

## 用心用情办好民生实事

◇ 徐畅

今年《政府工作报告》将“加大保障和改善民生力度,提升社会治理效能”列为2025年政府工作任务之一,提出要“强化宏观政策民生导向”“更大力度稳定和扩大就业”“强化基本医疗卫生服务”“完善社会保障和服务政策”等,就民生领域多项重点工作作出细致部署。

以民生为重,是激发创新活力的原动力。民生问题不仅为满足人的基本生存需要,还要促进人的全面自由发展。民生是经济社会发展工作的“指南针”。新的经济增长点往往蕴藏于民生保障服务的有效供给之中。群众对住房、养老、教育、医疗、出行等服务需求的增长,将促使相关行业创新求变、快速发展。民生保障服务需求的高质量满足,还能够提高群众对未来生活的预期,激发文体、休闲、娱乐等多个领域的消费潜能,推动消费产品及服务实现更丰富有效供给,由此实现经济社会发展

良性循环。比如在浙江,“科技+养老”的创新成果正不断涌现,持续释放银发经济发展潜力。在一些养老机构和社区,智能养老机器人已成为老年人生活中的得力助手。强劲的消费潜能和不断增长的消费需求背后,是产业集群效应的托举。在嘉兴平湖,智能穿戴设备研发生产企业,产品涵盖智能手环、智能手表、智能健康监测贴片等多个品类,专业化、特色化和规模化发展蕴藏无限生机。

以民生为重,是推进共同富裕的先手棋。改善民生,逐步实现全体人民共同富裕,是社会主义的本质要求。低收入群体是促进共同富裕的重点帮扶保障人群,推动更多低收入人群迈入中等收入行列是构建中间大、两头小的橄榄型社会形态的关键环节。加强民生保障服务,为该群体提供更多的防护性保障,将有力提高他们的发展能力和社会

机会。普惠性的民生保障服务方式,让改革开放成果为更多人所共享。比如,浙江省舟山市紧扣“基本公共服务均衡可及共享”,推动资金、编制、土地等公共资源要素在市域范围内合理流动和配置,多措并举推动教育、医疗、养老等重点领域公共服务整合归并、补短升级,初步走出“以行政资源集约高效使用促进基本公共服务优质共享”的新路子。

以民生为重,是密切党群关系的黏合剂。密切党群、干群关系,保持同人民群众的血肉联系,是中国共产党立于不败之地的重要法宝。新征程上,面对更加艰巨繁重的改革发展任务,我们更要走好新时代党的群众路线。紧密围绕老百姓“急难愁盼”开展工作,从中找准改革的发力点和突破口,让更多“民声”变“民生”,凝聚更多人心与力量。在强化民生保障服务的过程中,各级党委政府应积极拓宽参与渠道和平台,让

更多民众参与其中,共同探求社会治理好法子。比如,杭州市推出集身份证、出行管理、小区通行等多功能于一体的“杭州小哥码”,通过外卖小哥“亮码送单”,破解外卖配送“最后一百米”难题,而且外卖骑手借此平台还能参与安全隐患“随手报”、文明风尚“随手宣”志愿服务活动,传递社会正能量。

悠悠万事,民生为大。坚持以人民为中心,及时有效回应群众需求和关切,在加强基础性、普惠性、兜底性民生建设和解决群众急难愁盼问题上多办实事,用心用情办好民生实事,必将凝聚起蕴藏在人民群众间的磅礴力量,助力实现中国式现代化。

(作者:徐畅,系中共浙江省委党校浙江发展战略研究院[软科学研究所]副教授、浙江省“八八战略”创新发展研究院研究员)

来源:光明日报

## 提升品质释放服务消费活力

◇ 邢伟

服务消费一举托两头,一头连着民生福祉,更好满足人民美好生活需要,一头连着经济发展,释放高质量发展新动能。当前,随着一系列利好政策出台,增量政策与存量政策协同发力,我国服务消费需求充分激发,供给逐步优化,模式不断创新,群众满意度显著提升,已经成为拉动消费增长的强劲引擎。

近年来,我国服务消费呈现新特征新趋势,餐饮住宿、家政服务、养老托育等基础型服务消费需求旺盛,文化旅游、休闲娱乐、教育培训等改善型服务消费持续增长。目前我国银发经济规模在7万亿元左右,预计2035年将达到30万亿元左右;家政服务业市场规模已超万亿元,服务需求仍在持续释放;2013年至2023年,居民人均服务性消费支出占比从39.7%提升到45.2%,提高5.5个百分点。随着物联网、大数据、人工智能、虚拟现实等新技术在服务消费领域加快应用,人民对美好生活的向往带来服务消费新需求,推动服务消费模式、场景不断创新,邮轮游艇、低空飞行、电子竞技等新业态不断发展,有效扩充了服务消费内容、增大服务消费空间。

接下来,进一步增强服务消费质量,需从多角度施策。

激发多层次服务消费需求。实施提振消费专项行动,激发群众消费的内生动力,提升消费意愿,培育消费新增长点。基础型消费重在挖掘潜力,提升服务质量和水平。加强政策引导和服务监督,降低消费门槛,不断增进民生福祉。改善型消费重在激发活力,提高人们生活品质。强化精准对接和科技赋能,创新服务内容、服务场景和服务模式,更好为社会公众提供多样化、个性化的消费服务。顺应不同代际消费人群的特征、行为和心理需求,积极开发和提供多样化、个性化的服务消费,满足不同年龄、圈层人群消费需求。如养老服务领域,利用财政补贴、税收优惠等方式推动智慧养老产品的开发,提供多种形式的新型养老服务,满足老年人日益多样化的养老服务需求。

创新多样化服务消费场景。围绕服务

消费扩容提质,聚焦贴近群众生活、需求潜力大、带动作用强的服务消费重点领域,不断丰富消费场景。加快服务消费的线上线下融合,利用数字技术更新传统生活服务的交付模式、体验模式、运营模式,以智能技术推动服务消费结构优化升级。通过虚拟现实和增强现实技术,打造沉浸式体验消费场景,增强服务消费的趣味性和互动性。推动商业综合体与文化、体育、教育、娱乐、健康等融合发展,打造多业态、复合化服务消费场景,增强国风消费及“演出经济”“文博经济”“赛事经济”等多种业态的协同联动。推动“冰雪+美食”“冰雪+非遗”“冰雪+康养”“冰雪+民俗”等深度融合,形成冰雪经济新场景,让“冷资源”释放“热消费”。提升服务消费品质。实施服务消费提质惠民行动,深化服务消费供给侧结构性改革,扩大服务消费领域制度型开放,以供给创造需求,以开放优化供给,推动服务消费品质提升。促进商贸、健康、养老、托育、文化、旅游、体育、家政、餐饮等服务消费向高品质和多样化升级,培育专业度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的服务精品,做强做精服务品牌。加强服务企业的品牌意识,支持领军企业打响服务品牌,组织培育一批国际知名的“中国服务”品牌和特色区域服务品牌。

优化服务消费环境。落实好带薪年休假制度,释放节假日消费需求。制定修订一批服务消费重点领域国家标准、行业标准,完善文化旅游、餐饮住宿、养老托育、数字消费等领域标准,强化健康、养老、家政、知识产权等领域标准实施应用,推动服务企业公布实施服务质量承诺和执行标准。建立服务质量监测评价和结果通报制度,进一步推进母婴护理、养老、健康、旅游等领域认证力度,促进各行业筑牢服务质量生命线。强化消费者权益保障,引导企业诚信经营,改善服务消费体验,使消费者敢于消费、乐于消费、放心消费,助力提振消费信心。

(作者系国家发展改革委社会发展研究所研究员)

来源:经济日报

## 强校园体育 铸健康体魄

◇ 唐天奕

【事件】教育部印发通知,要求“按照不高于班师比小学5:1、初中6:1、高中阶段8:1的标准配备体育专任教师”;北京明确杜绝“阴阳课表”,杜绝“说教课”和“不出汗”的体育课;广东要求保障中小学生每天综合体育活动时间不低于2小时……一段时间以来,相关部门和各地出台一系列针对性措施,保障孩子们的校园体育活动。

【点评】

增强青少年体质,体育锻炼是最有效的手段。在广东深圳,义务教育阶段“每天一节体育课”政策实施1年后,全市中小学生学习体质健康测试优良率提高6个百分点以上。随着健康第一的教育理念逐渐成为共识,如何创造条件保障学生充分参与体育锻炼,成为办好人民满意的教育的必答题。

加强体育锻炼,首先要保证在时间上有保证。2024年秋季学期以来,多地探索推行“15分钟课间”,增加的5分钟让学生课间活动更加从容。今年春季学期,北京、广东、海南等继续推动校园体育活动“加时”“加量”,确保校园体育活动时间足质优。在教学安排中适度“留白”,让孩子们在跑跑跳跳中缓解疲劳、调节情绪,当他们回到教室时,学习的精神头也会更加饱满。

有了活动时间保障,还要填补设施的“空白”。在四川成都,电子科技大学附属实验小学盘活闲置“边角地”,829张乒乓球桌分布于5个校区,楼顶上、操场旁、围墙边、大树下,随

处可见少年挥拍对决的身影。

类似举措,许多地方都有。在确保安全的前提下,在教室门框上方安装横杠,供学生练习引体向上;在墙面架设篮筐,学生路过时可以比一比投篮技术;将一些墙壁改造成攀岩墙,“飞檐走壁”成为校园一景……开辟空间不能只想着建设大场馆,也要因地制宜建一些小设施,更好满足学生的碎片化运动需求。

有时间能锻炼、有设施供锻炼,还要激起锻炼的兴趣。过去,一些学生产生“喜欢体育不喜欢体育课”的情绪,与部分学校的体育教学机械枯燥有关。只重视应试、体测等硬指标,而忽视对兴趣和习惯的培养,不容易激发学生参与体育锻炼的内生动力。对此,不妨多用巧思,让体育课多几分乐趣。海南海口有学校成立了帆船帆板队,吉林长春一些学校将体育课“搬”到滑雪场,云南昆明的课堂上“刮”起“最炫民族风”……依托地域条件丰富课程设计,因材施教做好兴趣引导,才能让更多学生点燃运动热情。

习近平总书记强调:“要坚持健康第一的教育理念,加强学校体育工作,推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展。”以体育人,让青少年在体育文化的浸润中、体育运动的陪伴下享受乐趣、增强体质、健全人格、锻炼意志,不仅能为个人发展夯实根基,也将为建设体育强国和健康中国凝聚更大力量。

来源:人民日报