

让人工智能“+”出发发展新活力

新华社记者 高亢 刘祯

日前召开的中央经济工作会议在重点任务中明确“深化拓展‘人工智能+’”，与“十五五”规划建议中“全面实施‘人工智能+’行动”相呼应。人工智能同产业发展、文化建设、民生保障、社会治理广泛深度融合，将全方位赋能千行百业，为经济社会发展增添新活力。

在新一轮科技革命和产业变革加速演进的背景下，人工智能是连接创新链与产业链的关键桥梁，是推进高质量发展的重要驱动。以基础研究夯实根基，以产业融合释放动能，“人工智能+”在加快培育发展新质生产力中正展现出无限可能。

人工智能与众多领域更深融合，将助力传统产业改造升级，壮大战略性新兴产业和开辟未来产业发展新赛道，让技术变量成为产业增量、让场景优势转化为竞争优势。在以创新带应用、以应用促创新的良性循环中，“人工智能+”向深向实，将推动新基础设施、新技术体系、新产业生态、新就业岗位不断涌现，让广大人民群众共享人工智能发展成果。

中央经济工作会议提出“完善人工智能治理”，释放出鲜明信号。治理不是减速器，而是稳压器和安全网。从算法备案到合成内容标识，从《人工智能安全治理框架》1.0版快速迭代到

2.0版，在技术持续创新突破的同时，相关方面加紧制定完善法律法规、政策制度、应用规范、伦理准则，为人工智能健康发展明确方向、留足空间、筑牢基础。

“人工智能+”从政策文件里走进工厂车间、田间地头，离不开多元主体同向发力。政府创环境、资本有耐心、企业勇创新，市场敢试错、监管守红线、社会能包容，以制度创新破除机制壁垒，用技术创新突破关键瓶颈，让场景创新拓展应用边界，“人工智能+”必将持续塑造高质量发展的新动能与新优势。

屡错屡犯，孩子吃口放心餐咋这么难？

新华社记者 蒋成 郑明鸿

菜刀生锈、菜板发霉、食材农残超标、学生餐中甚至吃出异物……近日，贵州省市场监管局通报了一批校园食品安全典型案例。在执法人员发现问题、做出警告并督促整改后，部分校园餐涉事主体还屡错屡犯，孩子们仍吃不上一口放心餐。

学生的校园餐，是家长的“心头念”。校园餐涉及链条长、环节多，守护好校园餐，是对社会公共责任的坚守。校园食品安全在反复整改中绕圈打转，问题迟迟没有解决，根源在于一些学校对责任不落实，有的从业人员对规范不在意，违法成本低导致

屡改屡犯。

守护好校园餐的安全，靠制度也靠落实。国务院食安办等部门反复强调食品安全“日管控、周排查、月调度”机制，校园餐相关的全流程规定和管理也在不断规范和细化。但在实际执行中，有的地方的规章只挂在墙壁上，没见到行动中。监管有的也还是“查一次、罚一次”的套路，甚至流于形式，缺乏对整改过程的跟踪督导和对屡犯行为的从重惩戒。

监管不长牙齿，整改就没有记性。校园食品安全的底线，容不得一丝松动；守护青少年的健康，来不得半

点虚功。破解校园食品安全乱象，必须拿出零容忍的态度和钉钉子的精神，尤其要杜绝检查“走过场”、改正“打折扣”、再查“还照旧”。对校园餐中出现的问题不分大小都要真抓真改，惩治要从严从重，让违法者付出沉重代价，才能保障学生们“舌尖上的安全”。

让孩子们吃饱、吃好、吃健康，需各部门共同努力、通力合作。各方必须以最严格要求，明晰责任分工、堵住漏洞，才能为学生校园餐保驾护航，让每一个孩子都能吃上安全、营养、可口的饭菜。

个人信用修复为诚信“续航”

张冬梅

当今社会，个人信用作为一种无形资产，已是美好生活的“通行证”。随着个人信用的重要性日益凸显，信用修复也成为公众普遍关注的问题。22日，中国人民银行发布通知，实施一次性信用修复政策，支持信用受损但积极还款的个人高效便捷重塑信用。

支持个人信用重塑！倘若代入信用受损者的视角，这无疑是一场“及时雨”，解了不少人的燃眉之急。今时今日，“人无信不立”这句话的含金量还在上升，信用不再仅仅是金融世界中的一个概念，它已经渗透到社会生活的方方面面。日常生活中，无形的信用给守信者带来了购物、看病就医、图书借阅、租房、贷款等有形的便利。与此同时，失信者则往往“一处失信、处处受限”，甚至可能面临“一朝失信，终生受限”。个人信用重塑，相当于提供“一键重启”的机会，通过给予容错纠错空间，让个人诚信可以“重建”。

这背后的意义不容小觑。互联网时代，从指尖轻点的扫码支付到刷脸识别的方便瞬间，信用运行的形态和场景更加多元。信用记录如同与人

深度绑定的“数字身份证”，深刻影响着人们的生活选择和发展机会。但即便深知信用之重要，也难免有人因失业、疾病等非主观因素导致债务逾期，或在全额偿还后仍被失信记录困扰。对于这些非恶意失信群体来说，信用修复便成了一种迫切的刚需。梳理媒体公开报道，甚至还有人因为“病急乱投医”，掉入了不法分子精心炮制的形形色色的信用修复骗局。从这个意义上说，一次性信用修复政策是一种人性化的制度设计，契合了激发微观主体活力、提升社会治理效能的现实需要。

好政策更要好执行。一个标准，在于精准。一次性信用修复政策发布后，有些网友产生了这样的疑问：信用修复是“征信洗白”吗？信用约束是不是变松了？事实上，该政策严格限定了信用修复的范围，须同时满足：逾期信息产生于2020年1月1日至2025年12月31日期间；单笔逾期金额不超过1万元；要在2026年3月31日（含）前足额偿还逾期债务。尚未结清欠款的，不会被纳入修复范围，恶意逃废债、严重逾期等行为更被排除在外。这表明，它并非“撒胡椒面”，而是在约束与包容之间找到平

衡点，在实际操作中注重精准纾困与刚性约束并重，让信用体系既有“牙齿”又有温度。

另一个标准，在于高效。一次性信用修复政策实行“免申即享”，个人无需申请和操作，也无需提交证明材料，不收取任何费用、不需要第三方代理，且政策不区分贷款机构、贷款类型，针对非主观故意导致的小额逾期，只要当事人已全额结清欠款，就可以开启“懒人模式”，交由征信系统对符合条件的逾期信息进行自动识别和统一处理。此外，在线上查询免费的基础上，2026年上半年还将额外增加2次线下免费查询个人信用报告的机会，以满足公众核对逾期记录、确认修复进度的需求。接下来，关键是把这些举措落细落实，把握进度、整合信息、升级技术、强化保障，在实施中不断调适和优化，让个人信用重建跑出“加速度”。

政策一小步，惠民一大步。借此契机，希望能够激活信用修复的巨大潜力，让更多人卸下“历史包袱”，在轻装前行中激发发展活力、筑牢信用基石，创造新的精彩、拥抱美好生活。

来源：广州日报

近日，一款粉红色的“玫瑰盐”在各大电商平台悄然走红。商家以“喜马拉雅天然岩盐”“富含84种微量元素”“无添加更健康”为卖点，配合精心制作的撒盐视频，成功将这种来自巴基斯坦的矿物盐塑造成餐桌上的“新贵”，价格甚至高达普通食盐的十倍。然而，当专业机构揭晓其“白度不达标”“营养可忽略”的真相后，这场由颜色和故事编织的消费神话，已然现出原形。

从食品安全标准和科学实证层面看，玫瑰盐的“高端”定位实属营销陷阱。我国《食用盐国家标准》明确规定，食用盐必须符合“色白、味咸、无异味”的基本要求，白度值不得低于45度。玫瑰盐因其铁、镁等微量矿物质杂质呈粉红色，这在颜色层面就不符合国家标准。而更为关键的是，尽管商家大力宣传其“含有多种微量元素”，专家分析指出，其中所谓的有益矿物质含量极低，远不足以对人体健康产生实质影响。若为追求这些微不足道的营养成分而大量食用，反而可能摄入过量杂质，违背了食品安全的根本原则。

这种标准上不合格、营养上无优势的产品，何以能撬动市场，甚至引发部分消费者的追捧？现象背后的消费心理值得深思。其一，在“颜值经济”的驱动下，玫瑰盐独特的粉红色泽满足了人们对食品“好看”甚至“上镜”的期待，使其从单纯的调味品转变为社交媒体中的视觉符号。其二，“纯天然”“原产地”等标签精准切中了当下消费者对工业化食品的焦虑，喜马拉雅山脉的地质传说更赋予了产品一种遥远而神秘的叙事魅力。其三，在健康意识普遍提升但科学素养尚未完全跟上的背景下，“富含矿物质”等模糊宣传容易引发联想，使消费者误以为高价必然等同于高营养，愿意为健康支付溢价。

然而，理性消费观的重建需要多维度的共同努力。消费者应学会辨别营销话术与科学事实，认识到“天然”不等于“安全”，“含矿物质”不等于“有营养”，在选购食品时回归国家标准与自身实际需求。销售平台特别是跨境电商应履行充分告知义务，明确标示进口食品的原产地标准及与我国标准的差异，避免商家利用信息不对称诱导消费者。此外，监管部门需完善跨境食品的准入与流通管理机制，对于以“工业用途”名义进口却流向餐桌的产品建立追溯与拦截体系，真正筑牢食品安全的全链条防线。

玫瑰盐从网红神坛的跌落，是一次生动的消费教育。它揭示出：在物质丰裕的时代，消费选择往往不再仅仅关乎实用，更与情感、身份乃至价值观紧密相连。然而，当颜色与故事掩盖了标准与科学时，消费便可能异化为一种自我安慰的幻觉。盐的本质是氯化钠，健康的基础是均衡膳食——唯有拨开营销的迷雾，以清醒认知锚定消费决策，人们才能在纷繁的市场浪潮中，守护好舌尖上的安全与钱包里的理性。

来源：北京青年报

玫瑰盐不是高端盐，莫追捧营销噱头

关育兵