2023年12月10日 星期日

数字化激发文旅消费潜能

# 继续抓住稳预期强信心牛鼻子

能丽

经济恢复是一个波浪式发展、曲折式 前进的过程。受需求不足等影响,一些企 业经营困难,信心尚未完全恢复;居民收入 预期不稳,家庭消费更趋谨慎。巩固经济 回升向好势头,要继续抓住稳预期、强信心 这个"牛鼻子"。

中国物流与采购联合会发布的数据显示,近3个月来物流业业务活动预期指数均值为57.6%,明显好于上半年和三季度。在此前发布的11月份制造业采购经理指数(PMI)中,生产经营活动预期指数为55.8%,连续2个月上升,连续5个月保持在55%以上的较好水平。

一系列最新数据表明,随着中国经济稳步恢复,企业市场预期更趋稳定,发展信心进一步增强。近期,多个国际组织和金融机构纷纷上调中国经济增长预期,中国经济发展前景持续赢得国际社会信心。

2022年底召开的中央经济工作会议指出,"要从战略全局出发,从改善社会心理预期、提振发展信心入手,纲举目张做好工作"。针对市场预期偏弱的问题,今年以来,

我们始终坚持稳中求进工作总基调,将改善预期、提振信心作为推动经济运行整体好转的重要抓手,全面深化改革开放,加大宏观调控政策实施力度,着力扩大国内需求。随着政策落实落地、经济持续恢复,生产者和消费者预期均有逐步好转迹象,为下一阶段经济继续恢复向好创造了有利条件。

在充分肯定经济整体恢复向好态势的同时,也要清醒认识到,我国经济运行仍然受到内外部多种因素影响,经济恢复必然是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。受需求不足等影响,一些企业经营困难,信心尚未完全恢复,投资风险偏好下降;居民收入预期不稳,预防性储蓄动机变强,家庭消费更趋谨慎。巩固经济回升向好势头,要继续抓住稳预期、强信心这个"牛鼻子"。

社会预期与经济发展二者之间相互作用,某种程度上可以说互为因果。当前,提振信心依然是做好经济工作的关键所在。 无论是扩大需求还是优化供给,都要以提振信心为前提。只有稳定预期、增强信心,把各方面的积极性充分调动起来,企业扩 大投资的热情才会被激活,居民消费潜能 才会释放,社会创新活力才会迸发,外资也 才会更加看好中国市场。

稳预期、强信心,关键是要提振企业和企 业家信心,让国企敢干、民企敢闯、外企敢投, 特别是要充分释放民营经济发展活力。民营 经济是感知经济趋势最具敏锐度、引领经济 向好最具创造力的生力军。今年以来,支持 民营经济发展壮大的信号持续释放,民营经 济发展总体上呈现出稳中有进、稳中向好的 基本态势,前三季度新设民营企业同比增长 15.3%。调查显示,对宏观经济、营业收入、市 场需求、对外贸易等持乐观预期的民营企业 占比提升。当前,民营经济发展仍面临市场 需求不足、要素资源制约趋紧等困难,要落实 落细促进民营经济发展壮大各项举措,持续 营造正确认识、充分尊重、积极关心支持民营 经济发展壮大的良好氛围,推动公平竞争等 政策落实,继续聚焦企业"急难愁盼"多出实 招,不断增强民间投资意愿和能力。

对于居民来说,关键是要提升人们对就 业和收入的信心。消费是收入的函数,就业是

收入的主要来源。稳定和扩大就业,既是保障和改善民生的关键所在,也是巩固经济恢复发展基础的重要支撑。要将就业作为经济社会发展的优先目标,着力促进青年特别是高校毕业生、农村劳动力特别是脱贫人口、就业困难人员等重点群体就业,多渠道增加居民收入,持续推进健全社会保障体系,兜住兜牢民生底线,让人们切实感受到"向上有希望、向下有保障"。

稳预期、强信心,还要更加注重有力有效实施宏观调控。今年前三季度我国GDP增长5.2%,全年增长5%左右的预期目标有望顺利实现。岁末年初,市场对后续稳增长政策的持续性存在一定担忧情绪。进步夯实经济修复基础,要统筹做好今期份全营不宏观政策的有效衔接,提高政策举措。对稳预期有重要影响的改革举措。对此,国家发展改革委等多部门近时的战器,为稳定预期及下一阶段经济增长发出更清晰的积极信号,这无疑也将对市场信心发挥重要托举作用。

(原载于12月9日《经济日报》)

# 人民城市人民建,人民城市为人民

李扬

"城,所以盛民也。"人民是城市建设的主体,也是城市建设成果的共享者。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央不断加强党对城市工作的领导,坚持人民城市为人民的理念,推进以人为核心的新型城镇化,走出了一条中国特色城市发展道路。近日,习近平总书记在上海考察时再次强调"要全面践行人民城市理念",为我们回答好"建设什么样的城市""怎样建设城市"这一重要命题提供了重要遵循,指明了前进方向。

人民群众是历史的创造者,是城市建设最重要的主体力量。历史唯物主义的一个基本观点就是尊重人民的主体性。对于植根于人民、立基于人民的我们党来说,江山就是人民,人民就是江山。这既是我们党区别于其他政党的显著标志,也是我们党发展壮大并取得各项事业成功的重要原因。我们任何时候都不能削弱

和丢掉这个优势。城市建设是一项复杂系统工程,抓住人民这个关键,才算是抓住了城市建设的根基。2019年11月,习近平总书记在上海考察时强调,无论是新城区建设、无论是新城区建设、无论是新城区建设、无论是新城区建设、无论是新城区改造,都要坚持以人民为中心、聚焦人民群众的需求,合理安排生产、生态空间,走内涵式、集约型、绿色、宜游的良好环境,让人民有更多居、宜游的良好环境,让人民有更多东、宣游的良好环境,让人民有更多东。正是在这一重要理念指引下,一幅生动隽永的实践图景渐次铺展,不断构筑起新时代宜居宜业的人民之城。

建设好人民城市,要倾听人民群众呼声,聚焦人民群众需求。要有"春江水暖鸭先知"的敏锐,深入开展调查研究,深入群众生产生活一线,以身到心更到的方式了解人民群众对城市建设的建议和期盼,真

正做到问需于民、问计于民。把群众需求 作为城市建设的第一需求,多倾听群众声 音,设身处地为群众考虑,下大力气打通堵 点、化解难点、经解痛点。实践证明,想群 众之所想,急群众之所急,善于从群众的建 议甚至批评中审视工作、衡量得失、发现问 题,城市建设就能经得起实践的检验,经得 起历史和人民的检验。

建设好人民城市,要激发人民群众参与城市建设的积极性。要相信人民群众的智慧和力量,充分发挥人民群众的主体性,调动人民群众参与城市建设的积极性和创造性,激发他们与城市共发展的责任感和使命感,变"要我参与"为"我要参与"。这也要求城市治理者和决策者积极回应人民群众的声音,着力破解民生难题,增强人民群众的获得感和安全感。同时,创新和拓宽人民群众参与城市建设的方式和途径,直正共治共管、共建共享。

建设好人民城市,归根结底是要让人民群众共享城市发展和建设成果。让群众过上好日子,是我们一切工作的出发点和落脚点。习近平总书记强调,检验我们一切工作的成效,最终都要看人民是否真正得到了实惠,人民权益是否真正得到了保障。因此,要顺应人民群众对高品质生活的期待,把宜居宜业作为城市建设的目标,把人民生命安全和身体健康作为城市发展的基础,持续推动在幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶等方面取得新成绩。

新时代新征程上,让我们不忘初心、牢记使命,全面践行人民城市理念,努力交出城市建设的更优异答卷,构筑更多宜业宜居的人民之城、幸福之城,让人民群众生活更舒适、更美好。

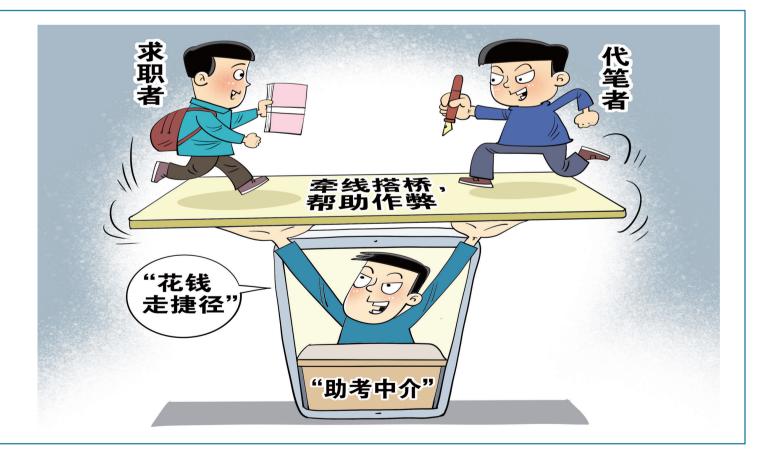
(原载于12月6日《光明日报》)

## "助考中介"乱象

当下正值就业招聘旺季,各地各类招聘考试密集举行。"新华视点"记者调查发现,在一些网络平台,有的"助考中介"以"考试援助"为名诱导求职者舞弊,以此牟利。这种乱象甚至蔓延到校内考试,由此催生了一条地下黑色产业链。

近年来,许多入职笔试由线 下改为线上,在灵活、便捷的同时,也给作弊者造成可乘之机。 记者调研发现,在一些网络平台,"助考中介"诱导求职者"花 钱走捷径"的情况屡见不鲜。

要允不好。 新华社发



### "教育经费投入首超六万亿元"带来信心与力量

李一陸

日前,教育部、国家统计局、财政部发布 2022年全国教育经费执行情况统计公告。公告显示,2022年全国教育经费总投入为61329.14亿元,首次超过6万亿元,比上年增长5.97%。国家财政性教育经费为48472.91亿元,比上年增长5.75%,占国内生产总值的比例为4.01%,做到了"一般不低于4%"。这也是国家财政性教育经费占国内生产总值比例连续11年超过4%。

教育高质量发展,离不开经费的投入与保障。为落实教育优先发展战略,党中央、国务院提出了"一个一般不低于、两个只增不减"的目标要求,即保证国家财政性教育经费支出占国内生产总值比例一般不低于4%,确保财政一般公共预算教育支出逐年只增不减,确保按在校学生人数平均

的一般公共预算教育支出逐年只增不减。 从经费统计情况来看,"一个一般不低于、 两个只增不减"的目标得到了落实。

过去10年,我国教育经费投入实现历史性增长。据统计,2012年,全国教育经费总投入为27695.97亿元,其中,国家财政性教育经费为22236.23亿元;2022年,前述两项数据均翻了一倍多,分别超过6万亿元和4.8万亿元。在经济社会发展规划上优先安排,在财政资金投入上优先保障,在公共资源配置上优先满足,教育经费投入历史性增长背后,是国家对教育事业的高度重视,是坚持把优先发展教育事业作为推动党和国家各项事业发展的重要先手棋的生动体现。

家各项事业发展的重要先于棋的生动体现。 经费是教育事业发展的基本保障,是办好 人民满意的教育、回应民众从"有学上"到"上 好学"的美好愿望的重要支撑。以学前教育为 例,近年来,各地把学前教育发展当作重大民 生工程重点推进,政府持续加大对学前教育的 投入力度,不断扩充普惠性学前教育资源,"入 园难""入园贵"问题得到显著改善。相关统计 显示,2022年,全国幼儿园生均一般公共预算 教育经费增长7.29%,远超平均增长率 2.44%。2022年,我国基础教育财政性教育经 费达3.2万亿元,学前教育生均一般公共预算 教育经费比2015年增长91%,远远超过义务教 育、普通高中的33%、53%。前不久,教育部等 联合印发的《关于实施新时代基础教育扩优提 质行动计划的意见》明确提出,到2027年,要 实现公办园在园幼儿占比力争达到60%以上 的目标,并首次明确公办园公用经费标准。相 信随着财政教育经费的政策引导和支撑作用

得到充分发挥和落地,公众对学前教育优质普惠的需求将得到更好满足。

党的二十大报告明确提出,坚持以人民为中心发展教育,加快建设高质量教育体系。具体到教育投入,不仅要落实"一个般不低于、两个只增不减"的目标要求,确保投入责任落实到位,而且要确保教入,经费获得规范高效的使用。不断优化投入方向,将更多资金用于保障和提高教师待遇,用于促进学校内涵建设,实现投入重点中央财政事权和支出责任、强化省级统筹力度,缩小区域教育投入差距,推动实现基础教育资源配置的区域公平,更好实现基础教育公共服务均等化。

(原载于12月7日《光明日报》)

江苏苏州丝绸博物馆对现存丝绸纹样进行数字化开发,打造可供全社会使用的"丝绸纹样资源库";浙江推出线上应用"浙里文化圈",集纳各类文博机构的2000多个线下展览,一年内"一键入馆预约"超过400万人次;由互联网企业打造的"文心大模型",通过学习文化资源数据,实现对《富春山居图》残卷的线上补全修复……不久前,文化和旅游部公布2023年文化和旅游数字化创新示范"十佳案例"和34个"优秀案例",生动展示了数字文旅助力中华优秀传统文化传承创新的重要作用。以数字化赋能文旅业高质量发展,趋势所向,潜力无限。

随着互联网、大数据、虚拟现实等新技术在文旅领域加速应用,数字化已成为很多文旅项目创新产品、优化体验的关键词,由"数字+文旅"催生的文旅项目在各地不断涌现。比如,在吉林长白山传奇飞行体验馆,穿云破雾、身临其境般的沉浸式体验给很多游客留下难忘回忆;在山东济宁曲阜尼山圣境,集合了无人机表演、光影水秀、烟火秀等元素的夜游主题活动,让游客感受中华文化的魅力。数字化创设了"诗和远方"新场景,给游客带来新鲜有趣的体验,形成文旅市场新的增长点,为恢复和扩大文旅消费注入新的动力。

文旅行业借助数字化赋能实现新发展,背后有消费升级趋势在起作用。人们对文旅服务品质要求越来越高,更期待通过多种方式体验旅游地的传统文化、风土

人情。与此同时,更多游客也愿意跟着演出去旅行、吃着 美食去旅行、奔着民宿去旅行。游客的需求类型不断扩展、需求层次不断提升,对文旅产品供给提出了更高要求。运用数字化技术丰富文旅产品服务供给,成为适应消费升级趋势、精准对接游客需求的有效方式,也是深化文旅业供给侧结构性改革的有力抓手。

以数字化赋能文旅业高质量发展,创新是根本动能。当前,新一代数字技术飞速发展,给文旅业带来全方位、多层次的改变,深刻影响了文旅信息获取、供应商选择、消费场景营造、支付方式以及社交分享等旅游全链条。推动文旅业发展迈上新台阶,必须在服务方式、消费模式和管理手段等方面不断推陈出新。在产品端,可以开发更多数字化体验产品,发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型文旅服务。在管理端,可以应用智能旅游公共服务、旅游市场治理"智慧大脑"等新技术新手段。坚持创新驱动,以数字化手段推动文旅融合发展,才能给游客带来新体验,更好激发文旅消费潜能。

以数字化賦能文旅业高质量发展,离不开政策支持。今年以来,文化和旅游部不仅印发了《国内旅游提升计划(2023~2025年)》,部署加快智慧旅游发展、推动科技赋能旅游,还公布了首批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点名单、20个沉浸式文旅新业态示范案例,体现出"有形之手"的主动作为。积极落实用地、财政、税收、金融、投资、人才等支持政策,才能推动文旅业更好运用数字化、网络化、智能化科技创新成果。

当前,我国文旅市场加速回暖,为数字文旅产业的发展创造了有利条件。更加敏锐地捕捉新需求新趋势,用好数字化这个帮手,推出更多符合消费者期待的精彩产品和服务,定能吸引更多人走出家门,拥抱"诗和远方"。

(原载于12月6日《人民日报》)

### 别忽视了美丽的代价

默达

从"美甲、染发、种睫毛"到如今的"超声炮、热玛吉、玻尿酸",医美行业的选择越来越丰富。然而,近日有媒体调查发现,部分医美机构在宣传时大肆贩卖"容貌焦虑",人为发明"初老"概念,鼓吹"抗衰越早越好",引诱年轻人盲目选择医美消费,引发激烈讨论。

医美技术的进步和行业的发展,迎合了当下许多年轻人渴望"变美"的需求。《中国医美行业2023年度洞悉报告》显示,受访的医美潜在消费人群平均年龄为28岁,其中30岁以下的占75%;25岁以下人群中,29%计划在2023年增加医美开支或尝试更多项目。年轻群体在容貌消费上的接受度更高,拥有自己的规划,也愿意多方面了解新事物并进行尝试,这无可厚非。然而,部分商家抓住年轻人的心理,将年龄与医美挂钩,无视医疗常识和个人情况,无底线推销产品,实则是一种不正当的市场竞争行为。

部分医美机构借助低价营销吸引人气,趁机推销高价产品和会员服务;或是依靠熟人进行推广,夸大使用效果,拉人头提业绩;甚至资助部分网络博主用"种草笔记""生活分享""直播推广"等手段贩卖焦虑,并充当中介的角色。脑子一热走入医美机构的年轻人,看似是"你情我愿",实则掉入了商家设置的层层陷阱。《医疗美容广告执法指南》中明确规定,医疗美容广告属于医疗广告,必须依法取得《医疗广告审查证明》,严格按照核准内容发布,且不应对诊疗的安全性、功效做保证性承诺。但仍然有机构钻监管的空子,绕过正规的宣传渠道,选择在口耳相传之间夸大疗效、躲避监管,在种种对比图、潜台词中制造所谓"信息差"。

世间有各种各样的美,但若盲目追求商家营造的"美丽幻想",势必要付出代价,或是时间与金钱,又或是潜在的安全风险。当下我国医美行业仍面临着良莠不齐的状况,无论是"开刀动针头"的手术医美,还是依靠设备药品的"轻医美"、光电美容,因操作不当、假货次品而导致的医疗纠纷乃至事故层出不穷,事后抱怨"没效果、花冤枉钱"的例子更是数不胜数。其中多数源于商家的虚假营销和夸大宣传,刻意隐瞒产品的风险;也不乏有顾客听信了所谓的"抗衰神话"后,主动要求所致。无论如何,向正值青春年华的年轻人贩卖容貌焦虑,甚至将手伸向校园,鼓吹经济尚未独立、思想也未成熟的学生群体过度消费,这样的歪风邪气应予以抵制。

对疯狂的医美宣传重拳出击,本质是要给过热的市场泼一盆"冷水"。医美并非洪水猛兽,关键是要运行在合适的轨道,为真正有需要的顾客提供精准服务。唯有去伪存真,呼唤更专业、更透明的市场环境,真正替消费者着想,方可实现长期的共赢。 (原载于12月8日《南方日报》)