

树立和践行正确政绩观

查摆问题不应追求「高情商」

刘晓庆

查摆问题向来是我们党祛病疗伤的“手术刀”，讲究的是锐利与精准。所谓“高情商”模板，无异于给这把“手术刀”套上了刀鞘、裹上了棉布。

近来，一股“高情商”的风吹到了查摆问题中。

在全党开展树立和践行正确政绩观学习教育如火如荼的当下，广大党员干部正积极查摆问题、提交问题清单，为后续的整治整改定下基调。既查摆自己的问题，也查摆所在党组织的问题，既自我剖析，又互相提醒甚至互相批评，正是防止政绩观出现偏差的重要“法宝”。

然而社交媒体上却涌现了诸多“高情商经验帖”，“不给自己挖坑的查摆问题”“不得罪人的批评意见”等内容，动辄收获近万点赞、收藏，“体制内恰到好处自我批评”话题还曾登上某平台热搜。现实中，一些党员干部也渐渐习惯于在查摆问题前，上网搜索、套用各种“高情商模板”“自我批评术语”，不比谁的问题找得更准，转而比谁的措辞更为“艺术”。

何谓“高情商”？究其表现，大抵有这么两种：一是对自己的剖析“无伤大雅”。比如，理论学习虽有进步，但根基仍不够坚实；工作虽有成效，但进度还有待提升……既摆出了认真反思的端正态度，又不触及背后真正的“根子”和“硬伤”，堪称“高情商典范”。二是对他人的批评“明贬实夸”。比如，“他这个人最大的问题就是工作过于拼命，连身体都顾不上”“因为太想做一件事，所以有时稍显急躁”……看起来是批评，实际上不仅没让别人出汗，还让别人心里暖洋洋。

查摆问题“手下留情”的现象，其实反映了很多人的顾虑心理：怕认真剖析自己反而在领导心中留下“案底”，怕认真批评他人最终伤了同事和气。这种顾虑是人之常情，可以理解，但不应走向“高情商”包装下的另一个极端。习近平总书记在《之江新语》中指出，“不要引导领导干部当所谓的‘满票干部’”，传递的正是“人无完人”、问题普遍存在的客观规律。与此同时，严肃认真的批评和自我批评也是共产党人必备的政治品格，它支撑着个人从“新苗”长成“大树”，也支撑着我们党穿过百年风雨。它的作用，我们须正视并重视。

要知道，查摆问题向来是我们党祛病疗伤的“手术刀”，讲究的是锐利与精准。所谓的“高情商”模板，无异于给这把“手术刀”套上了刀鞘、裹上了棉布。再用它来“动手术”，不但切不开病灶，还会磨钝刀锋。

更要看到，追求“高情商”批评的行为也折射出一些人的政绩观走上了“岔路”。政绩观的异化，往往始于对问题的“钝感”。当一个人批评自己总是点到即止、不敢“挖坑”，批评他人又不动真格、不伤情面，习惯于模式化的套话、空话、漂亮话来应付问题查摆时，恰恰说明他把“不出错”“过得去”“不被挑剔”等心态奉为主臬。这种心态，说到底就是一种“精致的利己主义”，本身就背离了正确的政绩观：出于私心，而非立党为公；浮于表面，不愿真抓实干。政绩观既已出现偏差，却还继续“应付”“纠错”的“良药”，继续放任，只会陷入“一错再错”的循环。

真正的有效监督，不需要“高情商”的滤镜，需要的是“原相机”般的真实。无论何时，我们党保持肌体健康的锐利武器，都不应异化为一团和气的“夸夸大会”，不该演变为一门“不得罪人的艺术”。

来源：《浙江日报》

让“中国购”成为认识中国的一扇窗

马彪 沙叶舟

近期，意大利米兰一家酒店的前台小哥，因为爱上了某中国品牌酥心糖，特意托中国游客“下次再带些”。这一新闻引发热议。一块小糖果，本是寻常商品，却在异国他乡成了传递善意、增进交流的象征性符号。

相比文明交流的宏大叙事，类似融入消费行为中的文化交流方式显得更接地气。人们也许会对抽象概念保持距离，却很难拒绝优质的商品和服务体验。例如，外国游客买下一盒中式糖果，带走的不仅是舌尖上的新鲜感，更可能是对中国传统文化的第一印象；又如，穿上一身汉服，走进一间茶馆，挑选一件非遗文创，实际上是在接触中国人的审美趣味、社交礼仪和情感表达。正因为可感知、可体验、可分享，消费逐渐成为外界认识中国、理解中国的一扇窗。

国家统计局数据显示，2025年全国入境

外国游客达3517万人次，同比增长30.5%；商务部统计数据显示，2025年旅行服务出口规模达3939.8亿元，同比增长49.5%，是2019年的1.6倍。数字增长的背后，不只是市场热度的提升，更反映出中国正以可亲可感、多元丰富的方式吸引八方来客。越来越多外国消费者在“买”与“逛”的过程中重新认识中国，在“吃住行游购娱”等活动中形成了对中国形象的感性认知。从这个意义来看，消费行为超越了单纯的交易活动，成为观察中国、读懂中国的重要入口。

值得关注的是，当前入境消费的重心正从“买点特产”转向“体验生活”。过去，一些外国游客来华旅游侧重于景点打卡；现在看来，他们对中国城市的烟火气更感兴趣，也更愿意到历史街区看城市肌理，在博物馆里领略中华文明，在地方美食、非遗技艺和节庆民俗中体会中国式生活。数据显

示，我国四五线城市入境游规模年均增速高达134%。这说明，消费中的文化交流，正在从少数门户城市延展到类似京津冀城市圈的城乡腹地之中。例如，古北水镇京味演出、双街古镇夜市、正定小商品市场的生活气息，都给外国游客带来深刻印象。一个国家的形象，也正是在这些有烟火气、乡土味、文化感的消费体验中变得更加立体、鲜活。

说到底，真正能让人记住的，还是有辨识度的文化内容。这就要求各地在扩大入境消费时，不能仅仅停留在“卖商品”层面，而要善于把地方资源转化为可体验、传播、回味的消费产品。例如，华南农业大学的“华农蓝莓”、首都经济贸易大学的“经贸饼”已成为来访外籍学者、学生口耳相传的特色美食，承载了他们来中国求学交流的美好回忆。把传统工艺做成现代文创，从地方

美食中讲出文化故事，把美食、美景、美事串联成完整的体验链条，让外国消费者既买到，也看得懂、感受得到，这不仅是激发消费活力的重要方式，也是文化传播的一条路径。

一个国家的吸引力，既来自现代化的基础设施，也来自寻常生活中的人情味。由此看来，谁能把便利条件、服务品质和文化特色结合得更好，谁就更能国际交往中赢得认同、赢得口碑。

消费是外壳，文化是内核。消费的价值，不只在拉动增长、激活市场，更在于为不同文明搭建柔软而持久的桥梁。让外国朋友通过一颗糖果记住甜蜜之行，通过一件好物感受中国制造的匠心独运，通过一次便捷的购物支付读懂中国社会的进步与友善……这样的方式或许并不宏大，却最能触达人心、引发共鸣。来源：《光明日报》

青年人缘何热衷于情绪消费

朱迪

据报道，今年“春假+清明小长假”，亲子游、周边游、长线游人次全面增长，成为春季首个旅游高峰期。某旅行服务平台数据显示，主题乐园、文博景区、动物园等场所预订热度环比涨超120%，其中，露营体验与汉服旅拍尤其受欢迎。数字增长的背后，折射出一种消费新形态，即青年人越来越愿意为情绪价值买单，通过产品消费获得独特情感体验。

中国社科院社会学所相关报告显示，“反向旅游”越来越流行，年轻人追求小众、个性化、高性价比的旅行体验，以放松心情、获得情感共鸣。当前，青年群体正主动剥离过度的消费符号，进而自主定义消费的意义。与此同时，青年对传统文化的认同感持续增强，国潮消费成为重要的情绪消费类型，非遗文创、汉服旅拍、国产动漫游戏、新中式养生等备受青睐，相关产业以创新产品为载体，让青年在日常消费中加深对传统文化的认同与热爱。

青年情绪消费的兴起，是多重因素共同作用的结果。良好的成长环境赋予了青年更强的主体性，他们在消费中更关注自我感受。数字新媒体的发展进一步提升了青年的话语权与能动性，借助社交媒体与兴趣社群，他们成为文化、商品的共同创作者，其品位与选择能够快速形成一定社会影响。随着我国国力不断增强，青年的文化自信与自豪感持续提升，这成为驱动国潮消费的核心动力，不断引导青年在中华文化中寻找更深层的情感慰藉与精神共鸣。

当然，也应看到，情绪消费在提振消费、推动经济高质量发展的同时，也可能产生过度消费、冲动消费等问题，如何让青年情绪消费更好发展起来，更高效地服务于经济社会发展与社会进步？不妨从以下几个方面入手。

鼓励业态创新、培育经济新动能，推动情绪消费提质升级。打造沉浸式、产业融合型消费新业态，深度融合传统文化元素，创新产品与服务供给，助力制造业和文化产业转型升级。例如，江西景德镇陶溪川、浙江温州青灯等文创市集，创业者大多为90后，他们以传统文化为灵感制作文创产品，让市集也成了文旅消费热点。这些实践表明，青年不仅是情绪消费的参与者，更是文化创新的供给者。应加大对青年创业就业的扶持力度，鼓励青年投身文化创新与经济发展，让消费活力转化为发展动力。

完善社区和公共服务等社会支持体系，为青年成长、消费提供坚实保障。大力发展本地消费，提供贴合青年需求的生活社交、学习培训、娱乐休闲等本地化服务，引导青年在火热的社会实践中不断调节自我情绪、追寻人生价值。同时，也应进一步丰富公共文化服务供给，推动优质文化资源下沉基层，满足青年高质量精神文化需求。

当然，树立健康的消费观念，营造良好的市场消费环境也十分必要。可探索发挥主流舆论引导作用，倡导适度、理性、绿色消费，帮助青年树立正确消费观。同时强化市场监管，完善行业规范，打击虚假营销、过度营销、诱导消费等不良行为，从观念引导与环境治理两方面入手，培育积极健康的消费文化。

从情绪消费的蓬勃发展中可以看到，青年群体逐步实现了从“要我消费”到“为我消费”的转变，他们对消费的追求也倾向于更高层次的精神满足。这种自主自信的消费观，展现了新时代青年的精神风貌。应通过合理引导与支持，充分释放青年的创新创造活力，为他们人生出彩搭建广阔舞台。

来源：《光明日报》



扩围二次号码 焕新服务

“你名下贷款逾期2300天”“尽早处理避免风险升级”……近期，有用户反映，自己新办的号码，却频频遭遇催债、垃圾信息骚扰等问题，一些用户在注册互联网应用时发现号码已被占用。这一情况主要是由手机号“二次放号”导致，去年以来，工业和信息化部推动“二次号码焕新”服务，应用解绑难题得到一定程度缓解，但前任机主遗留的催债、营销等骚扰信息“轰炸”仍无法根除。进一步降低二次放号对用户的负面影响，应扩大焕新服务应用范围，推动更多互联网平台接入解绑平台。运营商应在分配号码时以显著方式告知新用户该号码是否属于二次号码。新用户可通过焕新服务申请解绑，如遇违法催收或骚扰，可向相关部门投诉举报。来源：《经济日报》

张雪“泼冷水”是人间清醒

王彬

近日，张雪在接受央视《面对面》专访时坦言：“在下一场比赛之前，可能会给观众泼一盆冷水，告诉大家胜败是常事，不可能常胜。有可能会出机械故障、摔车，也可能发挥不好，甚至没有积分。当然从内心来说，希望获得更好的积分，登上领奖台，夺得冠军。”

其实，张雪说出的，正是许多人心中的隐忧。自从雪车夺冠以来，不少理性网友就表示：对于张雪，要敬佩他不易的来时路，珍惜他、呵护他，别搞“造神”运动，别玩捧杀完了又棒杀那一套，这种疯狂的摇摆和恶性的循环，不是一个理性社会该有的态度。而如今，张雪这段话并非被回应舆论，而是主动给未来可能沸腾的情绪、失控的期待浇上一瓢凉水，为社会打了一剂预防针。这，正是“人间清醒”。

张雪的“泼冷水”，是在提醒我们，不要让那些在一线拼搏的奋斗者，流血流汗

又流泪。只要全力以赴努力过，就值得尊重与喝彩。至于结果，不妨看淡一些。我们不能“唯结果论”，不能因为结果不如人意就把道德枷锁强加于人，更不能用一时的成败去丈量一个人的全部价值。张雪就是张雪，他不必沦为公众情绪的“发泄工具”，也不该被舆论“牵着鼻子走”。

当下社会，有些人似乎越来越沉迷于“成功叙事”，只要爽感，只要结果，却难以容忍任何挫折和失败。可真实世界哪有常胜将军？就拿摩托车竞赛来说，机械故障、摔车、选手状态起伏，都会让竞技充满不确定性，而这正是竞技魅力所在。社会需要包容，需要给予奋斗者容错的空间、失败的机会，不能让“试错”变成一种奢侈品。如果每一次跌倒都要被打在耻辱柱上，那还有谁敢奋力向前？如果社会被这种内耗和撕裂裹挟，又有谁能轻装上阵？

张雪的这一剂预防针，很有现实必要

性。因为捧杀与棒杀交织，最不缺前车之鉴。刘翔、李宁、孙杨，都曾在赛场的落寞时刻，背负过不该承受的骂名，他们此前的成就仿佛被“一键清零”。那些辱骂与撕裂，也给社会留下了深深的创伤。

人活一世，当保持“战略耐心”。相比于成败，我们更应该看到张雪的闪光点以及他之于社会的价值，比如长期主义、百折不挠坚持做难而正确的事的追求，不躺平、积极进取的态度。这些品质，要肯定，要呵护，才能让更多“张雪”接连涌现。

张雪的这一盆“冷水”，不仅要浇醒狂热的看客，更当成为一面镜子，照出我们这个时代对待奋斗者的真实态度。一个社会的成熟，从来不体现在它能如何热烈地为成功欢呼，而在于它能否在失败来临时，依然给予奋斗者体面的尊重与温暖的拥抱，无论未来比赛结果如何，都不要吝惜我们的掌声。来源：《浙江日报》

别让功利主义毁掉中国足球的未来

肖世尧 王浩宇 李春宇

近日，2026年第五届中国青少年足球联赛北京赛区男子U10组爆出严重假比赛事件。通报显示，东城体校16橙队与踢球者兰队在比赛中心照不宣互射乌龙，门将故意放水，行径荒唐。

消息一出，舆论哗然。不到十岁的孩子，为何要把球往自家门里踢？真相并不复杂，却足够刺眼：两队赛前均已提前出线，根据赛程，获胜一方将在淘汰赛中遭遇实力更强的对手。于是，双方教练竟不约而同选择了“主动输球”。更令人愤慨的是，现场的裁判员与比赛监督也未及时制止这种明显违背体育道德的行为，任由闹剧继续。不合理的赛制设计、形同虚设的现场监督、扭曲错位的体育价值观——三者交织，最

终酿成了这场本不该发生的闹剧。

青少年足球联赛，本该是孕育梦想的净土、涵养品行的课堂，如今却再次被“假球”丑闻玷污，令人痛心疾首。

一场假球，毁掉的远不止一场比赛，更是一群孩子的价值观。在孩子最需要塑造正确人生观价值观、培养规则意识的年纪，教练本该教会他们，无论输赢都要拼尽全力，无论成败都要堂堂正正；却反而为了一张看似光鲜的成绩单，教唆孩子钻规则的空子，将“赢即一切”的功利思维，深深植入孩子的成长轨迹。这不仅严重扭曲了孩子们对足球的热爱与认知，更透支了公众对青少年足球赛事的信任，动摇了中国足球赖以发展的根基——毕竟，当青少年赛场被功利污染，中国足球的未来便失去了最

纯粹的希望。

事发后，中国足协与北京市体育局迅速成立联合调查组，对涉事领队和教练员予以“禁足”处罚，反应不可谓不快，态度不可谓不坚决。严惩涉事方固然重要，但比治标更关键的是治本。2022年广东省运会男子足球乙A组决赛假球事件殷鉴不远。彼时，相关部门同样作出严厉处罚，可短短数年，类似丑闻再度上演，足以说明：单纯的个案处罚，不过是“按下葫芦浮起瓢”，难以从根本上遏制青少年赛场上的歪风邪气。唯有进行全方位、深层次的变革，才能彻底清除毒瘤。

首先，必须补齐青少年赛事监管与赛制设计的短板。青少年赛事的规格不及职业赛事，但体育公平的底线不能降低，监管的标准不能

放松。赛事组织者必须深刻警醒，科学设计赛程规则，堵塞投机漏洞，强化现场监管力度，让裁判员、比赛监督真正履行职责，对违规行为“零容忍”，用雷霆手段刹住歪风邪气，还青少年足球一片清朗赛场。

更重要的是，必须扭转部分从业者的错误观念——青少年足球的第一使命，从来不是急于出成绩，而是育人。体育竞技场就是人类社会，足球教给孩子的，从来不止是传球射门，更是规则意识、公平正义。正确的胜负观、体育观，是正确人生观的起点。如果孩子为了赢可以弄虚作假，他将来就可能为了利益放弃底线；如果孩子靠算计获得“好成绩”，他将来就可能靠投机走人生的捷径。

竞技体育，追求胜利本无可厚非，但应坚决反对“唯结果论”的畸形导向。守住底线，才有未来。足球从娃娃抓起，更要从良知抓起，让足球回归纯粹、回归热爱、回归成长——这是对每一个踢球的孩子负责，更是中国足球走出困境、迈向未来的正确出路。来源：新华社

“难治”缘何变“善治”

刘增顺

针对连片老旧小区，引入第三方物业公司统一管理，推出菜单式包年收费方案，服务涵盖垃圾清运、增设安防监控等，居民可按需下单；针对零散老旧小区，国企以微利润模式兜底管理，确保物业管理不留空白、不漏一户……河北省邢台市探索推行“共享管家”机制，为756个无物业老旧小区提供服务保障，以治理创新破解了民生难题。

“积极推进城市更新，加强老旧小区改造”，是习近平总书记提出的明确要求。改造老旧小区，既涉及硬件等基础设施的更新，也需要在治理和管理上革新、创新。当前，无物业老旧小区“没人管、管不好”的问题突出。邢台的探索，为我们更好解决类似问题提供了启示。

老旧小区规模小，独立管理成本高，物业公司一般不愿介入。秉持系统思维，将老旧小区按片区进行“打包”，化零为整，既提升了管理效率，也增加了企业收益，多难变多赢。今天，停车难、买菜难等不少社会治理难题之所以难解，往往是囿于惯性思维，困于物理“边界”。用系统思维整合分散资源、优化资源配置、汇集多方合力，才能让“难治”变“善治”。

人工智能、大数据、物联网等新技术广泛应用，为提升老旧小区物业服务效率、降低管理成本创造了可能。比如，依托智能摄像头，可以及时发现电瓶车进楼等安全隐患；借助智能系统，车辆管理也可以更加精细高效。以数字科技赋能城市更新、社会治理，既降本又增效。

建设现代化人民城市，老旧小区不是短板，而是潜力板。吉林长白山保护开发区管委会池北区，51个老旧小区曾经长期“脏乱差”，还存在“飞线”充电等突出安全隐患。当地国企主动担当，针对不同小区创新实行“红区、黄区、绿区”分级管理模式，精准施策、靶向治理，切实提升小区管理服务水平，让老旧小区迎来新生活，彰显了“城市不仅要有高度，更要有温度”的价值追求。

“人民城市人民建、人民城市为人民。”再困难的城市治理问题也能找到突围之道，关键在于以改革创新破题，以系统思维解题，以实干笃行答题，始终将人民的满意度作为衡量工作的最终标尺。秉持“有解思维”，把各项工作做得更细更扎实，我们定能不断开创人民城市建设新局面。来源：《人民日报》