

## 锲而不舍落实中央八项规定精神

## 风成于上，俗化于下

新华社记者 刘怀丕 牛少杰

领导干部的作风直接关系到党内风气和政治生态，关系民心向背，决定着党的群众基础。领导干部作风过关、过硬，党风社会风气才会好。改进作风必须自上而下、以上率下，领导干部作示范、立标杆、带好头，一贯到底、落实落地，定能风成于上，俗化于下。

党的十八大以来，党中央从制定和落实中央八项规定开局破题，坚持

从中央政治局做起、从领导干部抓起，以上率下改进工作作风。党中央发扬钉钉子精神，持之以恒纠治“四风”，反对特权思想和特权现象，狠刹公款送礼、公款吃喝、公款旅游、奢侈浪费等不正之风，解决群众反映强烈、损害群众利益的突出问题，推进基层减负，倡导勤俭节约、反对铺张浪费，刹住了一些过去被认为不可能刹住的歪风，纠治了一些多年未除的顽瘴痼疾，党风政风和社会风气为之一新。

作风建设只有进行时，没有完成时。必须清醒认识到，作风问题具有反复性和顽固性，有一些地方发生了松动，有一些方面还存在盲区死角，一些不良风气出现了反弹回潮。在深入贯彻中央八项规定精神学习教育中，各级领导班子成员要主动认领问题，精准制定整改措施，坚持有什么问题解决什么问题，什么问题突出重点整

治什么问题，一项一项抓落地。

“政者，正也。子帅以正，孰敢不正？”领导干部不应该是作风建设的被动参与者，而应该是积极践行者，要把落实中央八项规定精神化作自觉行动，以身作则、以上率下，以“关键少数”示范带动“绝大多数”。既要一级示范给一级看，也要一级带领着一级干，抓具体、补短板、防反弹，使党员干部知敬畏、人民群众有信心。

## 弘扬「中国——中亚精神」谱写合作共赢新华章

新华社记者 张斌

新华社国家高端智库22日面向全球发布《弘扬“中国——中亚精神”：区域合作的成就、机遇与展望》智库报告，对新时代中国——中亚合作的重要成就和机遇挑战进行全面梳理，对未来前景展开前瞻分析。

中亚，与中国山水相连、唇齿相依。回望历史，中国同中亚国家人民一道推动了丝绸之路的兴起和繁荣，共同书写了“驰命走驿，不绝于时月；商胡贩客，日款于塞下”的交往佳话。

在新的时代，中国与中亚成为命运与共的好邻居、好朋友、好伙伴、好兄弟。从经贸往来的量质齐升到基础设施的互联互通，从绿色能源的协同开发到文明交流的互鉴共生，中国与中亚国家在亚欧大陆开创了睦邻安邻富邻的新局面，探索形成了“互尊、互信、互利、互助，以高质量发展推进共同现代化”的“中国——中亚精神”，共同打造了区域合作的样板和典范。

当前，百年变局加速演进，世界进入新的动荡变革期。单边主义、贸易保护主义加剧，国际供应链布局遭到破坏，为全球贸易前景蒙上了阴影。中国——中亚合作在取得丰硕成果的同时，也面临着多重风险挑战。

面对严峻复杂的外部环境，中国坚定不移办好自己的事，坚定不移扩大高水平对外开放。在此过程中，中国始终重视同中亚地区交往，与中亚国家做大互利互惠蛋糕，为地区经济注入稳定性，也为世界各国和平相处、合作共赢树立了典范。

随着新一轮科技革命和产业变革加速推进、区域合作机制深化发展，中国和中亚国家正加快开展丰富多元的新领域合作，实现创新协同发展。

站在历史新高点，中国与中亚国家将以更开放的姿态、更坚定的步伐，共同书写区域繁荣的新篇章，为动荡的世界注入更多确定性与正能量，为人类迈向更美好未来的征程点亮新的希望之光，为推动构建人类命运共同体贡献更大力量。

## 平台怎能擅自替商家调价

张常起

有平台竟然在后台擅自调整商家价格，以确保“最低价”优势？近日多家酒店商家反映，在某平台被强制开通“调价助手”功能，平台可以在后台强制修改商家房间的定价，而迫于平台的市场地位，商家大多只能忍气吞声。

据报道，“调价助手”是一款保证平台价格优势的自动化跟价工具，可以定期扫描其他平台同款酒店产品价格，以便平台监测酒店产品价格与竞品平台上酒店的差异，一旦发现自家平台的定价高于其他平台，“调价助手”会立即自动调低价格或者让酒店产品参与促销活动。

类似“调价助手”的功能，如今在不少平台都有，但大多是作为辅助性工具，而且有的很少启用。而这次引发争议的“调价助手”，完全绕过商家的授权直接在后台对商品进行调价，让平台上的经营者在相当程度上失去了定价权和自主经营权，无疑已经突破了合理的边界。

面对平台的如此霸道操作，经营者就不能拒绝吗？答案是：还真难。一方面，在行业头部平台面前，商家无论大小其实都处于弱势地位，平台以技术与算法优势主导价格调整，商家很难真正抗衡。另一方面，即便一

些商家想要退出“调价助手”，也往往面临着“不敢退、不能退、不好退”的尴尬。有商家表示，自己先后退了十几次，都陷入了“申请-驳回-再申请-再驳回”的循环，这实际上已构成对经营者的“技术霸凌”。平台完全“代替”经营者来定价，让经营者在不知情的情况下设定行业“最低价”，在损害商家利益的同时，也让消费者承受了更大的权益风险。

值得警惕的是，此举或将助长整个行业的“低价内卷”之风。有商家表示，如果平台通过“调价助手”擅自代替经营者跟价，互相追价可能导致最终酒店房间价格非常离谱。如此无限度“追价”和一味拼“全网最低价”，其实就是行业内卷式竞争的典型症候，不仅将拉低整个行业的服务品质，更可能将行业拖入低价恶性循环，伤害行业可持续发展的根基。

对此类“低价内卷”，监管部门已发出明确的纠偏信号。今年全国“两会”期间，国家市场监督管理总局局长罗文表示，针对平台实施自动跟价、全网最低价规则，造成内卷式竞争的突出问题，将督促平台规范促销行为，保障商户自主经营权。笔者认为，尤其要对一些具有垄断地位的头部平

台加大规范力度。因为头部平台的作用和价值取向具有风向标作用，对整个行业生态的塑造有着重要影响，一旦“走偏”，不仅可能绑架经营者，也将裹挟其他平台，带至全行业的风气。

法律人士指出，如果平台在市场中占据市场支配地位，并利用“调价助手”功能维持全网最低价，进而挤压商户利润、打压竞争对手，这种行为可能涉嫌滥用市场支配地位。从这个角度看，针对平台利用“调价助手”等功能强制商家参与“最低价”比拼，不能止于中小商家的吐槽，相关监管部门有必要及时介入调查，以维护平台经济的良性竞争秩序。

在综合整治内卷式竞争的大背景下，“调价助手”之类举措引发吐槽和争议也是一种提醒：对当前酒旅、外卖、网约车等行业内卷式竞争的程度不能低估，对其造成的危害应高度警惕。及时完善有关政策机制，对内卷式竞争、恶性竞争及背后的垄断行为开展有效的监管和执法，依法维护行业公平竞争秩序，这是酒旅等行业长远健康发展的内在要求，也是构建和谐有序、健康安全消费环境的迫切需要。

来源：北京青年报

## “缩水版”健身器材需要“不缩水”的治理

陈思霖

近日，央视《财经调查》报道了公共健身器材偷工减料、安全隐患频发的问题。一些健身器材在生产、安装两个环节“缩水”：生产环节减少管材壁厚，除锈和喷涂工艺也敷衍了事；安装环节未达到埋深要求，仅使用10厘米长的膨胀螺丝固定。针对这些问题，政府有关部门已对涉事企业依法立案调查。

随着全民健身国家战略的深入实施，公共健身器材在社区、广场和公园的覆盖率不断提升，逐渐成为居民强身健体的重要工具。然而，本应提升居民健康的健身器材，却被发现

有的属于“非标器材”，有的已经“超期服役”，甚至屡屡造成伤人事件，成为居民健康的隐患。

健身器材之所以“带病上岗”，是生产、检测、采购、监管整个环节同时“掉了链子”。一些生产厂家唯利是图、偷工减料，以短期利益侵害居民长远安全；个别检测机构徇私舞弊、弄虚作假，致使检测环节流于形式；有的采购单位贪图便宜、以价取货，使非标健身器材堂而皇之进入公共场所；一些监管部门监管不力、失察失责，使得问题器材屡屡“漏网”入市，埋下安全隐患。

可以说，从生产到验收，从采购到安装，“缩水版”健身器材“一路绿灯”进入社区和公园。背后有哪些猫腻？后续更大范围的治理整顿工作正在展开，结果值得期待。

公共空间的服务设施是城市文明风尚的“展示窗”，也是检验城市治理能力的“试金石”。不妨以本次媒体曝光为契机，排查健身器材领域风险漏洞，修补生产、检测、采购、安装、监管的漏洞，斩断推动“缩水版”健身器材流向市场的“黑手”，让广大百姓安心。

来源：新华每日电讯