

# 给身份信息“加密”，为公共服务“加速”

□李齐

## 光明时评

在杭州东站，旅客们无须掏出身份证，仅凭“刷脸”便能在几秒内完成进站核验；甘肃山区的农户点击手机屏幕，电子签名便可完成农副产品销售合同签署；在北京的医院里，异地医保患者通过动态二维码即可实现“无卡结算”……2023 年 6 月国家网络身份认证公共服务正式上线运行，两年间，原来烦琐的身份认证过程逐渐优化，便捷高效的现实场景发生在每个人身边。

近日，公安部、国家互联网信息办公室、民政部等六部门联合发布《国家网络身份认证公共服务管理办法》（以下简称《办法》），并将于今年 7 月 15 日起施行。国家网络身份认证公共服务是由公安部牵头，联合多部门共同建设的国家级数字身份认证体系，其核心是通过“网号”和“网证”两大载体，为人们提供权威、安全、便捷的网络身份认证服务。

2018 年 4 月，习近平总书记在在全国网络安全和信息化工作会议上强调，“没有网络安全就没有国家安全，就没有经济社会稳

定运行，广大人民群众利益也难以得到保障”。党的二十届三中全会《决定》指出，“增强维护国家安全能力”“加强网络安全体制机制建设”。国家网络身份认证公共服务的推出，正是保障人们网上工作生活的安全与便利、服务支撑公众数字生活安全便捷的关键举措，也是构建数字社会信任的基石。

多年来，互联网平台过度采集实体身份信息，导致数据泄露事件频发，给公众生活带来困扰。近日，中央网信办专门印发通知，从阻断“开盒”信息传播、完善预警机制、加大惩治力度、优化保护措施、加强宣传引导等多个维度明确工作要求，督促各地网信部门、各网站平台进一步强化“开盒”问题整治工作。出现“开盒挂人”违法犯罪行为的一个重要原因，就是网上实名认证带来的个人信息泄露风险。国家网络身份认证公共服务平台通过匿名化技术实现身份信息“可用不可见”，减少明文身份信息的流转，确保个人身份信息不被泄露，构筑起更稳固的公众数字生活安全防线。

当前,数字化服务在推进过程中,仍面

临突破系统和区域壁垒的难题,而身份认证正是其中关键的基础性问题之一。国家网络身份认证以有效安全和统一认证的技术支撑,打通部门、区域和系统之间的身份信息壁垒,让办事更省心、服务更便捷。我们的国家网络身份认证公共服务是政府、市场和社会激励兼容的“中国方案”。

目前，数字身份认证已覆盖 400 多款常用 App，无论是看病挂号、购物，还是转账缴费、考试报名，都能一码通行。注册时只需用身份证或刷脸验证，就能生成专属数字身份。日常使用时无感验证，重要操作可迅速完成加密验证。一个数字身份串联起生活大小事，变成了随身携带的智能保险箱，让生活更便捷、更安心。

国家网络身份认证已远超“替代实体证件”的简单逻辑，而是通过系统的使用推进各种服务领域的创新。在政务服务领域，构建全域互联的信任链条，形成部门间数据协同机制，既避免了反复提交材料，又保障了数据安全可靠。在民生服务领域，通过将身份认证模块深度嵌入医疗、教育等民生场景，既通过秒级核验提升公共服务效率，又基于身份属性标签动

态匹配服务资源。而在商业领域，则建立了“用户主导”的数据交互规则，在“数据可用不可见”的模式下，既避免了企业合规风险，又为数字经济的可持续发展奠定信任基础。

需要指出的是，虽然数字身份认证体系提供了更安全和便捷的选择，但并非强制个人使用。《办法》寻求安全的国家责任和个人责任之间的平衡，遵循自愿使用原则，即在政府可以为个人提供安全便利服务的情况下，个人可以根据自身能力和需要选择。相关部门和互联网平台不得强制使用，并同时保障未使用者的同等服务权益。

国家网络身份认证公共服务既是守护公众信息安全的“防护盾”，也是推动数字经济和社会发展的“加速器”。随着应用场景的深化拓展，这项服务将成为数字中国建设的基础性支撑，让群众在享受便利的同时，真正感受到“安全触手可及”。

（作者系山东大学国家治理研究院教授）  
（来源：《光明日报》）

# 曾陷破产风波的景区凭啥能“起死回生”？

□刘纯银

“景区物价会直接影响游玩体验，龙潭大峡谷内外同价，让我们感受到了久违的用心和诚意。”5 月 28 日，湖北武汉的李宁带着全家在河南洛阳旅游，这里 1 元的冰棍、2 元的矿泉水、2.5 元的黄瓜等平价商品，让他对龙潭大峡谷景区赞不绝口。（6 月 3 日 广州日报微信公众号）

据报道，今年 5 月起，曾因运营公司资不抵债进入破产程序的河南洛阳龙潭大峡谷景区，因平价商品走红网络。“五一”期间，该景区接待游客 9.6 万人次，同比增长 23%，单日最高接待量达 2.3 万人次，创历史峰值。此后，景区每天仍有四五十人的客流量，较去年同期有明显增长。尤其在如今动辄“身价翻倍”的景区，还有 1 元的冰棍、2 元的矿泉水、2.5 元的黄瓜等平价商品，不仅让游客们乐了，网上议论也炸了锅，以致“景区夏天解暑自由”的话题迅速登上热搜。

这热闹背后，藏着一段跌宕起伏的故事。2017 年，龙潭大峡谷因运营公司资不抵债进入破产程序。那时全年旅游收入不足 2000 万元，前途一片黯淡。谁曾想，几年后竟上演了一出“起死回生”的大戏？2024 年景区旅游总收入预计将达到 9774.55 万元，几乎是破产前的 5 倍。

这翻天覆地的变化，凭啥？答案就藏在“平价”和“真诚”四个字里，并且是长达八年的坚守。

平价不是噱头：景区有专人巡查物价，严格管控，绝不允许高价宰客。更为实在的是，他们还建立了“民生商品价格听证会”，邀请游客代表一起商量定价。于是，那 1 元的冰棍、2 元的矿泉水、2 块 5 的黄瓜，价格八年纹丝不动。餐饮住宿也比同类景区便宜约 30%，坚持与山下乡镇物价看齐。

真诚赢得信任：“这次走红，不是靠

营销，也不是卷价格，就是真诚服务。”景区负责人李建仓一语道破。这份真诚，恰恰击中了当下旅游的痛点——游客苦“景区必贵”久矣！一瓶水翻几倍卖，一碗面贵得离谱，“二次消费”在一些地方成了变相掠夺。这种“杀鸡取卵”的做法，害人终害己。据媒体统计，近五年已有多家 4A 级或 5A 级旅游景区黯然破产。

龙潭大峡谷的逆袭，恰恰给困境中的景区开出了三剂“药方”：放下“特权”架子，把游客真当“客人”看，因为他们是需要用心维护的“财源”，口碑就是生命线。建立透明定价机制：通过价格听证会、成本公示，用制度保障物价稳定，而不是运动式检查。转变赚钱思路：从依赖商品“狠宰一刀”的暴利模式，转向靠提升服务与体验吸引人、留住人。薄利也能靠规模和多销带动整体收入增长。

其实，这种做法并非孤例：洛阳老君山 8 年国庆“1 元午餐”暖人心，泰山景区公开矿泉水成本获理解，南宁青秀山推行“内外同价”纠偏……这些都印证了专家所言：当旅游从“卖方市场”转向“买方市场”，唯有真正尊重游客体验，才能赢得市场。“二次消费”本是双赢点，别让它变成信任的断裂带。

一根 1 元的冰棍，救活了一个曾深陷破产泥潭的 5A 景区。这看似“奇迹”，实则是回归服务本质的必然回报。它响亮地提醒所有景区：在过度商业化的浪潮中，真诚与平价恰恰成了最稀缺也最珍贵的“旅游资源”。谁能先放下逐利冲动，实实在在地对游客好一点，谁就有可能成为下一个逆天翻盘的主角。毕竟，旅游本该是开心事，别让高价寒了人心，也别让短视断了自己的生路。

（来源：广西新闻网）

# 从“整治”到“长治”，筑牢农村食安“防火墙”

□张忠德

## 民生观察

4 月 17 日，南国早报全媒体记者从南宁市市场监管局获悉，根据《2025 年南宁市农村假冒伪劣食品专项整治行动方案》，该局从 4 月起至 12 月在全市范围内组织开展农村假冒伪劣食品专项整治行动，聚焦农村地区原料污染、制假造假、欺瞒诱导消费等突出问题。（4 月 17 日 南国早报客户端）

一袋看似诱人的“山寨”零食，可能暗藏安全隐患；一瓶包装精美的“三无”饮料，或许威胁身体健康。南宁市从 4 月起开展的农村假冒伪劣食品专项整治行动，正是向这一顽疾“亮剑”，彰显对农村假冒伪劣食品“零容忍”的决心。

近年来，城市商超日益规范，农村市场却沦为假冒伪劣食品的“重灾区”，背后折射出多重现实困境。一方面，农村消费者尤其是留守老人和儿童，食品安全意识相对薄弱，辨别能力不足，容易被“康帅傅”“粤利粤”等仿冒品迷惑，“便宜就好”的消费心理给了不法商家可乘之机。另一方面，农村市场点多面广、监管力量薄弱，小型食杂店、流动商贩、圩日市场监管难度大，存在诸多盲区，使得假冒伪劣食品有了生存空间。此外，随着电商的发展，一些低价劣质食品通过直播带货、社交电商等新渠道流入农村，进一步加剧了问题的严重性。

农村食品安全，连着千万家庭的健康，也系着乡村振兴的成色。那些包装粗糙、气味刺鼻的假冒食品，本质上是对农

村消费市场的“无序冲击”，是对农民信任的透支。

南宁市此次专项整治行动，可谓直击农村食品问题的“七寸”，从生产、线下销售、线上销售等多环节发力，打出了一套有力的“组合拳”。生产环节严查黑作坊，从源头上切断假冒伪劣食品的供应；线下销售端聚焦圩日市场、城乡接合部，加大排查力度，让“三无”“山寨”食品无处遁形；线上平台强化资质审查，遏制“网红假劣”向农村渗透，体现了监管思维的迭代升级。同时，开展“抽检+处置”的闭环机制，针对食用植物油、乳制品等农村消费量大的品类加大抽检频次，发现问题立即下架召回，避免“头痛医头脚痛医脚”的被动治理。

然而，整治假冒伪劣食品不能仅靠

“一阵风”式的行动。要破解“整治—反弹—再整治”的怪圈，需构建“监管+科普+产业”的长效体系。监管部门可探索农村食品经营户分级管理，对合规商户给予公示表扬，对失信者列入黑名单；基层社区组织应定期开展“食品安全赶集日”，用方言快板、案例图解等农民喜闻乐见的形式，提升辨别能力；更要引导正规食品企业下沉农村市场，通过电商直供、产地直销等模式，让高性价比的正品挤压假冒伪劣的生存空间。

守护农村食品安全，就是守护农民的身体健康，守护农村市场的良好秩序，守护乡村振兴的根基。只有对农村假冒伪劣食品始终保持“零容忍”，才能还农村食品市场一片净土，为乡村振兴保驾护航。

（来源：广西新闻网）

# “带着心跳的中国式现代化”

□李洪兴

## 人民论坛

生活在上海的南非人坦迪丝瓦·洛西，有一个很有意思的说法：“带着心跳的中国式现代化”。

什么叫“带着心跳”？磁悬浮列车疾驰，像是“踏入了科幻小说”；豫园里的园林、池塘、石桥，尽显古朴……洛西在中国看到了现代与传统的和谐交融，“中国的现代化进程并未抛弃它的过去”“而是要创建一个忠实于自己的未来”。

这个“心跳”，是千年文脉的跃动，亘古至今、生生不息。从“考古热”“文博热”“国潮风”，到“魔童降世”、“黑悟空”出世、“唐宫夜宴”舞动网络，越来越

多“古老的”正在成为“新生的”，融入现代生活；从苏州致力于“产城人文”深度融合，到杭州在“人间天堂”“网红之都”与“未来之城”中书写新传奇，传统文化与现代经济相互滋养、交织，正在绘就高质量发展的时代画卷。从中可以深刻感悟“从中华大地长出来的”中国式现代化，是“文明更新的结果”。从未中断的中华文明，从历史深处走来，正走向更远的未来。

这个“心跳”，是现实发展的脉动。心脏自主有规律地跳动，身体才能保持旺盛的生命力，发展同样要保持强大的内驱力。过去的洋火、洋皂、洋铁等靠买进来，如今中国制造业拥有完备齐全产业链，不仅自足还供应世界。《纽约时报》

曾指出，很难想象，一个没有中国产品的美国家庭会是什么模样。何以不再“洋”字当头？唯有自立自强。实践证明，现代化之路的关键，是走自己的路，“中国发展最终还是要靠自己”。

因为“带着心跳”，所以令人“心动”。“中国市场是我们的健身房”，一名外国汽车零部件生产企业高管坦言。市场潜力大、技术革新快的中国汽车制造，牢牢吸引着全球的目光，一个节奏快、强度高的市场，才能锻造出一颗“大心脏”和满身“钢筋铁骨”，去应对激烈的竞争。今日之中国，正以确定性、机遇性和未来性，成为创新的热土、投资的乐土、发展的沃土。

有畅通的血脉，才有强劲的“心

跳”。今年一季度，173.9 亿人次的全社会跨区域人员流动量；2025 年，全社会物流成本有望降低 3000 亿元；前 4 个月，16.34 万亿元的社会融资规模增量；预计今年底，算力规模超过 300 百亿亿次/秒（EFLOPS）……客流、物流、资金流、数据流等顺畅流动，实现资源优化配置，才能涌动成源源不断的发展活力。打通梗阻，补齐短板，让经济循环的“血管”更通畅，发展跳动的“脉搏”将更有力。

向明天、拼未来，14 亿多人的心跳在一起，我们一定能以“活跃跃的”创新创造，“重新定义发展和进步”。

（来源：《人民日报》）

## 文化评析

## 当演艺融入城市的“呼吸”

□常碧罗

当暮色轻垂，重庆渝北区中央公园的草坪上便会悄然上演一场艺术奇遇。戏剧经典独白划破夜色，与沙沙作响的树叶、忽远忽近的虫鸣交织成诗；观众们或盘坐于野餐垫上，或斜倚着香樟树干，目光追随着草地上摇曳的灯光——此刻，大地是舞台，城市天际线是天然布景，而夜色中的每一张脸庞，都被艺术的微光点亮。

草坪上的剧场，是如今城市文化生活的新风景。漫步不同城市，艺术正以意想不到的方式融入日常：在重庆，江畔音乐会的琴声与潺潺水波共振，将流动的音符融进山城的晚风；在山东枣庄，台儿庄古城的演员们化身商贾、船工、文人，在街巷、码头、商铺间自然表演，让游客一览大运河的千年繁华盛景；在吉林长春，南岭净水厂的老厂房上演“变形记”，沉浸式戏剧在此打破舞台界限……从景区的沉浸式旅游演艺项目，到商业街区、产业园区、文博场馆等城市空间的特色演出，这些不同于传统剧场的新型展演模式，给人们带来了耳目一新的文化体验，成为丈量城市文化活力的生动标尺。

当艺术走进生活，石阶可作观众席，咖啡馆转角就是舞台，桥洞下的光影也能编织戏剧。在这个意义上，每个城市都是一座潜在的剧场，每一个日常的生活场景，皆是孕育艺术的温床；而观众不必正襟危坐，散步时与琴声偶遇，驻足间与舞者目光交汇，买菜时耳畔飘来几句诗行，每一次与演出的不期而遇，都可能成就艺术的瞬间。当演艺真正融入城市的“呼吸”，我们便能在“寻常一样窗前月”中，看见“才有梅花便不同”的诗意光华。

曾经，文艺演出如高悬的艺术明珠，往往与剧院的华丽穹顶等紧密相连，给人一种“高大上”却稍显距离感的印象。如今，它们以更松弛、随性的姿态，悄然渗透进城市的肌理。改变何以发生？这其实是文艺演出与观众双向奔赴的美好结果。

一方面，近年来，各地纷纷行动起来，积极探索文艺演出的更多可能性，从上海把历史建筑变为戏剧舞台，到湖南长沙《花开靖港》演出以“一水伴街”的户外实景为舞台，让观众在游船中随剧情穿梭于江岸……这些打破“第四面墙”的演出探索蓬勃生长，让城市空间被演出内容有效填充，成为城市文旅的新亮点。

另一方面，今天人们以更诗意的眼光凝望生活。文化体验感，在于唤醒我们对日常之美的感知力。当更多人期待在文化体验中寻找情感共鸣和深度参与感，他们就不再甘心只做台下的看客，而是迫切渴望走进故事，从“看戏”到“入戏”。这种转变，彰显着人们对文化体验要求的不断提升，也带动更多观众与演员双向互动、共同创作的艺术活动不断上演。

演艺融入街头巷尾，不仅重塑着观众与艺术的互动关系，也催生出文化消费的新业态。这样的探索，不仅关乎文化传承，更指向城市发展的深层逻辑。王勃笔下“物华天宝，人杰地灵”的千年赞叹，在今天体现为文化与经济的良性互动。非遗工坊的沉浸式演出吸引游客驻足，传统技艺转化为可触摸的消费场景；历史街区的行进式戏剧带动客流，文化 IP 成为城市的活力标签……当文化体验与商业生态共振、与消费需求碰撞，文化便不仅是精神的养料，更是涌动的经济活力，为城市的发展创造多元可能。

以文化人、以文促旅，不少城市正在探索可行路径。然而，如何避免“热闹”过后的“沉寂”？新鲜的体验只是一时的，要让文化“润物细无声”地浸润心田，必须遵守“内容为王”的创作原则。可以确信的是，当一座城市能够将“落霞与孤鹜齐飞”的诗意、“江流天地外”的壮阔转化为当代人的精神养分时，它便真正找到了文化传承发展的密钥。

当《牡丹亭》的唱腔在苏州博物馆的白墙下泛起回音，当重庆洪崖洞的吊脚楼投影出川江号子的全息影像，我们感受到了文化在当代的呼吸。这些散落在城市角落的艺术星火，终将连缀成一片灿烂的星河。

（来源：《人民日报》）

## 物业管理宜多元共治

□梁婧

物业管理与居民生活息息相关，直接影响着居民的生活质量和幸福感。需探索更多元的治理方式，通过构建政府、市场、业主三方协同的治理体系，促使物业管理回归“服务业主”本质。

近日，山西省住建厅公布 2025 年物业服务企业首批“红黑榜”，304 家企业登上红榜，146 家企业被列入黑榜。山西省推行物业“红黑榜”制度，是对市场乱象的有力回应，彰显了政府整顿物业市场、提升服务质量的决心，值得肯定。

物业管理与居民生活息息相关，直接影响着居民的生活质量和幸福感。优质的物业服务，能促进小区环境整洁优美、设施设备运行良好、邻里关系和谐融洽；而服务不到位的物业，则可能导致小区垃圾堆积、设施损坏无人维修、安全隐患丛生，让居民苦不堪言。通过建立公开评价体系，政府部门不仅为业主提供了参考依据，也倒逼物业企业提升服务质量。红榜企业获得声誉激励，黑榜企业面临整改压力，这种“奖优罚劣”的机制有助于优化行业生态。此外，“红黑榜”的公布也增强了行业透明度。过去，物业服务质量缺乏统一标准，难以客观评价。如今，政府部门发布基于日常检查、投诉处理等数据的榜单，使市场竞争更加规范。

物业管理涉及千家万户的切身利益，仅靠政府监管和榜单评比远远不够。在“红黑榜”之外，还需探索更多元的治理方式，构建政府监管、市场调节、业主自治相结合的共治格局。物业管理的核心矛盾，在于业主与物业企业之间的权责关系失衡。许多小区业委会形同虚设，业主难以有效行使监督权，导致物业公司“反客为主”，服务质量难以保障。因此，在政府监管之外，必须强化业主自治能力，让业主真正成为物业管理的主导者。同时，推动业委会的规范化建设。政府可简化业委会成立流程，并提供法律指导，确保业委会能够依法行使权力。还可借鉴深圳、杭州等地的经验，推广“业主自管”或“物业联席会”模式，让业主参与服务标准的制定和考核，形成物业公司 with 业主的良性互动。

除了政府监管和业主自治，市场机制也应在物业管理中发挥更大作用。有不少地区小区物业公司长期垄断服务，缺乏竞争压力，导致服务意识淡薄。因此，应推动物业行业市场化改革，鼓励优质企业通过竞标进入小区，让业主拥有更多选择权。

通过构建政府、市场、业主三方协同的治理体系，物业管理将真正回归“服务业主”的本质，为居民创造更加舒适、便捷、美好的居住环境。

（来源：《经济日报》）