

编者按

以外卖骑手为代表的新就业群体,穿梭在城市大街小巷,成为保障日常民生、助推城市运行的重要力量。为致敬每一位城市奔跑者,展现新时代骑手风采,传递长沙关爱新就业群体的城市温度,“我是骑手”2026新就业群体网络晚会(骑手专场)将于7月10日晚上举办。近期,本报将推出相关系列报道。

多次“顺路”救援、经常“搭把手”,穿梭街巷的“热心肠”外卖骑手徐伟锋:

“这座城市接纳我,我也想温暖它”

●长沙晚报全媒体记者 徐珍珍

上午10时出门,往返万家丽、扬帆夜市奔走接单,直至深夜零点,34岁的淘宝闪购长沙壹驰中部马王堆站骑手徐伟锋才结束一天的奔波。骨子里的热忱善良,让他始终心怀暖意,遇事愿意主动伸手助人。也正是这份质朴本心,让他在危急时刻毅然停下赶路脚步,挺身而出挽救了一条生命。

今年5月8日23时许,夜宵配送高峰,徐伟锋途经远大路浏阳河桥中段,看见几名代驾司机围在护栏边,劝说一名情绪崩溃的男子。男子突然翻过护栏,大半身体悬在桥面外侧,身下便是湍急河水,稍有失衡便会坠河。

一边是即将超时的订单,一边是岌岌可危的生命,徐伟锋没有片刻迟疑。他立刻停车,冲上前,和几名代驾司机合力攥紧男子手臂,众人同步后倾借

力,咬紧牙关一点点将壮硕男子拉回桥面。确认男子情绪平稳、民警正在赶来后,徐伟锋默默离开,重新骑上电动车,继续奔赴送餐岗位。

作为一名奔跑在路上的“热心肠”,顺路助人是徐伟锋的日常。前不久,他路过马王堆路段,发现一名年幼的孩童独自蹲在马路边哭泣,身边没有大人陪同,看起来是意外走失,找不到家人。车流往来的路边存在不小安全隐患,见孩子惶恐无助,徐伟锋当即停下电动车,蹲下身、放软语气,耐心安抚受惊的孩童,一点点平复孩子的恐惧情绪。待孩子情绪稳定后,他一路贴心陪护,将孩子平安送回家人身边。

同行电动车没电,顺路帮忙换电池;万家丽商圈游客迷路,驻足耐心指路;电梯意外停运耽误送餐,主动上前搭把手、互相照应。“在外跑单都懂打拼的难处,遇上难处搭把手,是我们骑手

之间不用多说的默契。”他说。

作为湖南益阳县人的徐伟锋,来到长沙做外卖骑手,转眼已是四年。这些年,他真切感受到长沙对新就业群体的暖心关怀。城区遍布爱心驿站,骑手可随时歇脚、纳凉、取用冷热饮水;越来越多骑手友好小区优化通行服务,工作人员主动配合送餐;街道、社区还会在高温天送来电解质水,细碎关怀消解着日夜奔波的疲惫。“长沙这座城市开放包容,接纳着每一位外来务工者,这也是我愿意在此扎根奋斗的原因。”他告诉记者。



→淘宝闪购长沙壹驰中部马王堆站骑手徐伟锋接好单正准备配送。
受访者供图



扫码看辣视频
——江两岸
云漫星城

长沙晚报全媒体记者 邹麟 摄

本月长沙预计超20个楼盘推新

7月长沙楼市淡季不淡,房企扎堆上新,6大纯新盘或首开搅动主城格局

●长沙晚报全媒体记者 孙占锋

步入7月,长沙楼市正式迈入下半年运行周期。经历6月年中冲刺、整体入市率不足的平淡行情后,长沙楼市并未陷入传统淡季的低迷。据不完全统计,本月超20个项目集中预备推新,更有6个纯新盘或首开。

供应重构 主城改善盘扛起市场主力

根据统计,7月长沙预计超20个楼盘推新,含6个纯新盘,区域供应结构差异显著。其中,岳麓区多盘齐发,以5个推

新项目领跑,观沙岭板块、洋湖板块与梅溪湖板块同步上新。例如,恒伟君樾洋湖二期扎根洋湖板块,背靠湿地公园与大型商圈,升级超高得房率新规产品,入手门槛降低;又如,绿城悦海棠、嘉信央玺、嘉信洋湖锦玺等持续加推,绿城梅溪半山项目更给出预计万元出头的单价。

雨花区4盘入市,包括3个纯新盘,成为本月看点最足的片区。招商序二期、信达曙光映秀、中建翡翠天序|星屿3个全新项目全部来自城市更新板块,雅塘、红星两大更新片区同步发力。招商序和中建翡翠天序|星屿项目,均有优越的教育配套,加之得房率优势,深得消

费者青睐。信达曙光映秀落地老城南城更新,填补主城刚改空白,成熟配套也是一大优势。

另外,望城区同样推出4个楼盘,是刚需供应主力。片区内部价差极大,嘉宇臻臻大泽湖、希望绿城大泽湖、润和学府主打刚需价格,而润和瑞玺台则推出改善别墅。天心区的建发望江、润和天心序两个纯新盘或首开,聚焦天心主城滨江与省府板块,主打主城改善。芙蓉区的最大看点为绿城金泓·文澜樾华,定位高端。

开福区的保利星宸天奕、同辰时光境持续加推市中心改善房源,价格稳定,

主城区新房稀缺性持续凸显。长沙县仅绿城知雅棠一盘加推,近郊供应持续收缩,市场重心回归主城。

行情迭代 楼市迎来选房窗口期

从产品结构来看,本月最大特征就是新规改善产品成为主流。超20个项目里,超半数采用新规高得房率户型,负公摊、超高赠送成为标配,铝板公建化立面、立体园林、高端会所、主题架空层成为改善盘的基础配置。6个纯新盘全部布局城市更新核心地段,没有远郊地块,房企拿地与推新的选址标准明显收紧。

业内分析认为,市场需求已经完成迭代,买房逻辑从“买地段”升级为“买产品+地段+配套”。6月,湖南建投·领樾府两次摇号、“日光”,充分证明长沙并不缺购买力,只是看能否靠产品撬动客群。如今,房企主动集中推出新规新品,就是为了适配新的购房需求,抢占下半年的市场份额。

另外,城市更新与学区节点,为本月楼市注入强劲动力。本次6个纯新盘全部位于雅塘、红星、老城天心等城市更新片区,主城旧改持续释放优质地块。同时中考放榜,名校学区迎来一年中最重要的置业窗口期,学区需求集中释放。主城土地越来越少,城市更新地块的稀缺性,也让核心改善盘拥有定价底气,议价权也更强势。

对于购房者而言,7月是全年难得的置业窗口期。大量纯新盘集中首开,选择范围空前丰富,新房扎堆上市,购房者拥有充足的对比时间,不必追高热度盘,可以从容择优入手。



扫码看辣视频
7月开盘预告

他“要得”不等于你“能得”

●沐刃

重庆网红“李要得”这几天在全网爆红,凭着7月4日发布的进藏视频《青春没有售价,从重庆打出租车直达拉萨》,斩获两千万点赞,西藏文旅依约兑现50万元奖励。笔者相信,看到西藏文旅官宣兑现的奖金和此事引发的泼天流量,有些人坐不住了。不少自媒体人正沿着国道318奔走在去拉萨的路上,而一些城市的文旅部门则闻声而动,纷纷跟进。

据“澎湃新闻”7日下午报道,“江西葛仙村旅游度假区官方账号喊话创作者们,宣传推介葛仙村度假区,最高一次性奖励100万元。”“山东枣庄铁道游击队景区发布全民短视频悬赏计划,征集爆款宣传视频。”……在“流量焦虑”早已不稀罕的当下,内容创作者及文旅从业者等,对此是观望还是跟进?是模仿还是暂缓?……笔者想说几句,不是泼冷水,算是提个醒吧。

其一,你看得到的是结果,也许没注意他爆火的前提。

“李要得”于2020年4月正式入驻抖音,“爆火之前粉丝量已超过400万”。他不但有内容嗅觉,还敢于押注长距离、高成本、非常规路线,且恰好踩中了西藏文旅公开悬赏的“时间窗口”。可以说,他的走红是政策时机、个人特质、偶然运气三者的罕见叠加。

“李要得”的视频之所以爆,还有一点是“出乎意料”,即出租车打表跨省进藏本身所天然构成的强烈反差和内在张力。

其二,“李要得”出圈无疑是个孤例,而孤例的经验或可借鉴,但从来都不能复制。

有句话说得对,“任何新事物,第一个人是创造或独家,第二个是模仿,第三个就成了东施效颦,甚至难免沦为笑话。”再说了,平台算法同样厌恶同质化内容,相似(视频)产品即使大量涌现,连基础推荐池都难进,更别说“复刻”千万点赞。

对于内容创作者和游客而言,去感受山河,去记录真实,若能偶遇流量自然是惊喜;若没有,路上的体验、相遇与故事,本身就已“要得”。

再者,你看到的是流量,其实更重要的是“留量”,以及为可能到来的流量所必备的“功课”。

笔者以为,对内容创作者(自媒体博主)而言,与其赌一个概率的“暴富副本”,不如想清楚:你的账号差异化在哪?你能提供什么别人给不了的专业知识、情绪价值或审美体验?“求关注”很容易,留住用户才考验真功夫,重在“把自己活成一个品牌”。

对文旅部门而言,与其焦虑流量、寻找爆款,不如沉下心练好内功,把公共服务做细,把市场秩序管好,把产品体验做优。这样的话,流量来了接得住,才能可持续。同时专注于挖掘内核,找到自身独有“文化芯片”,讲好本地故事。

毕竟,城市文旅引流IP,根基在“差异”,不在“雷同”。游客为什么来你的城市?是因为你有一个“打出来的网红”,还是因为你独有的历史文脉、自然风光、市井烟火?想想看,西安的大唐不夜城、淄博的烧烤、哈尔滨的冰雪,本质上都是深挖自身禀赋,而非简单复制他人路经。



一亩田“吃”三茬虾

产量对冲价格下行,错峰实现“量价双收”

望城稻虾田探索“一田多收”新路径



长沙乐科生态农业发展有限公司创新越冬虾养殖技术,打破季节限制,实现四季养殖。
受访者 供图

长沙晚报7月7日讯(全媒体记者 田也 通讯员 刘友琼)小暑风暖,稻浪翻涌,望城区靖港镇福塘村的连片稻虾田里,农户正忙着新一轮虾苗培育。“我们的虾从正月初八开

始卖,收益已经覆盖两季虾的养殖成本。”长沙乐科生态农业发展有限公司负责人刘军满脸丰收喜悦,对错峰出虾、稳拓增收的种养路子满怀信心。

一田多收:从一季稻到三茬虾

“我们多年深耕‘一稻三茬’生态种养模式,实现了一田多收。”刘军告诉记者,“一稻三茬”即在同一块稻田里,分稻前、稻中、稻后三茬轮养小龙虾,实现一水两用、一田多收,全年收获一季优质水稻、三茬生态小龙虾。该模式精选适配稻虾共生的水稻品种,水稻不施农药、小龙虾

不投喂人工饵料,全程绿色原生态种养。

目前,长沙乐科生态农业发展有限公司600余亩养殖基地中,100多亩常年用于育苗,100多亩用于新技术试验,剩下的核心区域稳定推行“一稻三茬”模式,年产小龙虾近10万公斤,年收益达280余万元。

“两条腿”走路:寒冬也能抢“鲜”

全年稳定出虾、错峰抢占市场,这是乐科生态农业稳产增收的核心秘诀。企业创新采取“两条腿走路”的养殖模式:将小龙虾科学划分为高温稻中虾、低温屯养虾两类,精准适配不同季节生长需求。

据介绍,小龙虾对温度极其敏感,气温高于35摄氏度、低于10摄氏度便会停止生长,传统养殖普遍存在明显季节性空档。“我们通过井水调温技术精准调控水温,成功打破季节限制,

实现四季养殖。”刘军说,越冬虾养殖的关键就在于要有恒温的水源,而井水冬暖夏凉,是理想选择。同时要水质水温实时监控,确保小龙虾处于适宜生长的水温区间。

凭借这套成熟可控的种养技术,乐科生态农业打破行业季节性局限,在多数养殖户静待开春出虾的空档期,就实现小龙虾批量上市,精准填补春节前后市场供应空白,稳稳把握住抢先上市红利。

技术突围:特色水产养殖实现“躺赢”

刘军算了一笔账:越冬虾的收益已覆盖两季虾的全部成本,接下来的出虾收入几乎全是纯利润。“成本收回来了,后面就是‘躺赢’。”错峰上市的冬季虾价格比供应旺季高出三至四倍,如今小龙虾的价格波动对他的影响微乎其微。

“放眼全市,虽然前期小龙虾单价有所下行,但产量稳步增加。”市农业农村局相关负责人告诉记者,2025年年底天气条件好、气温较往年偏高,苗种产量高,为全年增产打下基础。产量提

升在一定程度上对冲了价格下行压力,而像乐科生态这样掌握错峰上市技术的经营主体,更是实现了“量价双收”。“依靠技术创新和模式革新,特色水产养殖依然能迸发出强劲生命力。”

据介绍,目前望城区池塘养殖面积5.91万亩、稻虾养殖8.3万亩,小龙虾年总产量近4.23万吨,年经济总产值超22亿元。“特色养殖不仅让刘军这样的经营主体实现了‘躺赢’,也为全市水产产业注入了强劲韧性。”市农业农村局相关负责人说。