以“紧日子”保障“好日子”

近日，党中央对《党政机关厉行节约反对浪费条例》（以下简称《条例》）作了修订。从经费管理到公务接待，从公务用车到会议活动，从办公用房到资源节约，细之又细、严之又严，进一步扎紧制度篱笆，进一步明确规范行事边界。如要求工作餐不得提供高档菜肴，不得提供香烟，不上酒；不得以建设党性教育培训机构名义变相建设楼堂馆所、变相搞旅游开发；会议活动现场布置应当简朴，工作会议一律不摆花草、不制作背景板……

贯彻落实好《条例》，就要以刚性约束坚决遏制铺张浪费之风、倡树厉行节约风尚。因为勤俭节约是传统美德，反对浪费是社会共识。

厉行节约、反对浪费，党政机关特别是中央和国家机关各部门，必须走在前、作表率。对各级领导机关和领导干部来说，节约与浪费之间的较量，实则是新风与歪风之间的斗争，更是检验政绩观的重要方面。党政机关带好头，树立正确政绩观，以身作则、以上率下，既要严禁搞劳民伤财的“形象工程”“政绩工程”，又要防止重大决策失误造成严重浪费。这能有效地挤压“四风”滋长的空间，也能以优良党风引领社风民风。

党和政府带头过紧日子，目的是为老百姓过好日子。这是我们党的宗旨和性质所决定的。《条例》中，“严格控制”“严格执行”“按照规定标准”“从严配备”等关键词，出现频率高、约束性强，传递出“过紧日子”应有的样子。当党政机关坚持从严从简、勤俭办一切事业时，降低公务活动成本所节省的费用怎么办？答案很明确，“腾出更多资金用于发展所需、民生所盼”。精打细算、严控支出不是不花钱，而是不乱花钱，把有限的资金用在刀刃上、关键处。集中财力办大事、办实事、办好事，持续改善群众生活，花得每一分钱更值。

“过紧日子”，关键还要“紧思想”。拧紧思想上的开关，才能规范好工作生活中的言行。党员干部须时刻牢记，无论国家发展到何种程度，无论人民生活改善到什么水平，艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能丢。无论纠治不正之风，还是持续崇俭戒奢，都不能有半点麻痹、松懈的念头，都不能有停一停、歇歇脚的想法。在深入贯彻中央八项规定精神学习教育持续走深走实之际，我们要以贯彻落实《条例》为契机，思想上再“紧一紧”、行动上再“快一步”。

厉行节约、反对浪费，人人可为、大有可为。党员干部要严于律己、锤炼作风，将艰苦奋斗、勤俭节约的理念内化于心、外化于行，共同推动这一良好风尚成为习惯、成为常态。 嘉佑

文旅发展要出实招做实事

古风装扮、策马雪原、东北话混搭英语……近年来，为了推动文旅产业发展，多地文旅部门加大宣传推广力度，不少地方文旅干部出镜拍摄视频“花式”介绍当地文旅资源，给地方带来不少流量。

与此同时，也有一些地方追求流量心切，文旅宣传出现了偏离正轨的苗头。有的地区为博眼球，刻意扮丑搞怪，内容有明显低俗倾向；有的地区盲目跟风，生搬硬套“网红套路”，导致宣传同质化严重；还有个别景区为制造话题，故意炒作争议性内容，引发关注。

地方干部参与文旅宣传，是主动作为的表现。然而，部分地区出现唯流量倾向，甚至将文旅宣传流量数据视为干部的工作业绩，将个人流量等同于工作作为，这是一种错位的政绩观。要知道，旅游宣介视频是让观众看见一方水土的魅力，而不能异化为个人秀场，展现“辣眼睛”的表演和尴尬的宣传。

流量不等于正能量，更不等于有工作业绩。必须清醒认识到，宣传是有底线和边界的，边界一旦被突破，很容易适得其反。方法不当的“积极作为”，反而会消耗公众信任，用力过猛、方向走偏的宣传方式不仅难以持续，更可能损害地方形象。

关注度不等于美誉度。想打破“酒香也怕巷子深”的尝试可以理解，但追求一夜之间打开地方知名度，醉心于炮制爆款，却忽视了长远规划和美誉度打造，无异于缘木求鱼。如果没有对文化价值的认同，没有对旅游产品的赞誉，所有的变现都无从谈起。

没有良好的资源禀赋，接不住泼天的流量；没有精细化的服务，带不来也留不住游客。文旅业发展，要着眼主要矛盾，多出实招而非怪招，多做实事而非表面功夫，唯流量搞文旅宣传终将适得其反，尊重规律、实事求是才能打开工作局面。与其盯着别人家的短视频怎么拍，不如打好自己手中的牌。

一个地区要想提升文旅产业综合竞争力，不能只靠朝夕之功，想走捷径恐怕难以达到理想的效果。在文旅宣传中，真诚的文化表达远比刻意营销更有穿透力，立足自身特色禀赋开发的文旅产品，才更有生命力。各地应结合自身实际推出更多有助于提升当地文旅美誉度的优质内容，在提升服务质量、挖掘文化、创新产品等方面下真功夫硬功夫，打造出经得起时间和市场双重检验的文旅精品。 刘莉

拉直“轨道”，破除“内卷”

20日，国家发展改革委召开5月份新闻发布会。对于“内卷式”竞争，国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超表示，针对问题症结，因业施策、对症下药，标本兼治化解重点产业结构性矛盾。

提到“内卷”，先要从竞争说起。对此，暨南大学刘金山教授总结道：“任何一个领域，只要超过两个人、两个企业、两个组织，就可能会有竞争。”但“内卷式”竞争，本质上是一种低水平、重复竞争。说简单点，就是越“努力”越低效。

从光伏行业因无序扩产陷入低效低质的价格战，到新能源车厂之间上演价格大战，再到电商平台“全网最低价”的PK、外卖行业低价补贴的“烧钱大战”，“内卷式”竞争看似刺激了眼前的消费需求，实则扭曲了市场机制，扰乱了公平竞争秩序，反而挤压企业创新空间，让整个行业陷入“剧场效应”，最终损害的是国家整体利益。

事实上，去年下半年以来，中央已经高度关注“内卷式”竞争。2024年7月，中央政治局会议提出，要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争；2024年年底，中央经济工作会议明确提出，要综合整治“内卷式”竞争，规范地方政府和企业行为；2025年全国两会，综合整治“内卷式”竞争被首次写入政府工作报告。从“防止”到“综合整治”，国家破除“内卷式”竞争的态度更加明确、力度不断强化、思路愈发明晰。

必须看到，“内卷式”竞争是一种阶段性的竞争形态，在各种复杂因素影响下，大多数参与者其实是“不得已而为之”。因此，需要政府、企业和社会各界共同努力，逐步构建良性竞争生态和可持续发展环境。

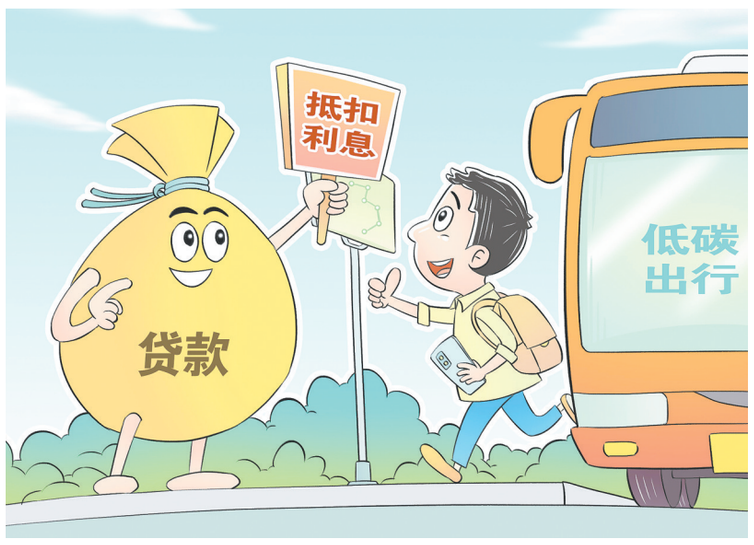
于企业而言，要强化科技创新主体地位，通过科技创新提高产品质量和核心竞争力，增加高端产能、优质供给。于政府而言，要加力破除地方保护和市场分割，促进生产要素自由流动，提高资源配置效率；要优化产业布局，遏制落后产能无序扩张，同时积极引导鼓励企业依据市场需求与自身优势，实现错位竞争和差异化发展。

说到底，让“有形之手”因业施策、对症下药，经营者主动作为，全社会形成理性共识，方能逐步实现从“内卷”到“竞合”的转变。 皇甫思逸

低碳即收益

近期，武汉市民就可以通过乘坐地铁或公交、打新能源车出行、节约用电等生活中的小事积攒个人碳减排量，日积月累后，便能兑换打车券、购物券等，甚至可以直接抵扣银行贷款利息，这一新举措引发网友热议。

王琪 文/图



从婚姻登记改革看身份证明简化之道

5月10日，新修订的《婚姻登记条例》开始施行，其中最引人注目的变化是结婚登记不再需要户口本，仅凭身份证即可办理。这一改革不仅体现了政务服务便民化的趋势，而且反映出我国社会治理的重要进步。长期以来，各类办事机构对身份证明材料的过度要求，已成为群众办事的一大堵点。此次婚姻登记制度的调整，应当成为推动身份证明全面简化的契机，促使相关部门重新审视那些烦琐且无实质意义的证明要求，真正践行“让数据多跑路，让群众少跑腿”的服务理念。

笔者认为，在信息化程度较低的年代，户口本作为家庭户籍的法定凭证，确实在身份核实、社会管理等方面发挥了重要作用。然而，随着电子政务建设的深入推进，身份证的防伪技术、信息集成度及数据互联能力已大幅提升。如今的身份证不仅具备生物识别功能，还能通过国家人口基础信息库实时核验持证人的婚姻状况、户籍信息等情况。在此背景下，仍要求群众额外提供户口本等证明，似乎多此一举。

事实上，许多办事机构对户口本的依赖，并非出于实际管理需要，而是源于惯性。一些部门固守传统流程，未能及时适应技术进步带来的变革，甚至将证明视为规避责任的“护身符”。这不仅增加了群众的办事成本，也暴露了政务服务与时代脱节的问题。婚姻登记取消户口本要求，恰恰证明身份证的信息承载能力已足够支撑大多数政务服务的办理，其他领域理应跟进。

在数字化时代，许多国家已推行“一证通”服务，如韩国的“住民登录证”、新加坡的“国民身份证”，均能覆盖绝大多数政务服务场景。我国若继续维持“多证并行”的模式，会给群众带来诸多不便。

婚姻登记取消户口本要求，看似只是一项具体流程的调整，但其象征意义不容小觑：只要技术和管理能力允许，政务服务就应尽可能减少非必要的证明要求。这一逻辑同样适用于其他领域。例如，在房产交易、子女入学、社保办理等民生高频事项中，户口本仍被许多地方列为必需材料。然而，这些事项的核心信息（如产权归属、亲属关系）完全可以通过身份证调取的数据进行核验。若相关部门能打破信息孤岛，推动数据共享，完全可以在不降低安全性的前提下，大幅减少证明要求。

此外，此次改革也为“证明事项清单”的动态优化提供了范例。国务院近年来多次清理奇葩证明，但少数地方仍存在“清单外增设”现象。未来，应建立更加刚性的证明事项准入机制，凡是能通过电子证照、数据共享获取的信息，则不得要求群众重复提供。同时，可通过立法或政策明确身份证作为基础身份证明的优先地位，限制办事机构随意增设附加条件。

《婚姻登记条例》的修订是一次值得肯定的进步，但这不应是终点。在数字中国建设的大背景下，身份证明的简化不仅关乎便民利民，更是衡量政府治理能力的重要标尺。有关部门应以此次改革为契机，全面梳理各类政务服务中的冗余证明，充分利用技术手段替代传统纸质材料，真正实现“一证通办”。

政务服务的优化，本质是以人民为中心的发展思想的体现。当婚姻登记这样的“人生大事”都不再需要户口本时，那些墨守成规者更应反思：我们是否真的需要那么多证明材料？唯有打破惯性思维，顺应技术发展趋势，才能让群众享受到更为高效、便捷的政务服务，也让社会治理更加契合时代需求。 王娈

让乡村“土特产”变为农民致富的“金钥匙”

前不久，浙江省在衢州召开了全省“土特产”工作推进会。会上发布了2025年名优“土特产”名单、“土特产”全产业链图谱及产销对接平台，并举行了浙江名优“土特产”采购商联盟组建仪式等。

土特产是指具有独特地域特色和优质品质的农产品。我国地大物博，从东北平原到黄土高原，从岭南丘陵到黄河流域，各地不同的气候、地形、土壤等自然禀赋，孕育了各具特色的地方“土特产”。而无论什么样的“土特产”，都承载着人们无法割舍的乡愁。而今，随着消费升级和旅游业的快速发展，“土特产”已变成了广大农民朋友致富的“金钥匙”。因此，各地不妨借鉴浙江省的做法，通过挖掘本地资源等措施，把本地独具一格的“土特产”变成增加农民收入的“金钥匙”。

一是要立足于乡村资源禀赋，在“土”字上谋出路。乡村是一座蕴含着丰富资源的“富矿”，不仅有绿水青山、自然资源、古建村落等物质资源，还拥有乡规民约、传统艺术等非物质资源。各地要对这些“土”资源进行梳理和挖掘，以宜粮则粮、宜林则林、宜牧则牧、宜渔则渔的原则，科学制定有效的乡村产业发展规划，打造出沾有“泥土气”、蕴含“乡土味”的生态旅游、民俗文化、休闲观光等系列“土”产品。

二是要立足于当地特色资源，在“特”字上求不同。既然“特”，就要与众不同，就要人无我有、人有我优。因此各地要梳理依托传统制作工艺、种养殖技术等生产出的特色产品，借助现代科技加以改进，并在品质上追求“独一份”，在发展上深耕“差异化”“特色化”，从而推进“特”的产品步入品牌化发展之路，进而塑造出本地独有的竞争优势。

三是要立足于乡村产业融合，在“产”字上下功夫。乡村产业只有形成产业集群、走产业化发展道路，方能做优做强。因此，各地要坚持向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益，向一二三产业融合发展要效益，下大力延长农产品产业链条，并狠抓农产品标准化生产，从而让一个个土而优、特而美、土而新、特而强的乡村“土特产”真正变成广大农民朋友的致富“金钥匙”。 袁文良

城市更新务必坚持实事求是

日前，中办、国办印发的《关于持续推进城市更新行动的意见》明确要求，坚持实事求是、因地制宜，尽力而为、量力而行，不搞劳民伤财的“面子工程”“形象工程”。

城市更新是一项系统性工程，通过优化提升每座城市空间范围内的各种资源和功能，适应市民对人居环境、城市功能及品质的新需求。这个过程如同人体的新陈代谢，每个肌体的健康程度、代谢水平不同，有机物的合成、降解也会有差异。因此，城市更新并非简单的拆旧建新，在过程上必须注重系统性，在方式上也要立足差异性。

一方面，尽力而为做好“必答题”。大部分城市里都存在一些市民迫切希望改造的老旧小区和陈旧设施，这些地方设施设备老化，存在一定的安全隐患，严重影响市民日常生活。还有一些老旧厂房、历史街区等资源，尽管已经不再发挥建设之初的作用，但却是见证一座城市成长的宝贵记忆，经过改造可以实现功能转换、业态升级、活力提升。因此，城市更新要优先补齐影响城市基本功能的短板弱项，切实消除安全风险隐患，合理盘活闲置资源。

另一方面，量力而行慎做“超纲题”。近年来，有的地方在城市更新中建设布局功能适度超前的项目，有的摊子铺得太大超过了资金平衡范围。对这些项目，应进行科学论证，特别是在资金来源上要统筹考虑，切不可盲目举债大拆大建。否则，一旦资金跟不上，就会影响项目建设和功能，甚至会有烂尾风险，背上沉重的债务包袱。

同时，力戒形式主义杜绝“跑偏题”。城市更新是对城市治理能力的全面检验，既要经得起实际效果的检验，也要经得起老百姓口碑和时间的检验，最怕出现脱离实际的“面子工程”“形象工程”，既没有实现城市功能的优化完善，也浪费了资金。因此，在谋划实施城市更新项目时，要摈弃“大干快上”的冲动，修炼“绣花功夫”的定力，确保每个改造方案都经得起民意丈量、每个建设项目都扛得住时间检验，让城市真正成为人民追求美好生活的坚实依托。 陈发明

让草根经济向阳生长

农家自产的鲜果带着露珠穿越山峦直达城市餐桌，手艺人用非遗技艺编织潮流单品，社区达人将闲置书籍转化为知识流转的载体……近年来，由自然人依法免予登记开设的自然人网店频频涌现，勾勒出了网络平台经济版图的“半壁江山”。

自然人网店这种“草根经济”快速生长的背后也暗藏隐忧：部分网店销售“三无”产品、假冒伪劣商品，虚假宣传、夸大疗效；虚假信息注册频现，消费者维权时面临“找不到人”的困境；各平台管理标准不一，对虚假交易、刷单炒信等行为监测不足；等等。

这些问题不仅侵蚀消费者权益，也让用心经营的自然人网店陷入“劣币驱逐良币”的恶性循环。在此背景下，市场监管总局近日发布首个市场监管行业标准《自然人网店管理规范》，为“草根经济”量身定制发展规范。

对自然人网店的管理应规范有序：准入端统一标准，既保留创业便利，又设置质量门槛；运营端规范信息披露，让“隐身”经营变为阳光运作；退出端明确机制，实现市场良性新陈代谢；数据端打通信息壁垒，为精准监管提供数字依据。

对经营者而言，《管理规范》不是束缚而是赋能。当“王婆卖瓜”式的夸大宣传被真实信息公示取代，当用心经营能换取平台流量扶持，市场竞争将真正回归质量与服务本位。对消费者来说，《管理规范》让维权从“海底捞针”变为“按图索骥”。每个店铺首页醒目的经营者信息，都是消费者可以追溯的自然人网店“电子身份证”。

接下来，想要真正实现自然人网站的规范发展，还需各方协同发力推动《管理规范》落地见效。自然人网店经营者应主动适应规范要求，完善自身经营资质，真实、准确地公示信息，提升商品质量和服务水平，用口碑赢得市场。网络交易平台需承担起主体责任，严格按照标准优化入驻审核、运营监测、退出机制等，利用技术手段加强对虚假宣传、刷单炒信等行为的监测处置。加强对《管理规范》的宣传引导，帮助经营者合规经营。监管部门要强化对《管理规范》执行的监督检查，及时查处违法违规行为，畅通消费者投诉渠道，形成“政府监管+平台自治+社会监督”的协同治理格局。

平台经济进入高质量发展阶段，培土固本才能茁壮成长。打造更透明、更诚信的网购市场环境，让自然人网店在统一规则下公平竞争，每一笔交易都成为可溯源的诚信买卖，消费者自然会投下信任票。今年6月份，《管理规范》将在全国范围内推广实施，期待各方精心“雕琢”每个执行细节，让自然人网店既保有野百合的生机，又绽放向阳花的灿烂。 赵东宇

“王树国三问”，答案藏在变革中

近日，福耀科技大学校长王树国在一场科技年度论坛上，提出了三个问题：如果梁文锋继续读博士，还有今天的DeepSeek吗？如果王兴兴继续读博士，还有今天的宇树科技吗？如果汪滔继续读博士，还有今天的大疆吗？

其实，“三问”本身并无标准答案，毕竟“三个如果”都是假设，实际结果如何，并不容易给出肯定或否定的判断。

检诸现实，博士毕业创业成功的不乏其人，而未读博士就创业，失败者也不在少数。于此而言，科技创业是否一定要读博？不同的人有不同的答案。

不过，王树国“借题发挥”提出的现实命题，却值得每个人思考。比如，他认为学历不等于能力，真正的能力是在实战状态下磨炼出来的；他还认为，“大学已经落后于社会的发展”，人工智能等新技术正在重塑世界，大学的理念要改变了。

这些判断是否正确，尚需讨论。但不争的事实是，大学的确要拥抱变化，要跟上时代乃至引领时代。以人工智能为例，对于高校来说，把握人工智能带来的发展机遇，改革教育教学理念，培养国家急需人才，是一项重要任务。

具体来说，如果课程设置过于僵化，教育模式过于老套，教学内容过于陈旧，不利于培养创新人才。正如王树国所言，大学的理念要改变，一定要与社会深度融合。

建设教育强国，高等教育是龙头。党的二十届三中全会《决定》提出，“加快建设高质量教育体系，统筹推进育人方式、办学模式、管理体制、保障机制改革”。这意味着，我们高校的育人方式、办学模式等都需要与时俱进。唯有着眼于提高创新能力，优化高等教育布局，完善高校学科设置调整机制和人才培养模式，才能适应时代发展，真正做到为党育人、为国育才。

科技创新靠人才，人才培养靠教育。近年来，相关部门加力实施高等教育综合改革试点，一个重要目标就是“提高高等教育人才创新能力”。应该说，在这方面已经取得成绩，但仍有不短的路要走。

近日，著名学者陈平原也表示：“技术迭代迅速，世界日新月异，大学必须适应这个变化，不断调整教学宗旨、学科体系、教学方式以及培养目标等。”可以说，革新人才培养机制，优化人才培养模式已是各界共识。接下来，就要以更大力度化共识为行动，积极落实国家部署，全面探索有益经验，以更好地培养人才。 王石川

平台治理需兼顾商家与消费者权益

“6·18”购物节大幕刚启，淘宝便抛出一项新措施：商家可直接屏蔽高退款率人群，不过目前只对淘天服饰行业商家开放。消息一出，在全网引起了热烈的讨论。

平台为何帮商家“拉黑”客户？对商家来说意味着什么？关键是对消费者来说有何影响？

消费者可略微放心，这条措施对大多数人没什么影响。据了解，该功能主要应用于广告投放场景，让商家可在自定义推广时，降低对存在退货空包、谎称未收货等异常行为用户的展示频次。换句话说，是为了精准打击那些将“7天无理由退换”当成“零成本试衣间”的“薅羊毛者”。

过去几年，非正常退货对服装电商造成了极大困扰，去年“6·18”期间，“女装退货率高达80%”的话题便已暴露行业窘境，今年“五一”期间某学校60余名学生网购演出服，参加运动会后又集体退货的事件，再度将此类行为推向风口浪尖。

对商家而言，新措施有助于改善经营环境。广告投放讲究精准触达，如果预算浪费在频繁退货的“高危人群”身上，岂不是打水漂？如今，商家可主动过滤异常用户，将资源向潜在客户倾斜，是符合商业逻辑的选择。

然而，当技术手段演变为消费者分级分类的工具时，消费者难免担忧。首当其冲的便是规则透明度缺失：平台未公布“高退款率”的具体判定标准，不少日常退货较多的用户担心自己也被打上“高危标签”。说起退货多，用户更恼火。如今电商平台货不对板、盗图盗视频、AI生成“照骗”、水军刷好评等现象屡见不鲜。消费者拆开期盼已久的快递一看，简直不敢相信是同一件商品，若不退货，难道还有别的选择吗？

以前买到货不对板的衣服，免费退了也就忍了，现在消费者不仅要自己贴邮费退货，还要落个“高频退货人群”的标签，这让消费者怎么忍？难怪消费者喊话平台：“既然能屏蔽高频退货人群，为何不让我们屏蔽高退货率商家？”

平台治理需兼顾商家与消费者的权益。为经营者营造良好经营环境、为消费者创造放心消费环境，同等重要。平台此举旨在打击“薅羊毛者”，让商家安心经营。然而，治理的“外科手术”，切不可变成误伤消费者的无差别打击。

任何一项影响广泛的政策出台，通过开门问策，从草案公示到听证会的民意采集，从意见反馈的闭环管理到实施效果的跟踪评估，都是必不可少的。由此给平台的启示是，推出涉及数亿消费者和商家的措施，尤其是可能造成消费者权益缩水的规则时，是不是也应该坚持用户至上的初心，提前听听用户的声音？措施实施后，也应该把规则说得更明白。更重要的是，消费者对“照骗”满天飞的状况已有强烈不满，平台应当引起重视，拿出过硬的措施来治理。

说到底，电商江湖的规矩，得靠平台、商家、消费者三方共治。平台这把“屏蔽剑”，既要斩断伸向商家口袋的黑手，更要护住消费者心中的天平。 佘颖