

引导民间投资向“新”而行

□邹红 肖翰

光明论坛

近期召开的国务院常务会议，部署进一步促进民间投资发展的措施，明确提出要“拓宽民间投资空间，支持民间资本加大新质生产力、新兴服务业、新型基础设施等领域投资”。新兴服务业是以创新为驱动、以技术为支撑的知识密集型现代服务业业态，主要涵盖软件服务、信息服务、科技推广、检验检测等领域，具有高技术含量、高附加值、高成长性等特征。当前，我国经济增长动力正从传统模式向创新驱动加速转换，新兴服务业正成为孕育新质生产力的关键载体和经济增长的新引擎。会议强调要通过“扩大准入、打通堵点、强化保障”三大举措，切实增强民营企业投资意愿和能力，在经济增长动力转换的关键阶段，推动民间资本更多进入新兴服务业，既能为实现中国式现代化注入新动能，又能满足人民日益增长的多样化、高品质服务需求。

当前，我国新兴服务业已成为民间投资的热点领域，呈现爆发式增长态势。2025

年前8个月，高技术服务业中，信息传输、软件和信息技术服务业民间投资同比增长26.7%，科学研究和技术服务业民间投资增长17.6%，远超传统服务业增速；第五次经济普查显示，各大新兴服务业的营收实现快速增长。通过加快推进服务业制度型开放、纵深推进全国统一大市场建设，并持续优化营商环境，将进一步激发新兴服务业领域的民间投资活力。

扩大准入，为民间资本进入新兴服务业破除制度壁垒。市场准入的宽度直接决定了民间资本的投资空间。进一步打破“玻璃门”“弹簧门”，让民营企业看到清晰的投资机会，才能有效激发其投资热情。一方面，我国持续推进新兴服务业制度型开放。比如，北京、上海、深圳等地相继推出服务业扩大开放试点政策，民营经济进入新兴服务业程度大幅提升。另一方面，在加大取消准入限制措施的同时，还需健全向民间资本推介项目协调机制。2025年江苏省由民企投资的省级重大项目中，新一代信息技术产业就受到政府重点支持。下一步，应在量子计算服务、元宇宙应用、生成式AI等前沿现代服务业领

域，率先推出更多“鼓励类”投资目录，并建立健全民营企业参与新兴服务业标准制定的常态化机制。

打通堵点，畅通新兴服务业要素流动的体制机制通道。投资落地后的运营效率，取决于市场循环是否畅通。数据要素流通、知识产权保护、专业人才培养等等，都是需要关注的重点方面。例如，近年来，成都通过“蓉漂人才计划”、人才安居工程、青年人才驿站等系统性政策，构建了“近悦远来”的人才生态，进一步强化了人才吸引力。只有当数据、知识、人才等关键要素自由流动时，新兴服务业民间投资才能实现高效运转和可持续回报。

投资信心源于稳定的政策预期和有效的风险分担机制。对于技术迭代快、市场不确定性高的新兴服务业项目而言，尤其需要强有力的制度保障来化解“敢不敢投”的后顾之忧。一方面，完善风险共担机制，设立由政府引导、多主体参与的产业引导基金，为重点领域的初创企业提供长期资本支持，更有利于培育突破性技术创新。深圳等地探索的“宽容失败”科技

风险共担机制，有效降低了信息技术服务领域创业者的试错成本。

另一方面，优化政务服务环境，以更高水平政务服务给予新兴服务业民间投资项目支持。例如，上海临港新片区对生物医药研发服务企业实施“白名单”制度，简化审批流程，加速缩短项目落地时间。《中华人民共和国民营经济促进法》的出台，更是在法律层面鼓励、支持民营经济组织在推动科技创新、培育新质生产力、建设现代化产业体系中积极发挥作用，禁止设置针对民营企业的歧视性审批条件，明确民营企业的知识产权、经营自主权受法律保护，为民营科技企业创造了良好的发展环境。

新兴服务业是创新链与产业链深度融合的关键节点，是推动经济高质量发展的重要引擎。站在新的起点上，我们要以更坚定的决心破除壁垒，以更务实的举措打通梗阻，以更有力的保障凝聚合力，让民营企业在新兴服务业领域大显身手，推动我国新兴服务业迎来跨越式发展。

（来源：《光明日报》）

补贴撬动要精准

□刘莉

暑假期间，多个热门旅游目的地推出相关补贴政策，有效促进消费增长。国庆中秋假期又将接续带来新一轮旅游消费热潮，旅游市场依然保持较高热度。

补贴政策能否有效刺激消费，关键在于补贴是否精准。传统发放方式往往存在发放时段集中、核销程序复杂、参与商家有限等问题，影响资金使用效率。今年暑期，一些地区创造性采用“精准客群定向补贴+AI智能核验+政府直补游客”发放模式，在精准化和智能化上做文章，大幅提升补贴效益。

旅游消费补贴应该发挥“四两拨千斤”的作用。旅游市场持续繁荣既需要充分释放消费需求，也离不开优质产品与服务的有力支撑。只有将消费补贴与高质量旅游供给相结合，才能真正激发消费意愿，补贴投入才能转化为消费活力，推动旅游市场健康发展。各地在制定补贴政策时，应注重引导企业提升产品与服务品质，推动业态创新和附加值提升，以满足消费者日益多样化的需求。要以提高旅游目的地知名度和美誉度为导向，借助政企协作增强旅游目的地品牌形象力，实现产业转型升级。

政策效果要长期可持续，必须推动短期刺激向长期效益转化。制定政策时应综合考虑地方财政能力，科学规划资金规模与使用方向，重点投向产品创新与服务提升，不断提升旅游市场的内在竞争力与吸引力。

旅游消费补贴的发放只是第一步，好政策带来的好口碑要靠用心经营才能巩固和延续。继续强化补贴的精准投放与模式创新，提高补贴资金的使用效率和效果，建立健全长效机制，才能助力旅游市场高质量、可持续发展，让消费补贴成为推动行业提质增效的有力杠杆。

（来源：《人民日报》）

低俗婚闹，

别再拿传统说事

□乌语

近日，一网友发布河南洛阳伊川县婚礼现场视频。画面中，新郎被绑在梯子上，浑身已洒满酱油啤酒，有几个人还在向其喷洒啤酒，该视频引发网友热议，许多网友觉得这种婚闹过于低俗。对此，视频拍摄者称，这是当地传统习俗，新郎为自愿。伊川县政府工作人员表示，这属于个例，已对当事人进行沟通教育。

婚闹的由来，说法很多。有说是源于原始社会的“抢婚”习俗：原始部落在黄昏时分到其他部落去抢新郎或新娘，抢回来之后自然要上点“手段”。但这能为今天的低俗婚闹开脱吗？“抢婚”可不背这个“锅”。如今，在我国的一些地区，婚礼仪式上仍然保留着模仿“抢婚”的环节，但整个过程在欢乐氛围中有节有度，并没有羞辱或伤害新郎新娘的行为。

还有一说则更为贴近生活实际。古人通常是“盲婚哑嫁”，不仅缺少婚前交往，甚至素未谋面。新婚之夜，亲朋好友通过嬉闹打破拘谨，帮助新人迅速亲近。然时至今日，“盲婚哑嫁”早已成为历史，人们都是恋爱自由、婚姻自由，新人已无需借“闹”破冰。现实中，很多地方的婚闹早已绝迹，或演化为适度的游戏助兴。

近些年，一些地方的婚闹在“死灰复燃”，而且完全背离了传统，演变为低俗、恶俗甚至涉嫌违法的行为。捆绑、羞辱、肢体侵犯等所谓“节目”，哪里还有帮助新人开启新生活的意思？将新郎绑在梯子上喷洒酱油啤酒，所谓“新郎自愿”，只不过是裹挟着人情压力与现场氛围的胁迫。更有甚者，有的地方不仅对新郎新娘下手，对伴娘甚至宾客也不放过，这些行为披着“传统”外衣，实则充斥着霸凌与侵犯，早已逾越道德与法律的边界。

值得欣慰的是，多地已出台整治婚闹陋习的倡导性规定，民政部门联合基层社区推动文明婚礼新风，执法机关亦多次对造成人身伤害的婚闹行为依法追责。事实上，越来越多的年轻人开始选择简约、温馨的婚礼形式，用创意与真情替代陈规陋习。社会共识正在形成：婚礼的意义在于见证爱与承诺，而非满足猎奇与哄闹。

低俗婚闹，别再拿传统说事。真正的婚俗，应承载尊重与祝福，而非以娱乐之名行伤害之实。新人在人生重要时刻，理应被尊重有加、温柔以待。

（来源：《广西日报》）

一次性拖鞋循环用，

还有理？

□然玉

近日，有住客在网上反映江苏常州万豪酒店循环使用一次性拖鞋，肉眼可见拖鞋已经起球还粘着睫毛。住客向服务员提出异议后，对方送过来一双崭新的拖鞋。对此，涉事酒店承认，出于环保可循环考量，该类拖鞋会回收消毒后复用，且强调拖鞋未标注“一次性用品”。目前，常州市卫生监督所及新北区卫生监督所已介入调查。

消毒后复用？酒店的做法简直是重新定义了“一次性”。常识告诉我们，酒店一次性拖鞋就是供一位住客使用的。但面对质疑，涉事酒店给出回应，强调拖鞋未标注“一次性用品”。言外之意，是顾客自己误用了，拖鞋没有标注“一次性用品”字样，那么就算其本属于一次性用品，也不再是“一次性用品”。这套路辞，堪比“白马非马”。

入住酒店，穿别人穿过的拖鞋，本身就是心理很膈应的事情。尽管酒店方面声称会“回收消毒”，但这一主张其实很可疑。一次性拖鞋，受限于其材质特性，是不适合清洗的。我们知道，酒店布草据称要经过深度清洗、高温消杀，即便如此，依旧问题重重。由此来考量一次性拖鞋的“消毒”，其效果实在难以令消费者放心。

循环使用一次性拖鞋，无疑是酒店极致控制成本的一个缩影。大型连锁酒店的物料采购、使用及后续处理，素来水深。一次性拖鞋被重复使用，实在不必扯上什么“环保”之类的托词。

（来源：《广西日报》）

网络不能沦为负面情绪角斗场

□郑桂灵

为整治恶意挑动对立、宣扬暴力戾气等负面情绪问题，营造更加文明理性的网络环境，央视网办办近期在全国范围内部署开展为期2个月的“清朗·整治恶意挑动负面情绪问题”专项行动。

央视网办有关负责人表示，本次专项行动聚焦社交、短视频、直播等平台，全面排查话题、榜单、推荐、弹幕、评论等重点环节，着力整治挑动群体极端对立情绪、宣扬恐慌焦虑情绪、挑起网络暴力戾气、过度渲染消极悲观情绪等4类问题。

近年来，在算法推送与流量经济的推波助澜下，网络空间的情绪污染已呈病毒式扩散。某些营销号刻意截取影视片段制造“饭圈”对立，将粉丝群体异化为互相攻讦的“数字暴民”；二次元社群中滋生“开盒挂

人”产业链，把网络身份信息变成施暴工具；更有甚者通过编排暴力剧本、传播血腥画面，将直播间变成虚拟“斗兽场”。这些行为如同数字世界的“情绪核弹”，不仅摧毁理性讨论空间，更在青少年群体中埋下暴戾种子。

负面情绪泛滥对个体与社会产生双重危害。研究表明，匿名会显著降低人们的道德约束力，长期置身于网络暴力与负面信息中，极易导致焦虑、抑郁等心理问题，甚至诱发“共情疲劳”的社会心态。而某些极端情绪，还有可能从虚拟空间漫溢至现实生活，成为线下冲突的导火索。

部署开展针对恶意挑动负面情绪行为的专项整治行动，剑指社交平台、短视频与直播领域中肆意蔓延的负面情绪乱象，

这一举措不仅是对网络环境的及时纠偏与深度净化，更是对数字时代公众情绪健康的温馨守护。这需要构建政府主导、平台担责、技术赋能、公众参与的协同治理体系，在多方合力中筑牢网络情绪的安全防线。

对恶意挑动负面情绪的行为，监管部门需要明确其界定与处置规范，并建立“负面情绪内容清单”，为各网络平台审核提供依据；社交媒体与网络平台需平衡商业利益与公共责任，构建“预防—识别—处置”的全链条管理体系。目前，已有平台推出“友善评论”功能，以正向激励引领文明互动，值得肯定。

在技术层面，则应优化内容识别算

法，建立负面情绪传播预警系统，对煽动性言论实施精准拦截；制度层面上要完善网络实名制与责任追溯机制，让每个数字行为都留下可查证的痕迹。治理网络戾气不能止于事后删除，更要前端预防，通过机制约束将不良行为遏制在萌芽状态。而培养提高公众的信息甄别能力与理性表达习惯，则更是一项长期的工作。

网络空间并非法外之地，更不能成为负面情绪角斗场。只有每个人都以理性克制代替冲动宣泄，以客观分析取代标签化评判，以同理心消弭对立情绪，数字世界才能真正成为增进理解、传递温暖的文明空间。

（来源：《广西日报》）

用人工智能打开文旅新空间

□周爱民

人民时评

在2025中国文化旅游产业博览会上，360度全景观影、AR趣味考古盲盒和机器人“乐手”“舞者”等一批创新产品集中亮相，以可感可触的互动体验，为游客打造了一场科技文旅盛宴。如今，走马观花式旅游已难以满足消费需求。依托人工智能技术，文旅产业正逐渐打破传统局限，加速向智慧化、个性化、沉浸式方向升级。

人工智能助力体验式文旅，核心在于构建沉浸互动场景。湖南衡阳船山书院，运用AI模拟当年的讲学情景，王夫之先生穿越时空而来，真正做到让游客与历史人物对话，把300年前的哲学智慧和千年衡州文化

做成了爆款。江西南昌滕王阁景区，打造《千年一序滕王阁》VR体验中心，让游客得以“身临其境”地感受唐代宴席。

通过打破虚拟与现实的边界，推动线上线下深度融合，数字化开启文旅“新感官时代”，为游客带来全新的视听享受，让其在情景互动中收获独特的情感体验。这些创新实践，不仅重构文旅产品的内容生产范式，激活数字创新动能，更能让各地特色文化以更鲜活、更具吸引力的方式触达大众，激发文化传承与发展的新活力。

借助人工智能技术，文旅服务也可以更精细、更有效率。比如，浙江杭州打造文旅智能体“杭小忆”，通过大数据平台整合全市文旅资源，分析游客来源、行为与偏好，基于游客的具体需求与时间要求，实现“千

人千面”的个性化信息推送、路线规划与产品推荐。杭州西湖景区还推出“数字导游”，“亲子游”推荐曲院风荷的荷花科普、“文化游”讲解岳王庙的历史故事。使用“数字导游”的游客平均停留时间延长至5小时，景区二次消费收入增长30%。可以说，实现精准营销，提升服务体验，人工智能技术功不可没。

人工智能还可扮演旅行管家的角色。输入旅行时间、预算、兴趣爱好等条件，短短几分钟，一份由AI生成的详细旅行计划便摆在面前。越来越多游客尤其是年轻人，开始选择使用AI进行个性化行程定制。从游客视角来看，人工智能更好让游客从“旁观者”转变为“参与者”，甚至是“设计者”，既满足了个性化消费，又提

升了用户黏性。从产业发展来看，依托“大模型+大算力+大数据”架构，深度挖掘分析海量用户数据，精准勾勒游客画像、预判市场需求趋势，可以为产业发展提供科学决策依据，极大提升产业运营效能。

习近平总书记强调：“让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。”通过人工智能赋能，坚持以人为本和科技向善，以技术迭代提升服务效能、创新产品设计、丰富消费体验，就能开拓文旅产业高质量发展新的想象空间和增长点，实现经济发展、民生改善和文化繁荣的共赢。

（来源：《人民日报》）

升级便民服务，让品质生活“进阶”

□赵家宁

光明时评

新衣服想要修改尺寸，打开手机小程序就能查找附近的缝补摊；居家养老，社区食堂实惠的健康餐可配送上门；周末充电学习，社区服务中心开设的自习室24小时运营……眼下在各地，像这样层出不穷的“圈”、“近”享便利的生活场景正多点开花。

商务部数据显示，截至今年7月底，全国210个试点地区共建成便民生活圈6255个，涉及养老、家政、餐饮、零售等商业网点150.3万个，服务居民1.29亿人。自2021年一刻钟便民生活圈建设试点启动以来，遵循“缺什么、补什么”的原则，各地以“一圈一策”优化社区设施布局，补齐社区服务功能，提高消费便利水平。得益于试点的推进，不少居民曾经的“急难愁盼”现今在家门口找到了舒心便捷的“新解法”。

社区生活服务网是城市经济的“毛细血管”，也是服务民生的“最后一公里”。一刻钟便民生活圈的建设不仅弥合了割裂的城

市功能区，方便了百姓快节奏的日常生活，更激发了社区商业活力和消费潜力，为创新创业开辟了新的想象空间。在此基础上，便民生活圈还与城市文化健身圈、就业服务圈、养老育幼圈等互动融合，促进了各类优质资源下沉基层，城市的宜居性、舒适度得到了有目共睹的提升。

从柴米油盐、小修小补，到丰富多彩的文化活动、与时俱进的公共服务，燃起烟火气的便民生活圈，重新定义着城市生活的幸福内涵。如果说配齐早餐点、菜市场、修补摊等是为了保障刚需“底线”，那么养老、托育、健身、夜校等业态的嵌入，则更好满足了人们日益多样化的常态需求，推升了社区生活的品质“高线”。在长沙，遍布社区的共享健身房让“想练就练”成为现实，居民参与健身的成本大大降低；在苏州，公共图书馆将服务“触角”延伸向社区，依托线上借阅平台，读者可以享受家里下单、全市“调货”、就近取书的便利；在上海，下楼即到的“宝宝屋”专为0至3岁婴幼儿提供托育服务，家长的“带娃”难题有了社区

“搭把手”……

多元业态“入圈”的背后，是社区治理方式和商业运营逻辑的深刻变化。有观察报告就指出，一刻钟便民生活圈提速建设的同时，正呈现出集约化、连锁化、数智化等新特点。集纳社区食堂、图书室、日间照料、菜场摊位、餐饮商超等多种业态的邻里中心、社区综合体，与大型商圈形成明显的差异化定位，“一站式”服务既方便居民又聚拢人气。而连锁商业进驻社区，让居民就近享受到平价的标准化合品和服务，也带动了周边小微经营主体提质增效。由此不难看出，打造一个贴心而富有活力的便民生活圈，一方面需要政府的统筹引导，一方面也离不开市场作用的发挥。硬设施与软环境同步提升，惠民生与促消费双向发力，才能塑造健康的社区商业生态和可持续的公共服务模式。

随着城市化进程转入新的阶段，城市治理的视角越来越聚焦，个体感受、细节体验被不断“放大”，以“人”为核心的

价值导向愈加凸显。“15分钟”的时间尺度看似微不足道，却衡量着城市居民的生活幸福感，体现着一地的治理水平和发展理念。日前，商务部等9部门发布《关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》，瞄准不同年龄群体的多元需求，提出打造“活力潮巷”“银发金街”“童趣乐园”、推广“社区商业+”等具体举措，指导各地建设完善宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的“进阶版”便民生活圈。增量政策的适时出台，正是对人们美好生活期待的积极回应。

当然，扩充社区功能与业态，并不意味着要求大求全、标新立异，无论是引入新模式还是培育新场景，都不能忽视社区的实际情况，更不能脱离便民的建设初衷。说到底，打造一刻钟便民生活圈没有“唯一正确”的模板，只要从真实的需求出发，循序渐进、精准施策，就能让更多人感受到城市的善意与温度。

（来源：《光明日报》）