

人民日报评论员文章：

# 全面深刻准确领会和把握“十五五”战略部署

## ——论学习贯彻习近平总书记在省部级专题研讨班开班式上重要讲话

“党的二十届四中全会对‘十五五’时期经济社会发展作出战略部署，要全面深刻准确领会和把握。”在省部级主要领导干部学习贯彻党的二十届四中全会精神专题研讨班开班式上，习近平总书记就如何学习贯彻全会精神提出明确要求，深刻阐明了把握国内外形势变化、建设现代化产业体系、构建新发展格局、推动经济和社会协调发展等重大理论和实践问题。

现代化产业体系是中国式现代化的物质技术基础，将其摆在“十五五”时期各项战略任务第一条，是党中央经过深思熟虑的战略考量。如何做到全面深刻准确领会和把握全会精神部署，不妨以此为例进行阐释。

看发展大势，“十四五”时期，我国现代化产业体系建设迈出坚实步伐。2025年，我国制造业规模有望连续16年保持全球第一，规模以上装备制造业、高技术制造业增加值同比分别增长9.2%、9.4%，人工智能、生物医药、机器人等研发应用走在世界前列。实践证明，实体经济强是我国发展优势所在、根基所在。这些年我国经济顶风破浪、保持强大韧

性和活力，战略依托就是完整的产业体系。

看发展全局，当前我国发展战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多，以人工智能为代表的新一轮科技革命和产业变革加速突破。形势越是复杂多变，越要守牢实体经济这个根基、加快建设现代化产业体系。从“为实现第二个百年奋斗目标提供坚强物质支撑”“在日趋激烈的国际竞争中赢得战略主动”的全局视野思考其定位，就能深刻领会党中央决策意图、部署初衷。由此来看，“全面”就是要以全局视野领会全会精神，将各项部署作为一个整体来把握。我们要全面领会“十五五”时期经济社会发展的重要意义、面临形势、指导思想、重要原则、目标任务、政策举措等，以全局观念和系统思维谋划推进各项工作，不能顾此失彼，更不能断章取义。

建设现代化产业体系的内涵是什么？怎么建？把这些问题的想清楚、搞明白，才能做到认识上更到位、行动上更自觉。

建设现代化产业体系是要实现产业体系整体跃升。习近平总书记强调：“各地区各行业

要找准定位，坚持智能化、绿色化、融合化方向，发挥比较优势，形成上下游产业相互衔接、各展其长、同向发力的生动局面。”这为推动产业体系整体跃升指明了实践路径。现代化产业体系的骨干是先进制造业。“十五五”规划建议提出，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，指向的就是保持制造业合理比重、大力发展先进制造业。

由此来看，“深刻”就是要对“十五五”规划建议各项部署知其然又知其所以然，既明白是什么，又明白为什么、怎么做。“十五五”规划建议作出的重大判断、提出的创新举措，都是经过充分论证的。我们要真正理解透彻，避免囫圇吞枣、一知半解。

建设现代化产业体系，发展新质生产力是必然要求。总书记多次强调发展新质生产力要“因地制宜”，在中央经济工作会议上，就曾批评“一些地方不顾实际，盲目追风口、看别人搞芯片，自己也搞。看别人搞‘新三样’，自己也不甘落后”。

指出“发展新质生产力不是要忽视、放弃传统产业，要防止一哄而上、泡沫化，也不要

搞一种模式”，强调“要根据本地的资源禀赋、产业基础、科研条件等，有选择地推动新产业、新模式、新动能发展”……总书记的深谋远虑，始终有“先立后破”的清醒冷静，蕴含“因地制宜”的实事求是方法，指引我们立足实际推动科技创新和产业创新深度融合。

由此来看，“准确”就是要精准把握“十五五”规划建议各项部署的政策界限和尺度，做到该为的必须为、能做的努力做、不该为的决不为。党中央的决策部署是立足全国发展大局制定的，带有普遍性、全局性、方向性。不同的举措，在适用范围、进度要求、实施手段上有差异，都要根据具体情况把握好。学之愈深，知之愈明，行之愈笃。我们要坚持不懈从习近平新时代中国特色社会主义思想中悟规律、明方向、学方法、增智慧，全面深刻准确领会和把握党的二十届四中全会的战略部署，胸怀全局、登高望远，学以致用、知行合一，在战略上保持定力，在战术上精心运筹，奋力开创中国式现代化建设新局面。

(新华社北京1月21日电)

# 让“生态产品价值”有量有据

□韩宝龙

近日，《生态系统评估 陆域生态产品总值核算技术指南》国家标准由市场监管总局发布实施，为科学量化绿水青山对人类提供的产品、服务及其价值提供了技术依据。

生态产品总值是指一个地区的绿水青山在一定时期内（通常是一年）为人类提供的各类产品和服务的货币价值。这些产品和服务通常包括三大类：物质产品类，如依赖自然生态过程与功能生产的农林牧渔产品，如粮食、木材等；文化产品类，如依托自然生态景观为人们提供的美学价值；调节服务类，如水源涵养、土壤保持、环境净化、洪水调蓄等为人类提供和维持生存与发展的环境。通过市场价格或替代工程价格为这些产品和服务定价，从而知道身边的“绿水青山”每年为我们贡献了多少价值。

这项国家标准的出台，可以看作是对我国20多年来落实绿水青山就是金山银山理念、开展生态产品价值核算与应用工作探索成果的总结和提升，更是对各地开展生态产品价值核算工作需求的响应。“生态产品”这一名词最早见于《国务院关于印发〈全国主体功能区规

划〉的通知》。经过10余年的探索，广东深圳市、浙江丽水市、浙江省、江西省、北京市等地于2021年至2023年相继出台了适应本地情况的地方标准；国家发展改革委联合国家统计局于2022年印发了部门规范《生态产品总值核算规范（试行）》，并于2024年组织首批国家生态产品价值试点地区进行了生态产品总值核算规范培训。截至2025年年底，全国超过半数的省份和地级市开展了生态产品总值核算。这项国家标准的出台，能够有效规范各地生态产品价值核算工作，让核算结果在更大范围内可比、可用，进而促进全社会生态价值意识和生态管理水平的提升。

量化生态产品价值，有助于认识生态系统对人类福祉的贡献，提升全民生态价值意识。绿水青山就是金山银山理念深入人心，但为何是金山银山，分量多重？还要数据支撑。2025年9月，北京市生态环境局发布的2024年全市“绿水青山”提供的调节服务价值3731.8亿元。其中，生态系统的调节服务价值相当于为北京节约降温能耗4300亿千瓦时，削减暴雨径流21亿立方米。2025年4月，北

京市延庆区为野鸭湖湿地公园、世园公园颁发调节服务价值牌，中关村延庆园将生态产品价值写入园区ESG（环境、社会和公司治理）报告，邀请大家“亮”出生态价值，提升全社会生态价值意识。

量化生态产品价值，有助于将生态效益纳入经济社会评价体系、创新生态管理政策举措。核算规划的丰富应用场景，让这项工作具有极强的生命力。深圳市于2021年在全国建立首个由政府运行的生态产品核算制度体系，并率先提出GDP与GEP（生态产品总值）双核算、双提升、双考核的工作部署。自2022年以来，该市已连续4年发布生态产品总值核算结果，并先后将GEP核算结果用于生态保护绩效考核、生态保护规划、生态环境损害赔偿、区域规划环评等工作，实现了从原来生态系统面积管理“一刀切”，向兼顾数量、质量与价值的生态产品总值管理转变。

量化生态产品价值，有助于将生态价值转化为经济效益、促进生态资源可持续利用。北京门头沟区、浙江衢州市、江西九江市、湖南怀化市将GEP引入自然资源开发项目投融资

评估，贵州铜仁市、浙江丽水市将GEP引入信用评估，让金融机构能够看懂并认可生态价值。2025年5月，北京市率先建立GEP-R（调节服务价值）与GDP“交换补偿”机制，7个生态涵养区通过交换机制获得了补偿收益，共享了全市经济发展成果。将GEP引入经济活动，能够让保护者的贡献可度量，让生态保护与修复价值可度量，进而产生经济回报，有助于促进优质生态产品的供给和生态资源的可持续利用。

量化生态产品价值，是“两山”理念为全球生态治理提供的中国经验。基于我国的大量研究和实践，联合国统计署环境经济统计委员会于2021年发布的《环境经济核算—生态系统》（SEEA-EA）中，将GEP推荐作为测度生态系统对人类福祉的指标。我国的GEP核算与应用工作已成为全球自然资源管理、基于自然的解决方案、应对气候变化、生物多样性保护等领域的典型案例。

科学测度绿水青山的价值，能够让全社会更深刻地理解“保护生态环境就是保护生产力，改善生态环境就是发展生产力”；能够更直观地认识到生态产品和服务对经济社会发展的支撑作用和巨大的价值；能够更积极开展生态资源的保护、修复、管理和经营。这项国家标准的出台，也向世界传递了我国生态文明理念，彰显了生态责任意识，表达了走绿色发展之路、建设人与自然和谐共生的现代化的决心。

(来源：《光明日报》)

# 古城文旅如何走出同质化

□金劲彪 王延隆

近期，北京、成都、南京等地相继开展古城遗产保护传承主题国际交流活动。这些活动彰显了活态传承的当代智慧与对话能力，对于城市可持续发展起到了重要作用。当前，古城遗产的活化利用正成为衔接历史文脉与当代生活、驱动消费升级与城市更新的关键动力，为文旅产业迭代升级注入核心动能。

古城文旅产业的本质，是从物理空间更新到文化生态重构、从旅游消费场景到美好生活载体的深刻转型。这一产业考验的是创造可持续经济价值与文化价值的能力。近年来，我国古城文旅产业呈现出三大核心特征：一是发展模式从“景点孤岛”升级为“生态雨林”，成功的古城更新正摒弃孤立的景观观光逻辑，转向构建完整的“目的地生态”。二是核心驱动力从资源依赖转向创新与数字双轮驱动，古城价值的挖掘更依赖内容创作与科技赋能。三是经济模式从门票经济演进为综合消费经济，拉动餐饮、住宿、演艺、非遗工坊及数字内容消费协同升级。

放眼国际，古城文旅产业的发展路径各具特色。意大利佛罗伦萨通过构建博物馆群与策展体系，辅以住宿等项目，形成“文化养城—以城兴文”的运营闭环；法国普罗旺斯地区的古镇，成功将历史文化与葡萄酒、薰衣草等地农业及艺术节庆深度绑定，塑造了独特的文旅品牌；墨西哥圣米格尔德阿连德通过法律条文严格统一建筑风格，主动吸引艺术家社群，打造高品质艺术节庆，实现了旅游价值提升与社区文化活力的平衡。相较之下，我国依托超大规模市场，展现出强大的整合创新能力，实现了全链路数字化管控，更通过“演艺+夜游+非遗”的场景叠加，探索在动态发展中实现文化、产业与社区生命力共生共荣的传承之路。

产业蓬勃发展背后，深层短板仍然不容忽视。例如，保护与开发边界不清，导致过度的商业化侵蚀文化肌理，部分古城主街被同质化的奶茶店、文创店占据，本地特色老店因租金

上涨而迁离，历史街区的特色正在消失。又如，科技赋能表面化，数字化呈碎片状，与深度叙事和高质量沉浸体验融合不足；基础设施与安全承载面临压力，精细化管理及长期运营能力有待提升；等等。未来，推动古城文旅产业迈向更加优质高效、更可持续的新阶段，应凝聚多方合力。

以机制创新守护古城文脉基底。有关部门应紧扣古城空间特质，建立“建筑风格—文物安全—商业业态”三合一的保护性开发清单。核心是构建“数字孪生古城”平台，融合建筑沉降监测、白蚁防治、客流热力与文保预警，实现对脆弱历史环境的毫米级守护。在资金投入方面，应重点关注历史建筑产权流转、传统工匠培养、居民修缮补助等古城特有难题，并将原住民居住比例、非遗活态传承度、社区满意度作为核心考核指标，引导发展模式理性回归。

以历史沿革重塑古城文化生态。产业融合的关键在于将历史转化为可体验、可消费的消

费场景。拒绝空泛主题，基于地方志、老字号与家族故事，打造“历史事件+人物故事+节气民俗”的立体内容矩阵。推动“古城街巷+本土市集+社区博物馆”的深度融合，将游客动线自然导入真实生活场景。建立古城本地供应链平台，扶持老字号、非遗工坊与社区食堂，并制定针对木结构建筑的专项消防、节能与应急疏散方案，构建既有文化识别度又有安全韧性的特色生态。

以社区共生实现古城活态运营。运用数智工具，在优先保障居民日常生活的前提下，动态调控游客流量与业态分布。收益模式应基于古城生活节律设计，例如白天主推建筑研学与手工艺坊，傍晚开放本地菜市与茶馆书场，夜间有限度地开展庭院演艺与星空导览。积极引导居民成为“古城主理人”，共同开发有故事的微型博物馆、私房菜与主题民宿，并将部分收益反哺社区房屋修缮基金，实现文化保护、民生改善与产业发展的内生循环。

(来源：《经济日报》)

# 莫让“三张嘴”影响发展环境

□袁强

近日，“西贝将关停100家店面，4000名员工将面临转岗或失业，造成超5亿元亏损”的消息引发广泛关注。而这一起的导火索，竟源自网络上的一场纷争，这让我们不得不反思当下网络舆论环境。

这里面有“三张嘴”的问题，一张嘴是罗永浩的，一张嘴是贾国龙的，还有一张嘴是潜伏在网络平台上的。罗永浩凭借其网络大V的影响力，以“劲爆爆料”迅速在网络舆论场掀起波澜；贾国龙则以传统思维强硬回应，双方你来我往，互不相让。而一些网络平台，不但没有起到理性引导作用，反而“起哄架秧子”，借热点挑起对立情绪，把流量红利吃得盆满钵满。

舆论监督的作用不容否认。但在西贝事件中

中，部分舆论偏离了就事论事、理性探讨的轨道。罗永浩就其就餐体验发表意见后，其话语在互联网传播链条中被不断放大，部分情绪化表达逐渐掩盖了事实本身，也使理性对话的空间受到挤压。当然，企业战略调整往往基于多方面因素，西贝关闭部分门店是其应对市场环境、优化经营结构的综合决策。但需要注意的是，舆论压力虽非其关闭部分门店的唯一原因，但显然加速或影响了这一进程。因此，这一事件提醒我们，在复杂的市场环境中，舆论声浪有时会压缩企业所需的整改时间和解释空间。

类似事件并非孤例。此前，上海一家咖啡企业就深陷部分自媒体散布不实信息的陷阱，在博主精心编织的谣言下，企业商业信任遭遇危机，多个已签约项目被迫中止。而在更多的

事件中，一些网络“黑嘴”们利用企业在新品发布、上市、融资等重要节点的脆弱性，编造信息，抹黑企业，给企业带来巨大损失。而许多本身并无恶意的网民，因信息不对称，往往也会在“被带偏”的情况下非理性发声，于不知不觉中加剧了事态的发展。

2025年中央经济工作会议提出，“要营造良好的政治环境、人才环境、营商环境、舆论环境”。从一些企业近年来遭遇的网络困境看，网络舆论环境已成为影响企业生存环境乃至我国经济发展环境的重要因素。特别是一些民营企业的网络舆论环境恶化，直接导致其生存发展堪忧，影响了我国经济发展环境。

舆论监督不是为了“一棍子打死”。当企业出现问题时，公众人物和平台应该给予

企业一定的时间去纠错，让公众看清全貌、理性判断，而不是“看热闹不嫌事大”。只有这样，才能尽量减少企业仓促退场、民生无端受损的悲剧发生。特别是对于各类平台而言，不能只盯着流量，而忽视了自身的社会责任。平台应加强对内容的审核，做到早预警、早研判、早介入，避免恶意炒作和极端对立情绪的传播，为企业和公众提供一个理性讨论的空间。相关部门也应加大对网络造谣、恶意抹黑等行为的打击力度，同时要对于一些苗头性问题及时引导、纠偏。

(来源：《广西日报》)

# AI被“买通”并非杞人忧天

□何从

近期，部分消费者在使用AI提问时，发现回答中悄然出现特定品牌的推荐信息。据中国新闻网记者调查，这背后与一类名为“生成式引擎优化”（GEO）的服务有关。该服务并非直接操控AI，而是通过向网络投放包含产品信息的文章，影响AI训练和检索的数据源，进而使AI在回答时更倾向于推荐相关产品。

随着人工智能技术快速普及，AI搜索正逐步成为许多人获取信息、辅助决策的重要工具。与传统搜索引擎不同，AI搜索正在重塑我们获取信息的方式。前者如同一位“图书管理员”，主要负责提供链接列表，告诉用户书在哪个架子上。而AI搜索则更像一位主动的“分析师”，它会整理信息、比对来源、辨别真伪，最终为用户提供一个经过整合的答案。如果说搜索引擎是“搬运工”，那么AI就是“面试官”，看的不是你发了多少份简历，而是你的简历不够硬、逻辑不够顺、信誉不够好。

在这一转变下，GEO服务应运而生。回顾近40年，广告营销的阵地随消费者习惯不断迁移——从传统媒体、搜索引擎到社交媒体、短视频，如今又迈向AI领域。传播的核心始终在于如何触达目标受众。据IT研究与顾问咨询公司Gartner预计，今年传统搜索引擎的访问量将下降25%，而AI工具的普及率持续攀升，ChatGPT周活跃用户已达数亿级，国产AI包月活跃用户突破1.7亿。微软调查亦显示，全球约六分之一人口正在使用生成式AI工具。AI已成为一个持续扩张的全新流量入口。

因此，GEO正从概念落地为产业，成为一门新兴且潜力巨大的生意。其核心逻辑是研究AI的“偏好”：帮助品牌方理解何种内容（如观点清晰、数据翔实、具有权威背书）更易被AI采纳与引用，从而针对性地优化投放的内容，影响AI的输出结果。

这种情况将导致：尽管目前从AI跳转至购物平台的用户比例还不高，但只要AI继续作为人们获取信息与辅助决策的重要渠道，品牌方“如何被AI看见与推荐”的竞争就不会停止。然而，隐忧也随之而来，如果大量品牌学会迎合AI，同时网络信息逐渐演变为匹配AI算法的“标准答案”，用户是否将再次面对类似“搜索结果全是广告”的信任危机？当AI的输出结果被悄然植入商业意图，其中立性与客观性如何保障？AI被“买通”并非杞人忧天。

GEO服务的出现与发展，在技术演进中难以避免。那么，下一步的关键，应当在建立规范与监督机制，确保AI在提供便利的同时，不要成为隐蔽的商业推广工具。这需要技术提供者、监管机构与社会各界共同努力，在创新与诚信之间寻找平衡，守护AI作为信息助手的公正性与可靠性。

(来源：《广西日报》)

# 申报20万余颗卫星意味着什么

□默达

近期，我国向国际电信联盟（ITU）提交新增20.3万颗卫星申报的消息备受关注。这是迄今为止我国规模最大的国际频频集中申报行动。

20万，不是小数目。我国就要有20万颗卫星了吗？当下显然没有，人们熟悉的“风云”“北斗”等系列大多服务于国家战略，距离20万颗的规模相去甚远。就连率先开始构建“星链”的美国企业SpaceX，如今在轨运行卫星也仅有9413颗。因此，需理性看待这一消息，既不能忽视其市场潜力，也不要盲目夸大其商业价值。

这个申请意味着什么呢？事实上，大规模发射卫星离不开提前规划。准确地说，此次申请的并不是“升空许可”而是“星座”，包括卫星在太空工作需要的“轨道”和“通信频率”，它们直接影响卫星通信质量，且具有一定的排他性。其中，通信频段遵循“先到先得”的原则，不同的频段传播损耗不同，适合卫星通信的优质频段有限，面临激烈竞争。

我国商业航天正处于技术突破和规模应用的前夜，提前规划卫星轨道，既是为市场留足空间，也是在为参与国际竞争作准备。此前，包括美国、法国在内的多国都曾进行多轮申报。当然，申报了并不意味着就能占据这些位置。此类批量申请后存在两个检验周期——前7年内必须发射首颗卫星并尽可能多地完成指标以避免名额削减，后7年内则必须将剩余所有的卫星送入轨道。

向着既定目标进发，需要有技术、有耐心。从自主研发火箭发动机，到开发新型燃料；从掌握稳定执行发射任务的核心技术，到可回收箭体探索取得一系列突破……我们清晰地看到，无论是商业火箭还是民用卫星，许多企业在耐心资本的支持下，克服了初创期的困难，逐步突破技术瓶颈，正阔步迈向“出成果”的新阶段。

很多时候，技术发展并非一种线性积累，而呈现出跨越式、螺旋式上升的特征，关键技术的突破更会带来指数级的增长。纵观我国科技创新的长足进步和取得的一系列突破，我们有理由相信，“星链成网”的愿景，就在不远的将来。

(来源：《人民日报》)