题覆盖”的精准管护格局。

### 提档升级 添彩乡村振兴

“干净整洁的厕所环境,是农村人居环境整治的点睛之笔。”大足区农业农村委相关负责人表示,推进“厕所革命”,不能局限于新建改建厕所本身,而是要把它当作提升农村人居环境整治,建设生态宜居乡村建设的基础。

为扎实推进农村“厕所革命”,大足聚焦环境卫生提升和垃圾污水治理,因地制宜建设农村户厕改造污水管网——

在农户集中的地方建设“大三格”化粪池,配套生化处理池、人工湿地等,对化粪池外溢粪水进行消纳降解处理。

在农户分散的地方建设三格式化

粪池,粪污接入当地污水处理管网,进行生态处理。同时,针对没有条件接入当地污水处理管网的,在出粪口安装污水收集设施,或由农户适时清掏,抽排还田。

农村污水管网建设仅仅是大足推进农村“厕所革命”,提升人居环境,助力乡村振兴的“冰山一角”。

近年来,大足以“五沿”区域和成渝地区双城经济圈美丽巴蜀宜居乡村示范先行区为重点,深入推进农村“厕所革命”。通过结合当地实际情况,精准施策、分类指导,推动农村厕所改造从数量增加向质量提升转变、从重建建设向建管并重转变,确保改一户成一户、用一户好一户,切实提升群众幸福感、获得感。

截至目前,大足区卫生厕所普及率达90.2%,累计纳入改厕总户数146835户,已完成农村户厕改造132459户,农村公厕81座,有效改善了群众如厕环境,提升了农村人居环境。

下一步,大足将继续按照全市农村人居环境整治要求,扎实推进农村“厕所革命”,努力提档升级村庄风貌,提升农村居民的幸福感、获得感,助力乡村振兴。 刘茂娇 吴志杰 董楠



改造后的公共卫生间