

一以贯之支持民营经济发展壮大

——促进民营经济高质量发展

□ 李拯

一张清单的变化,意味深长。2015年,国务院印发《关于实行市场准入负面清单制度的意见》,改革市场准入管理模式,各类经营主体可依法平等进入清单之外的领域。经过试点,2018年我国全面实施市场准入负面清单制度。此后,负面清单持续“瘦身”,禁止许可事项压减约23%。国家发展改革委近期表示,将尽快修订出台新版市场准入负面清单,进一步破除市场准入障碍。

不断“瘦身”的负面清单,照见坚持和落实“两个毫不动摇”的体制机制不断完善,彰显党和国家一以贯之支持民营经济高质量发展。在近日召开的民营企业座谈会上,习近平总书记强调:“党和国家对民营经济发展的基本方针政策,已经纳入中国特色社会主义制度体系,将一以贯之坚持和落实,不能变,也不会变。”这一宣示,重申了党和国家支持民营经济发展壮大的鲜明立场,为推动民营经济高质量发展凝聚起广泛共识、树立起稳

定预期。2018年,社会上有的人发表了一些否定、怀疑民营经济的言论,一些民营企业在经营发展中遇到困难和问题。2018年11月,习近平总书记亲自提议并主持召开民营企业座谈会,体现了对民营企业始终如一的高度重视、关心、支持。“民营企业和民营企业是我们自己人”的温暖话语直抵人心,起到了正本清源的作用。

2020年,新冠疫情防控期间,民营经济发展受到不小冲击。从数万亿规模的减税降费,到多措并举降低用地用工成本,一系列纾困惠企政策帮助广大民营企业渡过难关。真金白银的投入,紧要关头的托举,风雨来袭时的雪中送炭,生动诠释着何谓“不能变,也不会变”。

一些地方出现的乱收费、乱罚款、乱检查、乱查封以及违规异地执法和趋利性执法等问题,严重损害民营企业合法权益,引发关注。对此,中央经济工作会议明确提出,

“开展规范涉企执法专项行动”。对违规异地执法和趋利性执法行为亮剑,不仅是对法治权威的捍卫,更是对民营企业产权和企业合法权益的有力维护。

近年来,促进民营经济发展的制度体系日益完善。在立法层面,民营经济促进法草案已提请全国人大常委会二次审议,将为民营经济发展构建法治保障框架;在治理层面,国家发展改革委成立民营经济发展局,更好发挥统筹协调、综合施策功能,协调解决民营经济发展中遇到的重大问题,营造鼓励支持民营经济发展的良好环境。

新时代以来,我国民营经济规模实力、创新水平、国际竞争力持续提升。数据最直观,也最有说服力。2012年以来,登记注册的民营企业占全国企业总量由79.4%提高至92%以上,个体工商户由4000余万户增至1.25亿户以上,入围世界500强的民营企业大幅增加。有更健全的制度保障,更有给力的政策支持,有更公平的发展机遇,民营

经济已经形成相当的规模、占有重要的分量,前景广阔、大有可为。

诚然,当前民营经济发展面临一些困难和挑战,但总体上是在改革发展、产业转型升级过程中出现的,是局部的而不是整体的,是暂时的而不是长期的,是能够克服的而不是无解的。越是面对困难和挑战,越要坚持和落实“两个毫不动摇”,扎扎实实落实促进民营经济发展的政策措施,为我国民营经济发展创造更多机遇、打开更大空间。

上海发布优化营商环境8.0版行动方案,安徽提出今年要新增培育科技型中小企业3000家以上,甘肃开发建成全国法院首个营商环境信息平台……新春伊始,全国各地纷纷出台“硬核”举措,护航民营经济发展。统一思想、坚定信心,把党中央的决策部署不折不扣落到实处,就一定能为民营经济高质量发展创造更好环境,注入更强劲动力。

来源:《人民日报》

农业品牌是乡村特色产业水平的重要标志。近日,中共中央、国务院公开发布《关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》,提出“实施农业品牌精品培育计划”,进一步明确了未来农业品牌建设的方向和重点。

截至2024年底,全国已组织开展三批农业品牌精品培育计划,培育计划品牌总数达到226个,涵盖粮油、果品、畜禽、蔬菜等多个类别,五常大米、洛川苹果、潜江龙虾、章丘大葱等一批特色鲜明、质量过硬、信誉可靠、竞争力强的农业品牌精品深入人心,带动了乡村产业发展,促进了农民持续增收。不过也要看到,我国农业品牌多而不精、大而不强等问题仍然突出,品牌竞争力、影响力、带动力都有不小的提升空间。

以精品品牌培育为引领,以区域公用品牌为主抓手,以核心涉农企业和产品品牌为基础支撑,推动农业品牌由小、散、弱向大、精、强转变,将带动提升乡村特色产业水平。在农业品牌培育过程中,农产品品质、营销能力和制度环境构成了农业品牌培育的核心要素。绿色优质农产品是农业品牌的生命线,高效营销是农业品牌的放大器,良好的制度环境则是确保农业品牌价值实现的催化剂。

筑牢农业品牌培育基础。农产品品质是农业品牌培育的物质基础。要坚持市场导向、质量导向,把安全、优质、绿色作为农产品品质提升的基本要求,充分挖掘乡村“土特产”资源,加强农产品精深加工和食品细加工,做足做活“粮头食尾”“畜头肉尾”“农头工尾”文章,提升农业全产业链水平,增强产品附加值。农耕文化是农业品牌培育的精髓灵魂,要充分挖掘农业多元功能,使农业品牌业态更多元、形态更高级。结合区域资源优势、历史人文特征和特色产业,挖掘品牌文化、讲好品牌故事,以故事沉淀品牌精神、树立品牌形象。农民合作社、农业企业、家庭农场等新型农业经营主体是农业品牌培育的中坚力量。要引导新型农业经营主体树立品牌意识,积极创建产品和服务品牌,提升农产品价值和售后服务,提升品牌规划、运营服务、营销推广、监管保护等能力。鼓励扶持一批农业产业化龙头企业坚定走“品牌强农”道路,发挥引领带动作用。

提升农业品牌营销能力。营销能力是农业品牌培育的核心引擎,能够将农产品价值有效转化为市场认知,从而实现从“田间优势”到“消费认同”的价值跃迁。要坚持需求导向,丰富营销场景,创新营销方式、拓展营销渠道,推动传统营销与现代营销相融合。充分发挥农业展会、产销对接会、产品发布会等传统营销平台作用,创新打造消费体验馆、电商直播基地等沉浸式、体验式、互动式营销场景。借助大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术,发展农业农村电子商务新业态,增强数字化营销能力,拓宽品牌流通渠道。加大海外营销力度,鼓励农业企业参加国际知名农业展会,提升农业品牌影响力和溢价能力。借力共建“一带一路”等契机,强化与国际农产品贸易合作平台的交流,推动农业品牌国际合作。

品牌管理制度是农业品牌培育的长效保障。要坚持以品牌可持续发展为导向,探索构建“标准—监管—激励”三位一体的品牌管理制度体系,推动形成政府引导、市场主导、多元主体参与的农业品牌治理格局,为农业品牌培育提供长效制度保障。加快农业品牌标准化建设,推动农业品牌国家标准和行业标准研究制定,建立完善农产品区域公用品牌建设评价标准和管理规范。完善农业品牌目录管理制度,建立品牌定期审核与退出机制。强化农产品质量安全追溯和标准化生产管理流程,建立农业品牌认证体系,同时加快完善农业品牌保护协作机制,严厉打击冒牌侵权等假冒和不正当竞争行为。探索建立品牌激励机制,推动项目资金向品牌主体倾斜,引导金融机构优化信贷条件,支持农业品牌精品培育。

来源:《光明日报》

品牌强农大有可为

□ 仇焕广

以匠心品质赢得消费者

□ 常晋

营业3天,客流量达177.5万人次;日销售额最高过亿元,消费热度惊人。春节假期,位于河南许昌的胖东来商超再次“出圈”,外地游客纷至沓来,被网友称为“不挂牌的5A级景区”。

小城商超何以跃升为“文旅地标”?在“大力提振消费”的背景下,它又带来怎样的启示?带着好奇,笔者走进胖东来产业物流园。

胖东来产品价格不算便宜,却能吸引众多外地消费者前来购物。有顾客坦言:“看重的是质量,在这儿买放心。”一句活话道出消费升级趋势中消费者的诉求。胖东来自设食品检测中心,配备农残检测仪、酶标仪等50多种设备,随处可见环境检测、原材料检测计划表,车间工人身着全套防护服。优质低价,质量为先,这是企业的重要经营理念,也是赢得顾客信任的关键。不满足“底线”,而是追求“高线”,这样的企业才能收获好口碑。

建设综合性的自有产业园,耗资不菲,为何还要干?

看得见的是产业园,看不见的是产业链。中央厨房建设熟食、烘焙、豆制品等5类自动生产线,可生产180种单品,形成供应链“自给能力”。物流中心构建起完善的仓储集散系统,形成及时稳定配送的“保障能力”。企业积极向产业链上下游布局,左右岸延伸,筑牢产品质量“压舱石”,打造降本增效“新引擎”。今天,市场竞争已经从产品竞争迈入产业链供应链竞争的新阶段。哪家企业能够不断优化供应链,哪家企业势必拥有更低成本、更可控的品质,也就更容易在市场中脱颖而出。

优秀的企业尊重市场、尊重消费者,也尊重员工。漫步园区,企业对员工的尊重和关怀令人印象深刻。比如,工作时长不规定下限,只规定上限;车间内设临时休息区、车间外设专门休息厅,要求每工作2小时必须离岗休息20分钟;阅览室不摆放“成功学”书籍,多是文艺类、哲学类图书。

尊重人的劳动,才能激发人的创造。在胖东来,具体制度由员工讨论制定,创新设计以员工姓名命名。当个人价值得到充分认可,创意的生发、产能的提高,便如同一汪汪活水,滔滔不绝、持续涌流。

通过“解剖麻雀”可见,影响企业竞争力的更关键因素,乃是对品质的坚守、对产业链的重视、对人的尊重。小米汽车之所以受到消费者青睐,答案正在于“找最优秀的供应商”“保证最好的质量”。海底捞的相关负责人也坦言,企业“最美的资产是人与人之间的关系”,“要让大家在工作中找到价值感”。把对人的价值的追寻、产品品质的坚守,体现在每一个工作细节中,并为之长期付出,这样的企业才能赢得消费者。

如今,消费呈现“下沉”与“升级”并行的趋势,从大城市到县域,都蕴含着广阔市场机遇。无论何时何地,要想在市场竞争中抢占先机,企业都必须沉下心来吸引人才、打磨品质。毕竟,没有从天而降的“流量神话”,只有厚积薄发的长期主义。

来源:《人民日报》

给基层干部学AI点个赞

□ 钟超

近日,一则新闻引发热议——广西宾阳县委书记在该县的一次公务会议上,给参会人员提出要求:每个人至少要装两个人工智能软件,第一个是DeepSeek(深度求索),第二个是豆包。“如果你的能力强点,你就多学点,但是至少要会两个。”

有意思的是,也是这几天,浙江义乌老板娘利用DeepSeek卖空小商品的新闻,冲上社交媒体热搜榜。只会讲中文的老板娘,通过“AI数字人”技术,立马化身能讲36国语言的“数字老板娘”,在赛博空间里流利地推销自家商品。而且,在智能软件的加持下,老板娘只要在镜头前说“123”,系统就会自动生成产品介绍和文案。

这两则新闻看似不太相关,实际上暗合内在逻辑。当义乌老板娘都已经开始变身“数字达人”,熟练地利用人工智能来做生意,负有治理之责的基层干部又怎能自外于汹涌的人工智能浪潮?从这个视角看,引导当地基层干部拓宽视野,主动拥抱技术变革的应时之举,是一种自我督促、自我鞭策,值得点赞。

在数字化浪潮下,AI已发展成一种强大的智能工具。基层干部承担着服务群众的具体职责,善于学习和运用AI这个工具,能改善公共服务质量,增强群众的获得感、幸福感。例如,在城市治理中,AI可以通过数据分析,精准预测交通拥堵,提前规划疏导方案;在司法审判中,AI可以智能识别提取犯罪事实和量刑情节,自动推送关联法条和类案,并依据历史量刑数据推荐量刑,辅

别让网瘾老人成家人心病



最近,许多网友在社交平台上的“网瘾老人”话题中认领起“同款爸妈”:有的沉迷“赚金币”,上网8小时赚回2元钱;有的茶饭不思,刷短视频、看微短剧、听小说直至深夜;还有的不信儿女信主播,跟风下单各种劣质保健品;等等。老年人长时间沉迷网络,除易造成经济损失外,还容易引发或加重健康问题。如今,置身于数字化社会,老年人融入互联网是大势所趋。而面对层出不穷的诱导式网络消费、网络诈骗等,老年人往往很容易“拿捏”。对此,相关部门应强化监管力度,对恶意诱导行为进行坚决打击。平台应对面向老年群体的健康类信息加强审核,不过度向老年人推送同一类型内容。此外,还应大力倡导家庭观念,鼓励子女尽可能增加对老年人的陪伴,提高他们的存在感和幸福感。

来源:《经济日报》

超两千万新设经营主体传递信心活力

□ 叶前 吴涛

2024年,我国经营主体数量近2亿户,新设经营主体超2000万户。数以千万计的新设经营主体成长发展,传递出中国经济的希望和信心。

信心来自量的增长。最新数据显示,2024年前三季度,我国新设企业662.2万户,新设个体工商户1402.4万户,新设农民专业合作社5万户,多种经营主体均呈现稳定增长势头。每家新设经营主体都是投资者对经济发展投出的“信任票”,体现出市场预期持续改善,投资信

心逐步增强。

信心来自质的提升。2024年前三季度我国新设企业中,“四新”经济领域企业超过239万户,约占新设企业总量四成。这些高新技术企业,是新旧动能转换的力量支撑,也是新质生产力培育发展的微观基础。特别是近期以来,人工智能等新技术新产业蓬勃发展的新业态新模式加速涌现,经营主体“新”意勃发,为经济发展带来更多生机活力。

信心来自营商环境持续厚植。良好的

营商环境是企业创业兴业的“空气”和“土壤”。当前,从中央层面的民营企业座谈会,到多个省份的新春第一会、各部门的相关部署举措,传递出为企业打造更好发展环境的鲜明信号。各方期待,营商环境之“优”将进一步促进经营主体之“活”,形成百舸争流、千帆竞发的积极态势。

信心来自民营经济蓬勃发展。民营经济不断发展壮大,为高质量发展注入源源不断的力量,助力中国经济继续奔腾向前。

来源:新华社

“抢吒儿”还需练内功

□ 梁睿

借名IP顺势宣传无可厚非,但如何借势讲好文旅故事,背后却大有文章。与其执着于“争个名分”,不如好好下功夫培养自身核心竞争力,练好内功。

影片《哪吒之魔童闹海》票房继续突破,热度也在持续蔓延。哪吒这个经典IP再度爆红,各地“抢吒儿”大战如火如荼。从四川宜宾到天津陈塘庄,从河南南阳到安徽固镇,各地纷纷拿出古籍记载、民间传说、遗址遗迹等“证据”,试图将这位神话人物纳入本地文化版图,哪吒到底是何方人士?让人看得眼花缭乱。

其实,“哪吒闹海”系民间传说,哪吒也是个虚构人物,虽有原型,但其来源十分复杂,从无从定论。随着影片热映,不少城市争夺哪吒“户籍”,这场“抢人大战”的背后,更多是各地文旅的一种宣传方式,希望借助哪吒出圈效应,为地方文旅产业带来经济效益。借名IP顺势宣传无可厚非,但如何借势讲好文旅故事,背后却大有文章。与其执着于“争个名分”,不如好好下功夫培养自身核心竞争力,练好内功。

《哪吒之魔童闹海》之所以广受欢迎,一大核心因素就是传统文化和现代科技的完美融合。在传统文化方面,该片通过“文物拟人化”等形式,让海内外观众得以了解很多中华文瑰瑰宝。在现代科技方面,该片以《山海经》《封神演义》中的神话元素为蓝本,通过3D建模、粒子特效和动态捕捉技术,构建了一个兼具古典意境与未来感的奇幻世界。这种技术上的革新,不仅让影片在视觉上达到了国际一流水平,更推动了国产动漫工业化进程。正是这种完美融合带给观众全新体验,市场也给予了丰厚回报。

对于地方文旅产业而言,文旅光靠“攀亲认故”是远远不够的,更需要深度挖掘自身优势,打造核心竞争力。这方面的成功例子数不胜数,比如陕西西安通过对历史文化资源的系统性开发,打造出“大唐不夜城”等知名文旅品牌;浙江乌镇通过保护与开发相结合,将古镇文化转化为独特的旅游体验。这些成功案例表明,文旅产业高质量发展需要深耕本地文化资源,做出与众不同、不可替代的特色。

在各地文旅产业你追我赶的当下,服务方面的提升同样不可或缺。文旅产业的价值在于满足人们对精神文化和休闲娱乐的追求,而优质的服务则是实现这一目标的桥梁。文旅服务是一种高品质、多层次的体验营造。服务的好坏,直接影响游客心情和城市口碑。今年1月份,哈尔滨天气寒冷,游客手机掉电快,针对这一痛点,当地一群身穿“红马甲”的工作人员背着移动电源,为游客就近提供免费充电服务,赢得了游客口碑。城市应有温度、有人情味的优质服务陪伴游客,游客也必定会以好评和赞誉回应城市。

文旅产业的发展,不能光寄希望于某个文化IP的争奇斗艳,只有深耕文化内涵,提升服务品质,培育创新能力,才能实现文旅产业可持续发展。各地应该摒弃浮躁心态,以更长远的眼光谋划,更有力的举措推动文旅产业发展,使其成为推动区域经济高质量发展的持久动力。

来源:《经济日报》

助法官作出精准高效的判决,大大减少司法工作人员的工作量……在城市管理、基层治理、灾害防控、气象预测、公共安全等各个领域,AI几乎都能提供“最强大脑”的智慧助力。

对基层干部自身而言,学会运用AI,也可以减少重复劳动,提高工作效率,让他们将有限的精力聚焦到更有价值的工作上。今年年初,在广东深圳,70名基于DeepSeek开发的AI数字员工已率先上岗。说是数字员工,实际上是一种量身定制的个性化智能体。它们在具体的业务场景中,承担重复性的工作,如生成裁判文书、批量处理文书、写周报日报等,这为化解基层干部“填表的烦恼”“写材料的苦楚”,帮助他们从繁杂的事务中解脱出来,实实在在为基层减负,也提供了一个新思路。

来源:《光明日报》