

锲而不舍落实中央八项规定精神

本报评论员 刘太福

记重要讲话重要指示精神,按照中央、省委、市委部署要求,高标准高质量组织开展好学习教育,推动作风建设常态化长效化,为进一步全面深化改革、推进中国式现代化济宁实践提供坚强作风保障,以实际行动坚定拥护“两个确立”,坚决做到“两个维护”。

锲而不舍落实中央八项规定精神,要准确把握重点任务。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,持续深化党的创新理论武装,认真学习领会习近平总书记关于加强党的作风建设的重要论述,学习领会和贯彻落实中央八项规定及其实施细则精神,系统总结党的十八大以来深入贯彻中央八项规定精神取得的显著成效,集中整治违反中央八项规定及其实施细则精神的突出问题,运用由风及腐案例加强警示教育,引导党员、干部锤炼党性、提高思想觉

悟,密切党群干群关系,以作风建设新成效推动保持党的先进性纯洁性、不断赢得人民群众信任拥护,为进一步全面深化改革、推进中国式现代化提供有力保障。

锲而不舍落实中央八项规定精神,要聚焦主题、简约务实,一体推进学查改,确保学有质量、查有力度、改有成效。要深化学习研讨,坚持个人自学与集中学习相结合,抓好“关键少数”,抓住“绝大多数”,抓实分级分类培训,深入领会精髓要义和实践要求,自觉融入到问责中、落实到行动上。要全面查摆问题,加强警示教育,扎实推进集中整治,坚持“当下改”与“长久立”相结合,健全作风建设常态化长效化制度机制。坚持开门搞教育,走好新时代党的群众路线,落实“四下基层”制度,广泛听取群众意见建议,组织党员、干部立足岗位,

亮身份、亮标准、亮承诺,比作风、比业绩、比贡献,争当服务标兵,在推动高质量发展、加强基层治理、完成急难险重任务中担当作为,让群众切身感受到学习教育带来的新气象新变化。

开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育,意义十分重大。要加强组织领导,压紧压实责任,推动各项要求落实落地。要加强分类指导,力戒形式主义,加强宣传引导,确保学习教育有序有效开展。作风问题关系人心向背,必须始终坚持党的作风建设不放松。让我们以高度的政治自觉、思想自觉和行动自觉,用最严格要求和最高标准推动学习教育走深走实,切实把学习教育成果转化为推进中国式现代化济宁实践的强大动力,确保全年目标任务圆满完成和“十四五”规划圆满收官。

他山之石

“绣花功夫”费用心

3月24日《人民日报》李浩然

背景:“深夜能骑电动自行车过黄浦江了!”前不久,上海复兴东路隧道试行夜间分层通行,引得代驾司机、外卖骑手拍手叫好。

为何选定该隧道?周边有需求,也因其为双管双层隧道,可避免“机非混行”。缘何23时至次日5时开放?为了和轮渡的开放时间相衔接。为什么只允许电动自行车通行?因为隧道坡度较大、坡长较长,一般自行车难以骑行通过。考量之细致用心,让人们们“城市管理应该像绣花一样精细”有了更具象化的感知。

观点摘要:加强调查研究,深入到群众中去,听民声、访民情、纳民意,治理才能有的放矢,才能细分群体,努力回应那些看似“不起眼”的小众需求。

紧盯数字化、智能化发展趋势,因地制宜应用科创成果,为治理装上“智慧脑”,我们的城市就会更聪明,生活也将更多彩。“致广大而尽精微”。既不弃微末,在改善软硬件上积尺寸之功,也多一些打破常规、破除定式的尝试,与时俱进推动微改革、微创新,以细心、耐心、巧心提高治理精细化水平,定能用一针一线织出城市的美好未来。

以花为媒释放春日经济消费新活力

3月24日《北京青年报》罗振轩

背景:武汉东湖樱园“开门迎客”、云南曲靖罗平县百万亩油菜花相继绽放……随着全国气温的逐步回升,赏花踏青拉开了新一年的春游大幕,多地迎来出行旺季。业内人士表示,春日经济的不断升温,有望加速释放文旅市场消费潜能。3月以来,各地梅花、海棠、樱花等陆续迎来花期,“追花”已然激活春日旅游市场,也催开了火热的“赏花经济”。

观点摘要:“花经济”始于花,又不局限于花。当前,游客对于春季出游的需求已不再局限于观赏和拍照,而是追求更为丰富多彩的休闲体验。对此,各地以花为媒,深挖“花经济”的内涵与外延,在赏花游的基础上还加入田园采摘、特色农业、民宿度假、亲子互动、研学康养等多种元素,创造更多春日消费新场景,持续提升由花而生的附加值。

消费一头连着宏观经济大盘,一头连着千家万户的幸福生活。消费是最终需求,是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,对经济具有持久拉动力,事关保障和改善民生。过年经济热辣滚烫,春日经济顺利接棒,踏青赏花、尝春菜、品春茗等等,伴随多元消费场景的融合焕新,接棒过年经济的春日经济正持续升温,不仅带动了旅游、餐饮、住宿等领域的消费增长,也推动着户外用品生产企业全力运转,春日经济不断释放新活力。

春日经济是消费市场的“晴雨表”,折射出中国经济生机迸发、消费全面升级的局面。大力提振消费、全方位扩大国内需求,是今年经济工作的重点之一。为此,要积极扩大国内需求,创造更多消费场景,持续释放消费和投资潜力。开年以来,全国消费市场活力满满,投资生产一线“新”风扑面,为持续向好的中国经济写下生动注脚。更好满足人民群众对美好生活的向往,让更多人能消费、敢消费、愿消费,不断提升春日经济的底色与成色,定能让消费活力更加强劲,为中国经济高质量发展注入源源不断的动能。

培育健康消费新增长点

3月21日《经济日报》臧梦雅

背景:随着消费者健康管理观念提升和居民收入水平提高,健康消费正成为我国消费市场增长的一大亮点。近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,其中提到“开展健康消费专项行动”,这为健康消费市场带来了新的政策利好。在政策推动下,健康消费市场潜力正在持续释放,消费者对健康服务的需求也愈加旺盛。国家统计局数据显示,2024年我国居民人均医疗保健消费支出2547元,占人均消费支出的比重为9.0%。

观点摘要:我国健康消费领域的一个特点是消费群体不断扩容。充分释放新型健康消费潜能,不妨将重点放在培育壮大健康体检、咨询、管理等新型服务业态上。鼓励各类企业开发满足多样化、个性化需求的健康服务产品。除此之外,还可以通过促进健康服务领域数字化转型,培育更多健康消费新增长点。

健康消费为消费提质升级提供了广阔空间,但新业态也面临一些阻碍“健康”发展的老问题。比如,虚假宣传、过度营销及诱导消费等现象依然存在,公众健康素养有待提升,等等。营造良好健康市场环境,离不开有关部门对行业的规范和引导。要深入开展全民健康素养促进行动,持续提升大众健康素养。商家也应恪守诚实守信的经营理念,为消费者提供更健康的产品和服务。

“为国减肥”不是笑谈

3月21日《浙江日报》张萍

背景:最近,“国家喊你来减重”“国家不同意你变胖”的话题热度居高不下。话题源起今年全国两会期间,国家卫生健康委员会主任雷海潮在民生主题组会上表示,“有些同志体重管理得不太好,腰围大了,体重也超了,有的甚至患上了慢性病”,为此国家将持续推进“体重管理年”行动。加之春日渐暖,减衣露肤的季节将近,浙江各地的体重管理门诊、健身机构的人多了起来,减重也成了各个社交场合的热门话题。

观点摘要:体重多少,不是个人私事吗?去年6月,国家卫健委等16部门联合印发《“体重管理年”活动实施方案》时,一些人也有过这样的疑问。现实生活中,贸然问人家的体重确实不礼貌。但随着超重肥胖人群的增加,体重问题逐渐演变为社会问题,公共性越发显著。众所周知,超重和肥胖是造成慢性病的重要危险因素,与高血压、糖尿病、高血脂、心脑血管疾病以及部分癌症等都有密切关系。因此造成的医疗开销、占用的医疗资源,本来是可以减少或避免的。

国家层面的大力推进,对提升体重管理的全民意识作用明显。去年提出“体重管理年”以来,各大医疗机构的体重管理门诊渐渐增多,健康生活的观念得到加速普及。由此看来,“为国减肥”还真不是个笑谈,而是客观事实。关心自己的身体,就是为国作贡献。每个人的健康共同构筑了全民健康的长城,国民之间,就是这样密切相连的。

(华峰 辑录)



议论风生

创新惠老举措 发展银发经济

侯金亮

据报道,国铁集团将从4月1日起,在现行“铁路畅行”常旅客会员服务基础上,对年满60周岁的老年常旅客会员实施更大幅度的积分优惠。这一普惠举措将助力更好满足老年旅客对美好旅行生活的向往,为促进银发经济发展、扩大服务消费注入新动能。

简单来说,这个“更大幅度的积分优惠”是指:老年常旅客会员乘坐旅客列车(暂不含旅游专列、国际列车)时,将获得火车票票面金额15倍的积分,这相当于普通常旅客会员可获得积分的3倍。举例来说,老年常旅客会会员花费1000元乘坐火车,可获赠1.5万积分,兑换火车票时可抵150元使用。而普通常旅客会会员花费1000元,将获得5000积分,抵扣50元车票费用。对比之下,国铁这一拨针对老年乘客发放的“乘车礼包”,可谓是诚意满满。

之所以对老年常旅客会员加大积分优惠力度,其实还是为了鼓励老年人多出来走走转转。此前,铁路部门围绕购票、候车、乘车、交通接驳等出行各环节,推出了一系列适老化服务举措,还特别开设了以老年旅客为主要客群的银发旅游列车,构建起面向老年旅客的立体化关爱服务体系,既满足他们的文旅需求,也激活了旅游消费和银发经济的发展潜力。

当前,我国已进入中度老龄化社会。数据显示,2024年末,我国60岁及以上人口突破3亿人,达到31031万人,占全国人口的22.0%;其中65岁及以上人口22023万人,占全国人口的15.6%。根据人口变化趋势,未来一段时间我国人口老龄化进程还将深化。

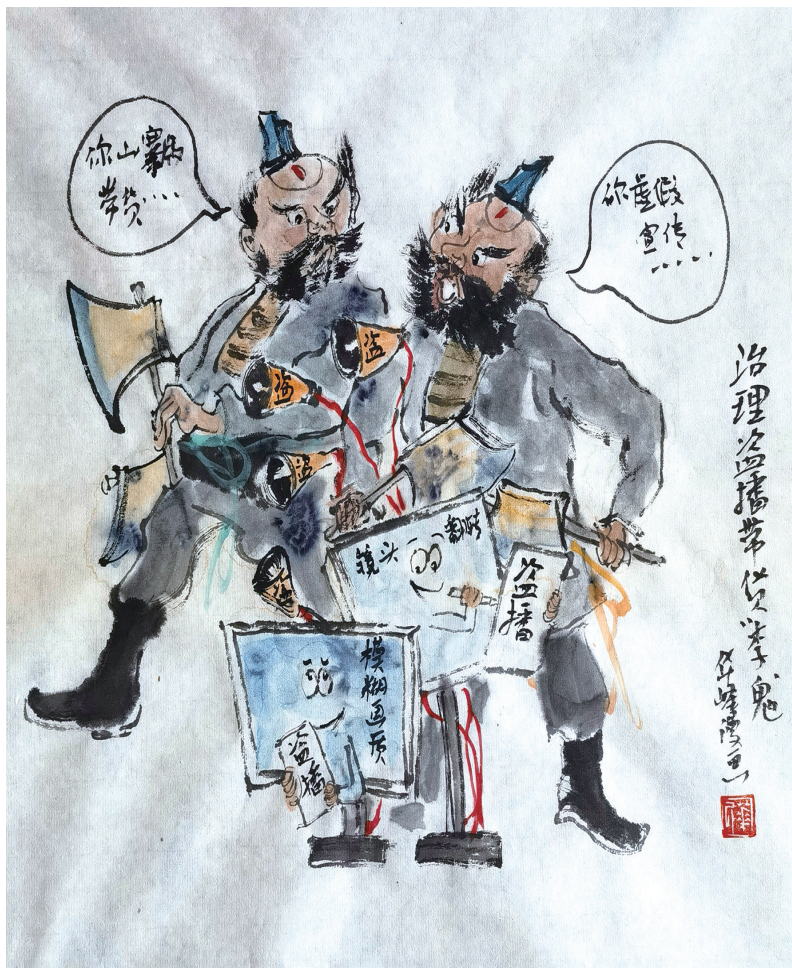
数量庞大的老年群体需要社会关怀与支持,同时,这一群体也蕴藏着巨大的消费潜能。2023年我国银发经济规模约为7万亿元,有机构预测,到2035年,银发经济规模有望达到30万亿元。不过,要变潜能为动能,还需解决好相关问题,让老年人敢于消费、放心消费。

今年《政府工作报告》提出,积极应对人口老龄化,完善发展养老事业和养老产业政策机制,大力发展银发经济。近日出台的《提振消费专项行动方案》也特别强调,积极发展抗衰老、银发旅游等产业,释放银发消费市场潜力。2024年,国办还印发了首个支持银发经济发展的专门文件……日趋完善的顶层设计将为银发经济高质量发展提供有力支撑和保障。

发展银发经济,大抵可从两个方向发力:一是供给端提质扩容,二是需求端减负增效。具体来说,在供给端,紧跟老年消费新趋势,创新产品服务,为老年人提供多元选择。比如,开发适合老年人使用的智能健康监测设备,方便老年人更好地管理健康;打造康养游、怀旧游等旅游产品,发展旅游养老,丰富老年人的精神文化生活等。在需求端,则需针对老年消费服务的痛点进行针对性提升和完善。比如,对公共设施进行适老化改造,破解老年人出行不便;针对老年群体消费偏好,探索多元服务举措。

值得一提的是,随着银龄群体消费能力的提升,不法分子也盯上了这一群体。尤其人工智能遽然而至,各种打着AI幌子的骗局层出不穷,让老年人防不胜防。因此,发展银龄经济,必须积极回应新形势新变化,加强监管与防范,为老年人筑牢安全防线。监管部门要利用技术手段监测可疑交易,及时预警并查处坑老骗老行为。同时,多部门需密切合作,加强对老年人的宣传教育,普及防诈骗知识,增强老年人的风险意识和辨别能力,守好老年人的钱包。

发展银龄经济,是满足老年人晚年优质生活需求、促进经济社会高质量发展的必然要求。期待更多行业 and 部门开拓思路、创新服务,发力营造关爱老年人的良好氛围,携手打造友善、贴心的“适老化”消费环境,让他们共享改革开放成果,共同绘就最美“夕阳红”画卷。
 《光明日报》3月24日



华峰漫画

盗播带货指的是未经授权盗用他人直播内容进行商品销售,扰乱市场秩序的不法行为。这类直播间通常使用模糊画质、镜像翻转等技术规避平台审核,主播不与观众互动,仅通过评论区自导自演“刷单”假象。主播在镜头前使出浑身解数辛苦带货,“李鬼”在后面亦步亦趋“搭车”盗播,“李鬼”奉行不劳而获的拿来主义,把他人直播带货的视频、图像资料直接搬过来,当做引流带货的幌子,忽悠消费者,妨碍了公平竞争,破坏了直播行业生态。遏制盗播带货,既不能依赖被盗播者就事论事地维权,也不能只靠平台的传统治理。只有瞄准盗播带货的新动态、新“技术”、新套路以及维权治理的堵点、难点,统筹多方力量,开展联合治理,并不断升级治理手段,才能更好发挥治理效能,遏制盗播带货乱象。(华峰 漫画/文)

锐评

较真网购“缩水” 非小题大做

尹思源

“3公斤装”的小龙虾到手只有1.4公斤,“100只装”的垃圾袋清点还不到40只……不少人都曾遇到过网购商品“缩水”的遭遇,但很多消费者不会逐个清点,落得个“消费者忍了、不良商家赚了”的结局。

整治网购“缩水”不仅事关消费者权益保护,更是关系消费环境建设的大事,必须得较真。

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,明确提出“营造放心消费环境”,“规范网络销售、直播带货领域‘全网最低价’等不合理经营行为”,为有效遏制网络消费市场乱象、维护消费者权益提供指引,增添保障。

商家敢“缩水”发货,背后的一个重要原因是商家违法成本低。根据消费者权益保护法,一旦商家的行为构成欺诈,消费者有权获得三倍购物价款的赔偿。但实际上,倘若商品价格不太高,网购维权耗时又费力,消费者通常不会过多纠缠和追责,除了有认真的消费者会逐个清点后要求赔偿,

绝大多数会选择一“忍”了之,“缩水”商家赚得盆满钵满,诚信商家反而“吃了暗亏”。

消费者较真网购“缩水”,非小题大做。消费者反映诉求的地方,就是消费环境进一步优化改进的方向。

监管“长牙齿”,不良商家才能“长记性”。一方面,电商平台要当好“大管家”,加强技术手段应用和人工审查力度,在信用约束上“较真”,把商家信用和店铺流量挂上勾,让“靠缺斤少两赚钱”的商家无处遁形;另一方面,市场监管部门要加强监管,线上精准监测,线下全面巡查,对不法经营活动施以重拳。

此外,要健全消费争议多元化解机制,让消费者意见能够更加快速便捷触达商家和监管部门,让消费者敢较真,能较真。

完善制度、抓好监管、筑牢诚信,只有当“靠一锤子买卖占小便宜”的商家越来越少、靠诚信经营赢得招牌赚得口碑的商家越来越多,消费者才能放心消费舒心消费,消费市场才能更加健康繁荣发展。

“AI+消费” 如何打开新空间

李浩然

网购时的“选择困难症”,相信你我都有。

想入手电动牙刷,但产品繁多,选了几款有“眼缘”的商品放进购物车,便“束之高阁”。不久前,平台升级了智能购物系统,在输入需求后,系统通过分析浏览时长、比价频率等,识别出“注重性价比”的消费特点,于是精准推送了参与“以旧换新”的某品牌商品,价格优惠力度很大。下单之余感慨:没想到人工智能这么懂自己。

联想到春节假期去购物的中心的经历。路过某品牌化妆品专柜时,爱人被智能试妆镜吸引。轻点屏幕,便可一键切换口红色号,还能模拟不同妆容的效果,免除了反复涂抹的麻烦。“真美,这款多适合您!”在工作人员“助攻”下,她欣然买单。

看,无论线上还是线下,人工智能已化身“隐形导购员”,悄然融入生活。

《提振消费专项行动方案》提出“促进人工智能+消费”,今年的《政府工作报告》部署“持续推进‘人工智能+’行动”,全国两会期间代表委员热议“人工智能+消费”的前景。消费市场加速转型升级,如何打通传统消费模式供需错配、体验单一、创新滞后等堵点?人工智能与消费相耦合,为我们提供了新的观察视角。

以新技术牵引新应用,消费新需求得以满足。从“被动筛选”到“精准捕获”,从“经验主义”到“数据驱动”,人工智能顺应了消费者新期待。不必说虚拟试衣、智能客服,也不必说辅助爬山的外骨骼机器人,单是浙江义乌商户运用人工智能大模型自动生成数十种语言的带货视频,卖出200万单袜子,就很能说明发展的趋势。

未来,人工智能可在更多领域精准洞察消费需求,有效提升消费体验。比如,面向文旅,可制定个性化的旅游攻略,帮助老年游客进行智能健康管理;针对房产交易,可通过数智人直播、“AI经纪人”等,简化交易流程。避免“新瓶装旧酒”,注重技术创新与应用创新同频共振,促进“互联网+”迭代升级为“人工智能+”,将极大推动消费扩容提质。

用新场景打造新业态,不仅能为产业升级添助力,还能培育更多消费新模式。以开车出行为例,车主经常面临找车位的难题。如果借助人工智能打造开放平台,车主就能提前预约车位,及时获得避让建议,平台也可根据车主日常通勤习惯推荐相应的低价充电时段等。推动停车行业从单一的停车费线上支付模式向停车经营智能化跨越,有利于车主“智慧停车”、车场精准运营。

人工智能不仅仅是技术赋能,更意味着一场产业变革。对平台与商家来说,既要善于创新,打造新鲜的应用场景和商业模式,也要强化用户思维,变“想方设法推送产品给消费者”为“帮助消费者找到对的商品”。人工智能用好了,就能成为新产品新服务诞生的“孵化器”、拓展消费场景的“放大器”、提升产业效率的“加速器”。

《生成式人工智能应用发展报告(2024)》显示,我国初步构建了较为全面的人工智能产业体系,相关企业超过4500家,核心产业规模已接近6000亿元。这为发展“人工智能+消费”打下了坚实基础。推进人工智能产业链强链、补链、延链,还须瞄准芯片、算法、数据、平台、应用等上下游关键环节,进一步强化政策供给,凝聚政策合力。

同时,消费领域中小企业众多。供需错配、算力资源短缺与数据安全风险等,是其拥抱人工智能面临的共性问题。着眼场景挖掘、算力统筹、安全保障等关键领域,以政策促协同、优化资源配置,才能让人工智能成为普惠型基础设施,助力中小企业共建良好消费环境。

以人的价值为圆心,以技术创新为半径,画出提振消费的同圆心,激活经济“一池春水”,我们的生活也将更加美好。