

努力开创服务业高质量发展新局面

新华社评论员

服务业是国民经济的重要组成部分,服务业发展水平是衡量一个国家经济发展程度的重要标志。习近平总书记近日就服务业发展作出重要指示,深刻阐明了发展服务业的重大意义、重要原则、重点任务,具有很强的思想性、指导性、针对性,为更好促进服务业优质高效发展指明了方向、提供了重要遵循。

党的十八大以来,我国服务业规模稳步扩大,质效持续提升,在支撑产业升级、满足民生需要、带动就业扩容等方面发挥了重要作用。“十四五”时期,我国服务业增加值连续迈上三个“10万亿元”新台阶;2025年首次突破80万亿元,对国民经济增长的贡献率高达61.4%,对经济社会发展全局的带动作用明显增强。成绩来之不易,发展更上层楼。“十五五”规划纲要明确提出“实施服务业扩能提质行动”。今年政府工作报告将“扩能提质服务业”作为全年工作重点之一。新征程上,要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为

指导,完整准确全面贯彻新发展理念,突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作,深入实施服务业扩能提质行动,推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸,促进生活性服务业高品质多样化便利化发展,培育更多“中国服务”品牌,努力开创服务业高质量发展新局面。

开创服务业高质量发展新局面,要推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。促进服务业优质高效发展是建设现代化产业体系的重要依托。要全链条补强生产性服务业薄弱环节,提高现代服务业与先进制造业、现代农业融合发展水平;大力发展科技服务,提升研发设计、知识产权、科技成果转化等服务能力;提高金融租赁、物流仓储等服务综合竞争力,壮大节能环保、数智化转型等服务,提高增值服务比重;做强做优商务服务,发展高水平第三方专业机构,提高公信力和国际认可度,以服务业优质高效发展为关键突破

口,筑牢现代化产业体系“四梁八柱”。

服务业融通千行百业、关乎千家万户,既是居民就业的主要载体,也是居民服务的主要供给者。开创服务业高质量发展新局面,要促进生活性服务业高品质多样化便利化发展。当前,我国居民消费正加快从“有没有”向“好不好”转变。要适应居民消费结构升级,积极发展普惠可及、个性多样的生活性服务业。要加快补齐养老等普惠服务短板,健全政府购买服务等机制,鼓励批发零售、住宿餐饮特色优质发展,积极拓展新业态新模式,提高家政、物业、快递等服务质量,创新社区集成服务模式。要以带动面广的行业为依托,促进多业态融合发展,聚焦全民健康、文化旅游等,培育一批生活性服务业新增长点,促进日常生活服务更加便捷、公共服务高效适配、文旅体等服务创新发展,更好满足个性化、多样化、高品质需求。

开创服务业高质量发展新局面,要培育更多“中国服务”品牌。今年政府

工作报告把“健全服务业国家标准,培育‘中国服务’品牌”作为扩能提质服务业的具体内容。要健全服务业国家标准体系,研究制定数字消费、绿色消费等新型消费标准,积极主导或参与国际服务业标准制定,夯实“中国服务”品牌的基础。通过有序扩大服务领域自主开放,推动我国服务业在技术、模式、标准等维度与国际先进水平更好接轨、双向赋能。支持服务业企业实施品牌战略,鼓励有条件的大型企业增强服务品牌国际影响力,提升中国服务品牌形象,推动“中国服务”加速走向世界。

促进服务业优质高效发展,关系国计民生,关系现代化建设全局。让我们进一步把思想和行动统一到习近平总书记重要指示精神和党中央决策部署上来,自觉从战略和全局的高度深化对服务业的认识,紧扣扩能提质扎实推进服务业发展重点任务,真抓实干、务求实效,共同谱写服务业优质高效发展新篇章,为推动高质量发展提供坚实支撑。

向“流量收割”乱象亮剑

今年2月份,拥有百万粉丝的财经“大V”“爱理财的小羊”账号被封禁,再度将财经自媒体乱象推至舆论风口。近年来,一批自称“金融专家”“投资导师”的财经博主,以及直播间里的“荐股大师”快速走红,他们通过付费课程、会员社群、实时荐股等方式将流量变现,暗藏过度包装、虚假宣传、诱导投资甚至操纵市场等诸多问题。要根除这一“流量收割”顽疾,必须各方协同、综合施策。监管部门应强化跨部门联动,从“事后封号”转向“事前资质核验与事中实时拦截”,对无资质荐股、虚假宣传等行为依法从严处罚并公开曝光。平台须压实主体责任,严格审核财经主播的执业资质,利用大数据与AI技术对违规内容及时下架、封禁并永久标记违规账号;投资者则需摒弃“一夜暴富”的投机心态,不盲目跟风所谓“大V”。(时锋)

来源:经济日报



王鹏作(新华社发)

乐享春日繁花 美景不止于前

新华社记者 徐壮

看没见过的景、行不一样的路、品最地道的春,方知天地广阔、人间值得。

刚刚过去的清明节假期,多项数据令人眼前一亮:全社会跨区域人员流动量超8.4亿人次;国内出游1.35亿人次,同比增长6.8%;国内出游总花费613.67亿元,同比增长6.6%。热气腾腾的数据背后,是一个更为舒展有活力的春天。

人们乐享假日背后,是休假模式的悄然升级。今年,春假覆盖面持续扩大,多地形成多达6天连休,显著带动家庭出游。数据显示,亲子游订单金额占全国旅游总订单金额的37%。从底蕴深厚的古都名城,到寓教于乐的文博场馆,再到家国情深的

红色景区,共享天伦成为春日里最动人的风景。

繁花满枝岂可负?春假,为孩子们开辟了行走的课堂,拓展了眼界真知。走出学校、走向祖国大好河山。假期长了,800公里以上出行旅客人数增幅明显,人们走得更远、休得更实。在生机盎然的季节,给身心一次休整,给家庭多些陪伴,既是幸福滋养,更为前行蓄能。

春假遇清明,活力满人间,这是百姓对美好生活向往的有力彰显,更是国家最新部署的鲜活实践。今年政府工作报告提出,支持有条件的地方推广中小学春秋假。“十五五”规划纲要要进一步部署,落实职工带薪休假制度,鼓励弹性错峰休假,探索推

行中小学生的春秋假。国家以顶层设计完善保障人民休假的权利,算是激活内需的“经济账”、和谐发展的“长远账”、民生福祉的“人心账”,得民心、合规律、有实效。

从春假出发,美景不止于前。有条件的地方进一步扩大中小学生的春秋假覆盖面,让小朋友们南来北往、身心共育。各地各部门协同联动,丰富亲子游、研学游等优质产品供给,也要完善机制,落实带薪休假、弹性错峰休假政策,让大朋友们敢休假、能休假、休好假。

假日的美好体验,赋予人们饱满的精神、健康的体魄、充沛的干劲。让我们尽情定格春日繁花,带着这份春意与活力,奔赴下一程山海。

婚宴寿宴中常用的喜庆纸杯,广告里宣传“食品级”“可直接待客喝水”,买回家才发现包装小字标注“需配吸管使用”,这一现象被媒体曝光后引发关注。

标识上的大字再大,大不过事实;小字再小,藏不住责任,不能允许消费者被这类打擦边球的把戏糊弄。

日常消费中,商家这种“以大字吸睛、以小字免责”的套路屡见不鲜。直播卖货的主播喊着“全网最低价”,画面边角却藏着“限特定规格、特定人群”;保健品广告大字标榜“疗效显著”,“本品不能代替药物”等必要提示却缩成蝇头小字一闪而过……这种“大小字”游戏,成为部分商家收割流量、规避责任、误导消费的惯用伎俩。

这种行为绝不能被简单称为营销技巧,而是对消费者知情权的损害,对市场规则、法律底线的刻意试探。今年3月,市场监管总局印发通知,剑指“误导性大小字”广告等行为,开展为期半年的清理整治。商家再玩误导消费者的套路,轻则被认定为广告内容不清楚,情节严重引发消费者误判的,将被认定为虚假广告;严重欺骗误导消费者、扰乱市场竞争秩序的,将被依法查处。

管住“大小字”游戏,还需多方发力。各地市场监管部门要压实属地监管责任,真监督、严执法、常曝光,形成有力震慑。电商平台不能当“甩手掌柜”,应履行好审核责任,及时拦截、清理“小字免责”类误导广告。最关键的仍在商家自身,与其挖空心思玩文字游戏、骗一时流量,不如老老实实做产品、清清白白做宣传,靠品质和信誉赢得长久发展。

法律的底线不会被一行小字绕过。浑水摸鱼的“文字游戏”终将被识破,心存侥幸的商家早晚会被消费者抛弃。

『以大字吸睛、以小字免责』,消费者不容糊弄

新华社记者 周芷若 向定杰