

拆掉“办事柜台”，实行亲民化改造

社区党群服务中心成了“共享客厅”

6月18日下午，记者来到硚口区长丰街道紫润北社区党群服务中心，走进大厅内一派热闹景象：活动桌前，几位老人坐在棋盘前凝神对弈；儿童游乐区内，孩子们拼着积木玩耍；阅读角里，一位年轻母亲正在给孩子读绘本；不远处的长桌旁，十多位居民正围在一起包粽子，粽叶的清香混着说笑声飘满整个大厅。

很难想象，一年前这里还是另一番模样——80%的面积被封闭式柜台挤占，多功能室常年锁门，日均人流量仅50余人次，超过九成的年轻人“除了办事从不踏进社区”。

一场以“拆掉物理隔断、拉近党群距离”为核心的亲民化改造，让这个老旧社区的服务阵地彻底换了模样。

537条居民建议 定下改造方向

“改造不是社区拍脑袋定的，是居民一条条建议攒出来的。”紫润北社区党委书记张芮说。

作为典型的老旧社区，紫润北社区常住人口6426人，老年人口多、困难群体多、年龄跨度大，公共空间匮乏、邻里互动不足一直是治理难题。

2025年上半年，社区党委提出亲民化改造思路，核心就一条：拆掉一楼多余的柜台，仅保留两个办事台面，把更多空间留给群众。

消息一出，党委会上也有过争议：有人担心柜台拆了办事流



拆掉“办事柜台”，社区把党群服务中心改成了“共享客厅”。

程会乱，有人质疑“客厅”搞不搞得得好。最终让大家下定决心的，是前期征集上来的537条居民建议——排在前面的没有一条是“多盖几个章”，全是“想有个地方待着”“能让孩子有地方玩”“可以看书下棋”。

“当时为了听群众声音，社区线上线下齐发力：线下依托楼栋议事会、支部主题党日上门走访，线上通过网格微信群推送开放式问卷，征集覆盖率达到90%。”网格员朱雅雯介绍说。

“老人腿脚不便，活动室最好在一楼”“插座要矮一点，坐着充电不用弯腰”……这些最真实的诉求，最终都变成了改造图纸上的具体标注。

老党员盯出来的“自家装修”

图纸变成实景，靠的是一群老党员。

施工期间，一支由5人组成的监督评价小组成了工地上的“常客”，其中3人是老党员。72岁的潘换莲有着30多年党龄，是第一个报名的。

地砖铺好了，她蹲下来用手摸接缝处的平整度，又用脚试了试：“防滑一定要做好。”共享影院区域的桌子安装到位后，她发现桌子是固定的，当即跟社区反映：“以后开议事会要拼桌子，固定死了不好办。”社区和施工方现场商量，后来换成了可拆卸式桌椅。

插座位置、灯光色温、桌椅高度——潘换莲和小组里另外几位成员每天察看、记录、反馈。社区党委牵头，设计方、施工方现场研判、实时调整。从去年7月底动工到9月完工，两个月的改造工期里，这样的“微调”几乎每天都在发生。

曾经封闭式办事大厅如今变成了开放的“共享客厅”，九大功能

区错落分布：“春生万物”共享花房里绿植错落，“夏乐融融”儿童游乐区充满童趣，“秋实满仓”阅读角摆满了居民捐赠的书籍，“冬暖人心”共享厨房配备了微波炉、冰箱和保温柜。原本设在二楼的阅览室也搬到了一楼，参照书吧形式设计，方便老人和孩子进出。

从“用完就走”到“常来常往”

空间改好了，谁来管？社区党委的办法是：党员带头，群众跟上。

共享盆栽由小朋友轮流照看，舞蹈队自己排班使用活动室，共享厨房由热心居民轮值保洁。便民服务柜里的血压计、工具箱，不少捐赠人在标签后面悄悄加上了“党员”二字。“写上去就是亮身份，大家一看是党员捐的，心里踏实。”居民陈度荣说。

改造带来的变化，数据最有说服力：日均人流量从50余人次涨到了150余人次，18至40岁人群占比从不足10%上升到34%。更重要的是，年轻人不再“办完事就走”。

改造完成后，社区的工作方式也变了。“全岗通”综合服务台只留一个人值班，其他工作人员全部下沉网格。居民办事“来了即办”，不用再找这个找那个。

居民胡冬华在小区住了15年：“以前参加社区活动都要爬二楼，现在一楼有花房、共享厨房，议事、做手工下楼就能聚，邻里常碰面、走动多，住这很舒心。”

文图/记者高萌

一天卖出100多杯，武汉菜场咖啡店火了

武汉晚报讯(记者吴瞳)6月20日8时30分，汉阳汉桥生鲜市场正是一天中最热闹的时候。在市场一角约5平方米的铺位里，“六一豆铺”老板余毅正站在吧台内忙碌。

这是武汉第一家开在菜市场里的咖啡店。“在菜场开店简单一些，装修简单、布置简单、流程简单。”余毅是个有个性的武汉人。

今年初，余毅决定在菜市场开咖啡店时，身边的朋友全反对：“柴米油盐 and 精致咖啡，场景不对。”

但余毅见过云南、成都菜市场里的咖啡店生意不错，心里有底。他蹲点汉桥生鲜市场近十天，发现来买菜的年轻人不少，更加坚定了想法。其实，余毅在酒

店行业干了近20年，2021年回武汉后做咖啡豆供应链。去年，他与早餐店合作过3个月，但效果一般。“感觉还是得有个独立环境。”开实体咖啡店，对他来说是头一遭。

这家店成本不高，最大的投入是5万多元的咖啡机。店里主打亲民，咖啡均价15元一杯。

开业半个多月，店里生意红火，积累了六七十个会员。生意最好时，一天卖了100多杯咖啡。

记者连续多日在现场观察到，菜场咖啡的客流有着独特节奏：8时30分到9时、10时30分到11时，以及下午1时前是高峰。早起买菜的街坊、送完孩子的家长、午休溜达的上班族都是

常客。余毅还发现，来买咖啡的不仅有年轻人，老年人也会来捧场。

更有意思的是，这个铺子成了社交平台上的“网红打卡地”。

不少年轻人从武昌、蔡甸、光谷等地跨区赶来，就为体验“菜场喝咖啡”的反差感。有人端着咖啡在菜摊前拍照，逛完菜场顺手买把青菜。余毅见状，干脆和隔壁摊贩玩起“跨界联动”——买咖啡送洋葱。

在菜场里，余毅和摊主们打成一片。对面卖牛肉、卖菜的老板每天都要喝一杯咖啡，余毅做好后就小跑着给他们送去。市场负责人一开始还替他捏把汗，现在看铺位前总有人，也跟着高兴。



来买咖啡的人不少，里面不乏“妈妈辈”“奶奶辈”。

记者吴瞳 摄

现在，每天稳定的客流和复购率让余毅“一点都不焦虑”。他开店的“本意”是给咖啡豆供应链引流，未来还想在市场租大点的地方做咖啡体验和培训。