

本期关注  
提质打造幸福成都

2月20日,成都正式进入“两会时间”。“坚定不移提质幸福成都,加快打造高品质生活宜居地”,持续增进民生福祉,一直是成都非常重视的工作,也是今年市两会期间代表委员热议和广大市民普遍关心的重要话题。

城市的核心是人。市民永远是城市的中心,城市发展的基本着眼点在于市民。一个好的城市,一定是一个让市民体会到幸福感的城市。因此,幸福城市必定是以人为本的城市,其根本目标是让尽可能多的居民享受尽可能多的幸福。只有抓住这个主线,才能正确理解幸福城市的本质。去年12月,成都获得“2022中国最具幸福城市”第一名,连续14年位居“中国最具幸福城市”榜首。幸福城市,已成为成都的一张“金字招牌”。

市民的美好生活需要永远处在变化之中,这也决定了幸福城市的建设不可能一劳永逸。2月21日,2023年成都市政府工作报告提出,今年要聚焦提质打造幸福成都,加快建好高品质生活宜居地,并对深化健康成都建设、落实就业优先战略、健全社会保障体系、构建全龄友好社会等重点工作作出了明确安排……让城市发展成果转化为可感可及的幸福体验,仍是成都当前和今后一段时间的工作重点。写好民生答卷,擦亮幸福底色。本期(理论周刊)聚焦成都幸福城市建设,约请专家学者和知名媒体人就什么是幸福城市、什么是属于成都人民的幸福生活等话题展开讨论。

## “成都式幸福”是一种独特的存在

访谈嘉宾

戴闻名,新华社瞭望东方周刊时政新闻部副  
主任、中国幸福城市论坛新闻发言人幸福成都的成色  
普通市民都能可感可及

成都日报:2022年,成都连续14年位居“中国最具幸福城市”榜首。在您的观察中,成都荣获这一殊荣背后,有哪些鲜活、生动的案例?幸福成都如何可感可及?

戴闻名:“中国最具幸福城市”是由入选城市的市民通过网络和电话对自己城市进行投票后评选出来的。成都连续14年位居“中国最具幸福城市”榜首,是非常不容易的,充分体现了成都市民对这座城市的高度认可,是久久为功、经受了时间考验的幸福。

我经常来成都采访,有时自己也会来成都旅行。我曾在接受采访时表达过一个观点:“成都式幸福”是一种独特的存在。

比如,去年底年初,我发现成都特别流行围炉煮茶。围炉煮茶,就是一种典型的“成都式幸福”。

首先成都人煮的茶一般并不名

贵,炉子上烤的食材也比较家常。在成都,围炉煮茶的幸福,是人人负担得起、大家都触手可及的幸福。

在上海,大家更习惯约下午茶。如果说下午茶讲究的是仪式感,成都人围炉煮的更是“氛围感”——那种和爱人共享一段美好时光的温暖氛围。

“成都式幸福”的独特性之一,就在于它是一种非功利、没有压力、暖达人心的幸福。

成都也是一座在施政中非常重视民生细节的城市。2022年,成都民生领域财政投入占一般公共预算支出的68%。民生实事项目让市民可感可及。我来成都时喜欢去看艺术展——我发现,成都几乎所有的博物馆,优质艺术大展都是免费的,由政府财政拨款支持,市民提前预约就可以去。这对于提升市民尤其是青少年的艺术素养,非常有帮助。

幸福成都的底色  
幸福是奋进出来的

成都日报:成都近年来的经济社会发展,给市民增添了哪些幸福感?

戴闻名:去年两会期间,我们在《瞭望东方周刊》推出了《奋进的成都正幸福》这样的一组重磅封面报道。

在采访中,我们深切感受到,以“安逸”著称的成都人,精神内核其实是奋进的——换句话说,成都人的幸福,是自己拼出来的。

成都正站在一个前所未有的历史机遇点上:常住人口超过2000万,跻身超大城市行列;天府国际机场建成投运后,成为京沪之后中国内地第三

座拥有双国际机场的城市;GDP跨越2万亿,成渝地区双城经济圈建设加速推进,全面建设践行新发展理念的公园城市示范区,在国家战略全局中的位势能级加速提升。

因此我们在报道中说,成都的运气并不是从天上掉下来的。幸福背后,是“撸起袖子加油干”的奋进劲头,是“只争朝夕不负韶华”的从不懈怠,是“把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”的坚定信念。

对这座城市未来发展的乐观期待,也是成都市民幸福感的重要来源。

幸福成都的亮色  
城市文化丰富多元

成都日报:第七次全国人口普查数据显示,2020年成都市常住人口达到2093.8万,较10年前增加了581.9万人,平均每天有近1600人新进驻这里工作生活。新增人口中年轻人比例很大。对于年轻人来说,成都这座城市能感知的幸福有哪些?

戴闻名:我觉得成都是一个特别适合年轻人发展的城市。

我碰到过一些大学刚毕业正在找工作的年轻朋友,我有时会建议他们,不要光盯着北上广深,可以去成都试一试。成都有几个优势:一是未来发

展潜力大,二是城市文化越来越丰富多元,三是国际化程度也在不断提升。

成都是一座很“酷”的城市,对于多元文化非常包容,这对于年轻人的幸福感非常重要。在这里,不但可以就业创业,还容易找到兴趣上志同道合的朋友,不管是爱汉服,还是爱户外运动。

我们听说,成都提出了一个口号:“蓉漂”之后再无漂泊。”无论是科学家、大学生,还是“新职业”快递员、外卖小哥,都是宝贵的成都人,要与成都互相成就,彼此印证。这句话特别打动我。

幸福成都的曙色  
高品质生活更可期

成都日报:2022年,成都GDP跨越两万亿元门槛。成都市委提出,将采取更多惠民、暖民心举措,全面提升幸福成色。在您的观察中,未来的幸福成都哪些更加可期?

戴闻名:GDP跨越2万亿元,对成都来说,是一个历史性的跨越,我们今年会就此做一个深度的封面报道。

迈入“2万亿”时代的成都,一方面在推动高质量发展,特别是硬科技创新;另一方面在探索有别于其他先发城市的超大城市转型发展新路径。成都站在了一个新的起点之上,使命不只于成都本身。

这次采访中,让我印象深刻的另一点是,成都越来越大,使命越来越重,城市治理却越来越精细。

我举两个例子。一是共享单车。我住的酒店附近,共享单车总是在地铁口摆放得整整齐齐,不像很多城市

是非常无序的。后来问了成都的同事才知道,这是社区参与的功劳——社区安排了专门的人员,早上把单车摆放出来,供市民通勤时使用,高峰期用完以后拿去清洁,下午高峰期之前又送回人流比较集中的地方。共享单车运营是企业行为,但成都的社区主动参与进来,让市民生活更加方便。

第二个例子是成都市12345热线。这次在成都采访才知道,成都市民、企业有事都愿意打12345,每一个电话都会有回应,像企业客服一样,其实背后的工作量很大,成都制定了一套完善的制度机制来保障这个“必有回应”。

我愿意把这些称为幸福的细节——期待后“2万亿”的成都,更加卓越,更加幸福,成为一座让全世界的人来了都不想走的城市。

成都日报新闻部记者 陈伟

聚焦提质打造幸福成都  
加快建好高品质生活宜居地

## 深化健康成都建设

● 启动建设市中心医院、市脑科学医院等27个医疗卫生重大项目;新增县(区)域医疗卫生次中心15个

## 落实就业优先战略

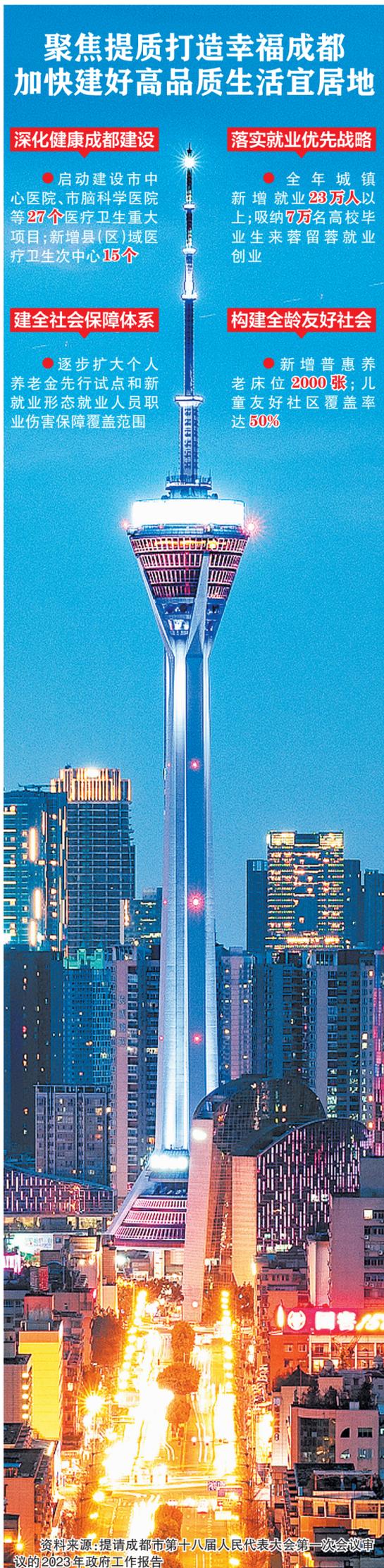
● 全年城镇新增就业23万人以上;吸纳7万名高校毕业生来蓉留蓉就业创业

## 健全社会保障体系

● 逐步扩大个人养老金先行试点和灵活就业形态就业人员职业伤害保障覆盖范围

## 构建全龄友好社会

● 新增普惠养老床位2000张;儿童友好社区覆盖率50%



资料来源:提请成都市第十八届人民代表大会第一次会议审议的2023年政府工作报告

## 如何读懂“烟火里的幸福成都”

刘新鑫

城市品牌是城市重要的无形资产,也是面向城市利益相关者提供的具有承诺性和一致性的公共产品。2022年,成都经济规模跨越2万亿元台阶,成为内地第七座经济总量跨越2万亿元的城市;连续14年位居“中国最具幸福城市”榜首。“雪山下的公园城市”“烟火里的幸福成都”成为国人皆知的成都名片。幸福城市建设如何提升成都的美誉度?成都以高品质公共服务为抓手,通过精准供给、品牌联动、协同发展,合力创造高品质生活、提升居民幸福感的战略举措,展示了成都在探索城市现代化国家试点示范的城市新作为。

城市传播需要城市的叙事支撑,这其中,城市的公共服务、高品质生活,是城市传播的一个重要内容。那么,如何读懂“烟火里的幸福成都”这张名片背后的成都故事呢?可以从三个维度来解读。

公共服务精准供给促进城市品牌建设,激活区域活力,提升美好生活向往度。2022年成都出台《成都市“十四五”公共服务规划》,紧扣全面建设践行新发展理念的公园城市示范区发展战略,推动基本公共服务兜底、普惠性公共服务改善民生、生活性服务满足高品质需求的公共服务体系建设。今年初出台“高品质公共服务倍增工程”,重点构建现代化、国际化、智慧化、均衡化的高品质公共服务体系,涉及领域涵盖学校建设、健康服务、文旅场景营造、体育设施与赛事活动等,供给规模与数量翔实具体、布局合理。在公共服务精准供给方面,成都采取以服务半径和服务人口为基本依据,以完善15分钟公共服务圈为目标,将公共服务资源与服务半径进行挂钩,进行城市空间结构优化、引导人口流动、推动产业转型的公共服务供给思路,进行公共服务的科学精准配置。

城市品牌与公共服务联动,增强美好生活可感度。独特的城市品牌有利于城市品牌形

象的强化和品牌价值的提升,城市品牌是城市重要的无形资产,也是面向城市利益相关者提供的具有承诺性和一致性的公共产品。成都坚持以文润城,持久建设“三城三都”城市品牌,推动天府文化的创造性转化与创新性发展,提升成都文旅公共服务水平、促进国际品质公共文化服务设施落地,举办国际性体育赛事推动全民体育。在城市品牌战略推动下,进行公共文化服务的规划建设,以构建“15分钟公共文化服务圈”为目标,增强博物馆、图书馆、剧院、体育场、音乐厅、美术馆等文化设施数量,推进建设天府文化公园、川大博物馆群等文化地标建设。完善城乡阅读设施体系,推进城市阅读空间建设,建设全民阅读城市。推出一批演绎成都故事的文化精品,开展了一系列富于艺术感染力和国际引领力的文化活动,满足成都及周边市民日益增长的公共文化需求和精神生活需求。围绕“雪山下的公园城市”品牌定位,进行公园城市示范区建设,打造美丽宜居的和谐环境。

公共服务多元供给,增强美好生活满意度。基于将城市识别为产品的综合方法,随着关注城市空间性的城市品牌价值的增加,城市在社会和经济方面变得更加活跃。通过提供优质的公共服务,提升城市品牌价值,提升差异化特色城市的竞争力,激活区域,提升市民幸福指数。公共服务供给是政府的主要职能之一,但是单纯依靠政府主导力量无法实现公共服务的高质量和高品质发展。成都在充分发挥有效市场和有为政府共同作用方面,展现出了较高的治理能力。在公共服务供给机制上,成都建立了政府主导、市场主体、商业化发展的合作模式,通过厘清基本和非基本公共服务各方权责,吸引社会力量参与,扩大公共服务有效供给,提高服务质量和水平。

(作者:中国传媒大学政府与公共事务学院副教授)

## 我的城市,幸福如此生动

侯雯雯

至今记得第一次去北方城市出差。我一早约了采访对象见面,对方是自己领域的专家学者,平时习惯了两点一线,对我们碰头的那一片区域并不熟悉,没有事先提出明确的要求或者建议,所以我们并没有约定具体的地点,都以为随便在路边找家茶楼或者咖啡厅就能开工聊正事。结果,我们碰头之后在朔风中足足走完了十里长街,还没有找到一个能够坐下来的地方,彼此都很尴尬。

这样的尴尬很少会在成都遇到。上万家茶馆、上千家咖啡馆和书店、新潮的酒吧和面包店……无论我们期待在怎样的社交场景中,与朋友或者陌生人进行什么样的沟通,产生什么样的连接,都能很容易做到。

成都理解这些街头巷尾的小店铺里蕴藏着的大智慧:这些主题、形态各异的小店,尺度宜人、位于步行可达的范围,能够轻而易举满足我们对于城市文明所有可能性的想象。你能在天气晴好的日子,随处看到喝盖碗茶的、喝咖啡的、喝奶茶的、喝精酿的不同群体,其乐融融,组成毫不违和的街头生活图景。

现代人越来越多地认识到,作为人类最伟大的造物,城市早已不仅是人们简单聚居的场所和容器,而意味着人们有能力从混乱中确立秩序,从蒙昧中开创文明,能用自己的双手实现理想。古希腊哲学家亚里士多德表示过类似的意思:城市诞生于人们“为了生存而聚集”,但吸引人们在城市里长久居留下来的,绝不仅仅是生存,而是幸福美好的生活。

在满足我们对食物、住所和安全的基本需求后,城市应该做些什么来创造和增加人们的幸福感呢?如果把话筒交给城市居民,我们

能得到的答案必然是包罗万象:有人想要良好的健康状况,有人想要更短的通勤时间,有人憧憬多样化的休闲时光,有人期盼自由地选择自己所认可的生活方式……对于什么是幸福,不同的个体有不同的定义。

城市文明体现在无论居民对于幸福的定义如何多样,都能不偏不倚地对待,许可差异,包容宽厚,尽力让其无差别地得到满足——无论你是习惯早起跑步的“晨型人”,还是需要通宵加班的夜晚吃上一口热腾腾的饮食;无论你喜欢川剧还是偏爱交响乐……能够让所有不同人群的不同需要各得其所,得到合理的满足,正是城市高度文明的体现——通过满足多样化的需求,带给人们对于生活的确信和掌控感,从而创造生活的意义和归属感。

我的城市,幸福如此生动,在于她有一颗开放、包容的心,能平等地对待不同群体的快乐需求,更能给不同群体的快乐需求予以回应,最大程度地对个体需求给予满足:无论是老人还是儿童,无论是男性还是女性,无论是高收入群体还是低收入群体,无论是老成都人还是新成都人……在城市形态和保障系统方面允诺困难最小化、快乐最大化。

归根结底,为人类提供可触可及的幸福感、归属感和美好生活,正是城市最伟大的理想和终极价值。

“中国最具幸福城市”已连续评选16年,在此之间,成都蝉联榜首14年,恐怕正是因为她矢志不渝关注着那些名为“幸福”的一系列“小事”,将落脚点放在具有人本关怀的细微之处:重视城市中每一个个体行走、站立、坐下、观看、倾听及交谈的维度,重视街头巷尾、公共空间,重视人与人之间的互动。

(作者:成都时代出版社创新内容部策划总监)