

稳企扩岗精准促就业

□张林山 公丕明

就业是民生之本、发展之基，稳促就业不仅直接关系亿万劳动者的生计福祉，更关乎经济循环畅通、社会大局稳定，是推动高质量发展、迈向共同富裕的重要支撑。人力资源和社会保障部日前发布的数据显示，今年前9个月，全国城镇新增就业完成全年目标任务的88%，9月份城镇调查失业率环比下降0.1个百分点，就业形势保持总体稳定。未来，要继续深入实施就业优先战略，健全就业促进机制，加强产业和就业协同，积极培育新职业新岗位，构建就业友好型发展方式。

当前，我国就业工作呈现出鲜明的主动治理特征，从过去的被动应急转向前瞻性、系统性布局，就业优先已成为贯穿宏观政策的主要考量。这一转变深刻影响着发展方式的演进——经济增长不再单纯追求GDP增速，而是将就业创造作为核心约束条件；产业政策不再仅看税收贡献，而是把岗位吸纳能力作为重要标尺；区域协调不仅算经济账，更统筹考虑劳动力供需平衡。近年来，这一战略导向已显现成效。

在宏观政策层面强化就业优先导

向。财政政策要加大支持就业力度，通过就业补助资金、职业技能提升行动资金等渠道，为企业稳岗扩岗提供有力支撑。货币政策要注重与就业政策的协调配合，用好普惠金融等政策工具，帮助中小微企业解决融资难题，稳定就业岗位。产业政策要突出就业导向，在推动产业升级的同时，要注重保持就业容量，避免出现大规模结构性失业。

着力推动产业升级与就业扩容提质互促共进。大力培育战略性新兴产业与未来产业，在人工智能、生物制造、新能源、新材料等前沿领域提前布局人才培养储备，创造出大量高质量就业岗位。服务业对就业的贡献度持续提升，知识密集型服务业迅猛发展，已成为吸纳高校毕业生等青年就业的重要领域。民营经济活力不断增强，在稳就业中发挥着不可替代的关键作用。

也要清醒认识到，就业总量压力与结构性矛盾并存的局面尚未根本扭转，

制造业招工与高校毕业生就业“两头难”问题依然存在。破解这些难题，必须多措并举、精准发力，让就业“基本盘”更稳固、“水平线”再提升。

在宏观政策层面强化就业优先导

出位置，拓宽市场化社会化就业渠道，稳定公共岗位，鼓励基层就业与自主创业。农民工就业关系乡村全面振兴和新型城镇化建设，要持续推动农民工就业，加强技能培训，支持返乡入乡创业。对就业困难人员开展针对性帮扶与必要援助，保障零就业家庭动态清零。健全就业公共服务与失业保障体系，建立就业风险监测预警机制，及时研判形势，防范化解风险。

持续优化营商环境，激发经营主体活力。企业是吸纳就业的主力军，只有企业稳，就业才能稳。要深入落实促进民营经济发展的各项政策措施，切实解决民营企业在发展中遇到的痛点难点，稳定经营主体预期，增强企业扩岗能力。着力破除制约劳动力、人才在城乡、区域间自由流动的体制机制障碍，促进就业市场更加高效、有序。完善促进创业带动就业的保障制度，支持和规范发展新就业形态。健全劳动法律法规体系，完善劳动关系协商协调机制，保障劳动者合法权益，促进劳动关系和谐稳定。

(来源：《经济日报》)

立足优势壮大文创产业

□常绍舜 路顺

从故宫博物院的“千里江山图”文具常年热销，到河南博物院的考古盲盒引爆年轻消费市场，文创产品已跳出景区纪念品的范畴，深度融入日常生活，成为大众消费的新宠。国家文物局报告显示，2024年全国博物馆文创产品销售收入达34.28亿元，同比增长63.7%。作为文化传承与经济发展的重

要连接点，文创产业不仅是展现文化自信的鲜活载体，更显示出驱动相关产业

转型升级、实现高质量发展的潜力。

我国文创产业呈现出创意驱动、跨界融合、生态赋能的鲜明特征。在产品创新层面，实现了从文物复刻到创意转化的跨越，不再是简单复制文物图案，而是通过创造性转化让传统文化适配现代生活，如将非遗苏绣融入家居装饰、把古建榫卯结构转化为文创设计，兼具文化内涵与实用价值。在产业形态层面，“文创+”跨界融合已成主流范式，“文创+科技”催

生故宫博物院的“数字故宫”，其中VR技术让养心殿复原突破时空限制，实现了沉浸式体验；“文创+旅游”推动丽江、乌镇等地打造场景化消费，让游客在非遗体验中完成消费转化；“文创+制造业”带动传统轻工业企业升级，形成从设计到生产的完整产业链。

与国际文创产业相比，我国文创产业凭借文化底蕴与创新模式形成独特优势。日本文创以动漫IP为核心，虽然产业链成熟，但文化内核相对单一，受众较为局限。美国迪士尼则以影视内容驱动，通过IP授权覆盖主题公园、消费品等领域，但文化表达偏重于商业叙事，且传统底蕴不足。而我国文创产业则建立起一个以传统文化为根基，以参与体验为路径，实现全民共享的独特生态。例如，四川三星堆博物馆推出的文物修复盲盒，通过模拟考古发掘与文物修复流程，让用户感受历史厚重感。

又如，敦煌“数字供养人计划”借助互联网让公众参与敦煌壁画的保护工作，形成了情感共鸣，实现文化遗产的数字化传承。这种以现代场景和互动体验来活化传统文化的模式，实现了文化价值、情感价值与经济价值的统一，具有很强的差异性优势。

也要看到，在文创产业发展过程中，目前还存在一些问题。有的产品同质化现象严重，文创产业链上下游耦合不足，上游创意和市场存在脱节的情况，下游生产与销售模式不够灵活，导致产品难以和消费需求匹配，创新成果未能得到有效转化。未来，要在宏观政策、中观产业与微观企业三方面精准施策。

宏观层面，完善顶层设计与政策支持体系。制定产业专项规划，明确目标、领域与布局，防范同质化竞争。优化财税支持，设立创新基金，对IP转化与产业链协同项目给予补贴与融资扶

持。加强知识产权保护，严厉打击侵权，营造公平市场环境。

产业层面，推动产业链协同与产业集群建设。贯通产业链条，依托龙头企业带动上下游协同，并通过对接平台促进资源精准匹配。积极拓展“文创+”融合业态，以开辟产业新增长空间。引导资源向特色产业集群聚集，实现集约发展，并建立行业标准与综合评价体系，引领文创产业迈向高质量轨道。

企业层面，强化企业创新能力和市场适配性。通过组建专业团队，联合高校、非遗代表性传承人深入挖掘文化IP内涵，结合现代审美创新，打造差异化产品。建立市场调研机制，依托数据分析精准定位客群，实现以需定产。此外，还要加大技术投入，运用数字手段开发沉浸式、互动式文创，优化体验感，提高生产效率。

(来源：《经济日报》)

随机抽点，检验干部真功底

□周荣光

近日，安徽省委理论学习中心组学习会议上，省委书记随机抽点6名正厅级干部发言，这一打破常规的做法引发关注。看似简单的“随机抽点”，向广大干部传递着明确信号：领导干部必须善于学习，勤于思考，亲自动手。

长期以来，部分领导干部的会议发言已形成固定模式：会前秘书操刀，会中照本宣科，会后束之高阁。这种“秘书写稿、领导念稿”的循环，不仅使发言失去了思想火花与个人特色，更折射出一些干部存在学习浅尝辄止、思考浮于表面的问题。当发言沦为“念稿比赛”，当思想成为“代笔产物”，学习、总结的实效必然大打折扣。

随机抽点发言的价值，在于打破了既定套路。它要求领导干部必须对本职

工作全盘掌握，对理论知识深刻领悟，更要有独立思考与即席表达的能力。这种“突击考察”，考的不仅是临场应变能力，更是平时的学习积累与思考深度。

当前，新形势、新任务对干部的学习能力提出了更高要求。“怎么做”的前提是深入理解“为什么”，这就需要领导干部原原本本学、融会贯通学、联系实际学，而非依赖秘书整理要点、准备讲稿。

善于学习是领导干部的基本功。在知识爆炸、形势多变的今天，领导干部若不能持续学习、深化认识，就难以应对新挑战、把握新机遇。学习不是简单读文件、听报告，而是要沉心研读、细嚼慢咽，将党的创新理论内化于心、外

化于行。

善于思考是领导干部的重要能力。“学而不思则罔，思而不学则殆。”领导干部要对本领域发展有前瞻思考，对存在问题有深入剖析，对解决路径有创见。这种思考应当是主动的、持续的，而非被动的、应付式的。

能否亲自动笔，是检验学习思考成果的试纸。这并不是要求领导干部事必躬亲、拒绝团队协作，而是强调核心的思想、观点、思路应当源于本人之思、出自本人之手。动手写稿的过程，本身就是梳理思路、深化认识、凝聚共识的过程。依赖秘书代笔，表面上省时省力，实则失去了宝贵的思想锤炼机会。

从安徽省这次随机抽点出发，领导干部要保持自省：平时学习是真心投入

还是走走过场？工作思考是深入透彻还是浮于表面？重要发言是凝聚个人思考还是完全依赖他人？

学风关系党风，话风体现作风。一个学习型政党必然要求其成员成为学习模范、思考先锋。当每位领导干部都能把学习当作政治责任、精神追求、生活方式，当独立思考、亲自撰文、即席表达成为自觉行动，我们党的执政能力和领导水平必将得到新的提升。

随机抽点发言，抽掉的是形式主义的遮羞布，抽出的是求真务实的新气象，检验的是相关干部的真功底。期待这样的举措能推动领导干部在学习上下真功夫、实功夫、苦功夫，以真才实学服务人民，以担当务实推动发展。

(来源：《广西日报》)

平台企业缘何着迷“点评”业务

□余颖

最近，挑起外卖大战的京东，又高调宣布推出京东点评。加上此前阿里旗下高德地图推出的“扫街榜”，深耕多年的大众点评，以及抖音的烟火榜、百度的爱去榜、携程的口碑榜……互联网巨头为啥突然这么关心用户能不能吃好、玩好？

这可不是互联网巨头们心血来潮，而是因为在服务消费时代，点评已成为重要的流量入口。

平台希望找到缓解增长焦虑的新解药。传统电商增长已步入平稳期，今年

“双11”的平平淡淡，很多人都感受到了。但是，吃饭、看电影、和朋友聚会、带孩子做手工等，这些服务型消费需求还很大。而且相较食品、美妆、日用等，餐厅好不好吃、游乐场好不好玩都是比较主观的判断，做决策高度依赖口碑与体验分享。谁能提供最可信的参

考，谁就扼住了服务消费的咽喉。

所以，京东不只做家电产品的评价库，更要介入消费者选择餐厅的决策；高德也不满足于导航，而是要成为影响游客去哪儿的指南。一句话，平台希望通过点评内容留住用户时间，创造高频接触点。

对商家而言，多一个榜单，就等于多开了一扇直面消费者的窗口。在营销成本高企的今天，一个宣称“不商业化”的新平台，意味着能以极低的成本直接触达海量潜在顾客。

消费者也不排斥。反正是免费看，多个参考渠道也没什么不好，说不定还能发现新地方，顺手“薅”个优惠套餐也不错。

但需注意一点：点评欢迎，“水评”走开。用户花那么多时间一条条评论，是想挑到纪念日能留下好印象

的餐厅、带孩子出游时能玩得开心的酒店、和朋友聚会时能舒舒服服聊天的咖啡厅，我们可不想看到模板化的好评、精修的“照骗”。

有点点评模式在这方面仍有改进空间。被忽悠了太多次的消费者都总结出经验了：“3.8分的餐厅可能有惊喜，4.8分的餐厅容易踩雷。”这虽然是“不完全统计”，但也反映了消费者对“水评”的抵触和无奈。

点评的基石是信任。用户写下真实感受，是相信能帮助其他陌生人；平台聚合信息，相信其公正性能赢得用户；商家接受公开评价，是相信透明市场会奖励真正的好产品、好服务。然而，这份契约，正被花钱买来的“水评”、折扣换来的美言和恶意差评持续蚕食。

更棘手的挑战，则在于平台的双重角色。它既是维护真实性的“裁判”，

又是追求流量与收入的“选手”。一个看似繁荣的内容生态，即便掺杂水分，短期内也确实能带来更漂亮的数据。如何平衡这对矛盾，极大考验着平台的决心与智慧。

新玩家如果想破局，就不能只在功能上复刻，而必须在信任机制上重构。与其宣传“用户最多”“增长最快”，不如用更聪明的算法识别虚假，用更坚定的规则约束刷屏，通过消费凭证、行为分析等手段，让真实声音被听见。

点评是门流量生意，但它更是一门关于信誉的长期生意。平台争夺的，表面是点击与停留，内核却是人心与公信。一旦信任流失，或者压根儿没有建立起，那么数据再漂亮的推介、界面再华丽的榜单，恐怕也只能自娱自乐了。

(来源：《经济日报》)

抓住健康消费新机遇

□卢杨静

购买护肝片、定制健康餐食、参加健身课……当下，越来越多年轻人正以极大的热情投入健康管理。他们虽然常以“脆皮”自嘲，却也用实实在在的消费，构建起一套全新的健康逻辑。

三是技术驱动的数字化与智能化。智能手环、健康APP等数字工具，将健康监测与管理无缝嵌入日常生活。它们不仅是数据记录工具，而且通过与AI结合，进化为早期健康风险的“监测哨”和个性化生活建议的生成器，构成了“数字健康”新赛道。

年轻人自嘲的“脆皮”实际上体现了新一代消费者对自身健康状态的高度敏感，并且愿意为之投资的主动管理意识。随着时代的进步，“以人为本”与“投资于人”的理念日益深入人心。数据显示，我国居民健康素养水平从2012年的8.80%上升到2024年的31.87%。在这一背景下，年轻的消费者不再简单遵循“病了才治”的传统模式，而是更早、更主动地关注健康问题，并将其视为一种需要长期投资、精细管理的“核心资产”。

这背后涌动的是对更高品质生活的积极追求和强大的消费潜能。这种理念转变，使健康消费从“治已病”向“治未病”转变，新的需求也牵引着供给侧的创新与变革，推动健康产业的全面升级。

一是产品形态的轻量化与场景化。传统滋补品一改厚重形象，以“即食燕窝”“冻干灵芝精华”等形态融入消费者的生活，催生了“功能零食”“便携滋补品”等新品类，以及与之配套的“办公室健康轻食”“居家轻健身装备”等细分市场。

二是服务模式的个性化与订阅化。

健康消费不再局限于实物产品，

更延伸至个性化的服务。从按月定制的健康餐食到一对一的在线健身指导，其核心是为用户提供持续优化的健康解决方案。

四是技术驱动的数字化与智能化。智能手环、健康APP等数字工具，将健康监测与管理无缝嵌入日常生活。它们不仅是数据记录工具，而且通过与AI结合，进化为早期健康风险的“监测哨”和个性化生活建议的生成器，构成了“数字健康”新赛道。

一系列变化为品牌发展指明了新方向。对企业而言，应深刻理解“真诚是最好的商业模式”，摒弃炒作概念、制造焦虑的短期行为，沉下心来投入研发，凭借扎实的科技支撑和可靠的产品体验，真正满足甚至超越年轻一代消费者对健康生活的期待，才能在这片蓝海中建立持久的竞争力。

从更宏观的视角看，这一变化也具有深远意义。正如《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》中强调的，实施健康优先发展战略，健全健康促进政策制度体系。政策引导与消费趋势正在形成共振，推动一场围绕健康的变革。读懂这场变革，不仅关乎市场机遇的把握，更意味着我们必须重新审视未来的核心命题：未来的劳动方式，将更尊重人性化的节奏；而理想的生活形态，将是健康与日常的彻底融合。

(来源：《经济日报》)

低空经济拒绝“三无飞机”

□江涵

近期，央媒记者在实地探访中发现，一些没有型号合格证、没有生产许可、没有适航许可、没有所有权备案的飞机产品，在市场里销售流通。

造“三无飞机”的不择手段、损人利己：面条厂里“搓飞机”，农田里搞试飞，把二手车发动机装到飞机上，以在购买合同上标注“只供展示”为“黑飞机”转嫁使用风险……

买“三无飞机”的无视风险，甚至沆瀣一气：为逃避监管，买家与卖家签“配件套材”合同，最后完成整机组装；不少买家没有飞行执照，花钱购买各种可以“黑飞”的设备和证书；在短视频平台上大秀“三无飞机”，既收割流量，又做足广告……

非法造飞机的厂家无法无天，从非法渠道买飞机的个人无知无畏，直接的结果就是“三无飞机”后患无穷。如去年9月，四川有驾驶者因操

控此类飞机在直播过程中坠亡。

悲剧当止，乱象得治。“三无飞机”生产销售早已有之，现在随着低空经济热潮，呈现出逐浪上升的趋势。若不防控行业“劣币”，将会危害整个低空经济的健康成长。

对“三无飞机”黑色产业链须亮出监管利剑，对民间飞行爱好者的飞机制作、交易及零件采购等要强化管理，对平台上为“野飞机”站台背书的宣传品当下架处理……以全方位的监管，拒绝“三无飞机”成为低空经济的麻雀制作者。

低空经济，安全第一。要确保低空飞行活动安全，前提是确保参与低空飞行活动的各种飞行器足够安全。没有安全可言的“三无飞机”，不只应当远离低空经济，更要远离任何生产生活场景。

(来源：《广西日报》)

深耕“场景”激发科创“胜景”

□许愿

不久前，国务院办公厅印发《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》，首次在国家层面对场景培育开放进行系统部署。看似细微的“场景”二字，实则内蕴驱动产业变革、催生颠覆性技术的巨大能量，是撬动全局创新的重要支点。

创新的火花，不会在真空中迸发，而是在具体场景的磨砺中绽放。历史上，许多重大创新并非源于技术的单点突破，而是源于新场景的开拓与需求的精准捕捉。当前，新一轮科技革命和产业变革深入推进，谁能更快、更好地创造出丰富而高质量的实践场景，谁就能在新赛道上抢占先机、掌握主动。

场景的真正价值，根植于培育，依托于开放。开放，意味着打破藩篱，让数据、资源、机会在更广阔的的空间奔涌交汇。政府部门要勇于率先“吃螃蟹”，根据自身实际情况，开放城市管理、公共服务、政府运行等公共场景，为新技术、新产品提供“试验田”和“磨刀石”。同时，要积极引导龙头企业、平台企业开放产业链、供应链资源，形成大中小企业融通创新的生动局面。此外，还应建立公平、透明的规则体系，保障各类经营主体平等获取场景资源、参与竞争。

必须看到，当前各地在场景供给

与开放上仍存在短板。一些地方对场景的理解还停留在“盆景”式的项目展示阶段，缺乏“森林”式的生态培育。部分领域存在数据孤岛、行业壁垒，优质场景资源未能充分向社会开放。场景创新的激励机制和风险容错机制亦有待完善。着力破解这些问题，通过系统性的政策引导，变“被动等待”为“主动培育”，变“零星散落”为“体系布局”，变“封闭独立”为“开放共享”，才能真正让场景的活水奔涌起来。

首次在国家层面对场景培育开放进行系统部署，彰显发展理念与发展模式的深刻变革，这要求我们从过去侧重于技术研发的“供给推动”，转向技术与市场需求协同演进的“双向奔赴”，让技术创新在真实生态的复杂考验中，完成从“样品”到“产品”的飞跃。这种以场景