

观点

用“紧日子”托举“好日子”

中国新闻名专栏
之江观察

■ 本报评论员 朱浙萍

《党政机关厉行节约反对浪费条例》的修订出台,进一步拧紧党政机关带头过紧日子的制度螺栓,但舆论场上也有个别声音,将紧日子与好日子对立,认为过紧日子会影响发展投入、削弱民生保障,甚至让群众跟着过苦日子。这种看法,显然是搞错了过紧日子的方向和目的。

过紧日子的主体是党政机关,约束的是奢侈浪费等行为,绝不是要在发展紧要处、民生急需上“抠抠搜搜”,让老百姓勒紧裤腰带过苦日子、放缓追求美好生活的脚步。恰恰相

将“紧日子”过成常态,过到点子上、过出实效果,真正托举起千家万户稳稳的“好日子”,让人民群众的幸福生活更有质感、更有尊严、更有希望。

反,党政机关带头过紧日子,正是为了腾出更多资金,用于推动高质量发展、增进最广大人民的福祉。这是一种刀刃向内的自我加压,一种以作风之“紧”换取民生之“暖”的政治担当。那种认为过紧日子就没有好日子

的看法,一开始就搞错了逻辑起点。

足国之道,节用裕民。习近平总书记深刻指出:“党和政府带头过紧日子,目的是为老百姓过好日子,这是我们党的宗旨和性质所决定的。不论我们国家发展到什么水平,不论人民生活改善到什么地步,艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能丢。”这句话朴素真挚,却重若千钧。当前,外部环境复杂严峻,国内改革发展稳

定任务艰巨繁重,发展不平衡不充分的问题依然突出,面临的风险挑战不少,要办的大事难事还有很多。越是面对变局,越要增强忧患意识、坚守底线思维,科学高效地过“紧日子”。

精打细算,才能油盐不断。真正的“好日子”,从来不是大手大脚“花”出来的,而是精打细算“省”出来、“干”出来的。没有“紧”的清醒与克制,何来“好”的从容与底气?近年来,我国各级政府财政收支平衡压力加大,但民生支出比重仍不断增加。2025年中央本级“三公”经费预算比2024年预算降低3.32%,而中央对地方转移支付同口径增长8.4%。增减

之间,是资源的再分配、财力的再聚焦,更是“宁可自己过紧日子,也要让百姓过好日子”的责任担当。

正因如此,我们看到更多腾出的经费流向民生急需:普惠性育儿补贴在全国范围落地,幼儿园大班保育教育费逐步免除,教育、医疗、养老、住房等民生短板加快补齐……一项项惠民政策,真金白银的支持,彰显“民生为大”“投资于人”的价值旨归。

习近平总书记说得真切:“我们的目标很宏伟,也很朴素,归根到底就是让老百姓过上更好的日子。”在“紧日子”中坚守初心,在“好日子”里赢得民心。各级党政机关要严格按照《条例》规定,将“紧日子”过成常态,过到点子上、过出实效果,真正托举起千家万户稳稳的“好日子”,让人民群众的幸福生活更有质感、更有尊严、更有希望。

榴莲馅料还是榴莲陷阱

■ 海凝

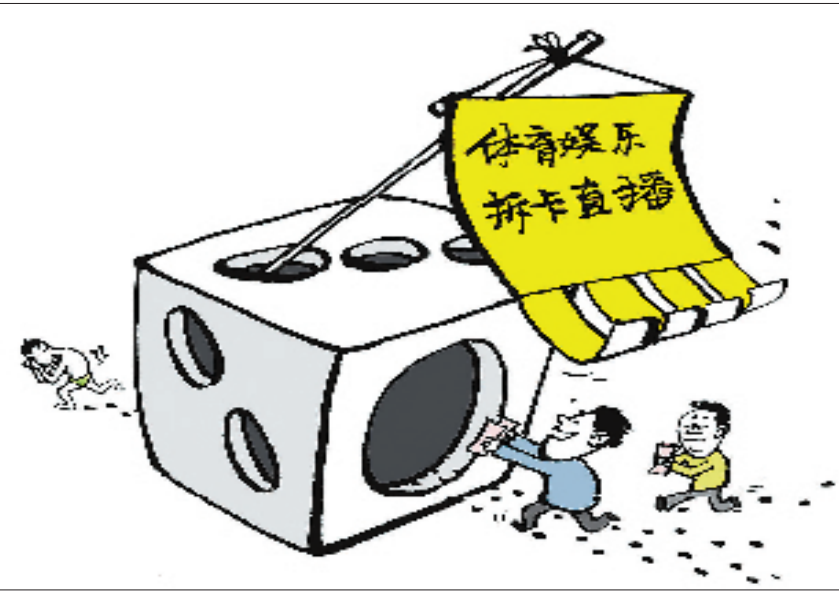
老婆饼中可以没有老婆,榴莲月饼中却不能没有榴莲。近日,新京报记者核查20款“榴莲冰皮月饼”发现,6款来自直播间、电商平台的低价榴莲冰皮月饼并未添加所宣称的“榴莲肉”,取而代之的是“榴莲味食品馅料”或“榴莲味西点酱”等复合调味料,榴莲成分实际占比不足3%,且产品中添加了多种食品添加剂。在批发平台,这类“调味”类的榴莲冰皮月饼,单枚售价可低至0.6元。

中秋在即,眼下,各月饼商家正抓紧时间卖力吆喝。然而,网售的某些低价月饼暗藏坑人套路,令人防不胜防。以“比比赞”直播间为例,无论是主播口播信息,还是链接上备注信息,或是导流视频中画面呈现的信息,均是“月饼中的榴莲果肉饱满量足”。但在数百条差评中,有买家一针见血指出“根本不是榴莲果肉的,吃起来就是一股添加剂的味道”。真相是,配料表中添加的是

“榴莲味西点酱”复合调味料而非“榴莲果肉”。

这不是孤例。在另一直播间销售的“美狮”冰皮榴莲口味月饼,也存在类似问题。根据GB/T 19855《月饼质量通则》规定,上述低价月饼多属于“榴莲味冰皮月饼”,而非“榴莲冰皮月饼”。虽然一字之差,但月饼品质、价格有天壤之别,商家用调味料替代榴莲果肉,用低价换取销量,却借助网络隔屏大吹特吹品质,甚至喊出“假一赔十”的口号,简直是莫大的讽刺。

网售的低价榴莲冰皮月饼,既涉嫌虚假宣传,侵害了消费者知情权、选择权、公平交易权,也涉嫌不正当竞争,侵害了其他月饼经营者利益。因此,有关部门要以媒体报道为线索顺藤摸瓜,依据《广告法》《反不正当竞争法》规定,对相关月饼商家严肃查处。被侵权的消费者,除了在差评中表达不满外,还应该拿起法律武器,对侵权商家坚决说“不”。



球星成筹码

近日,一利用网络直播间开设赌场的犯罪团伙被提起公诉。这起赌博案件通过“拆包”一张张NBA、英超、欧冠等体育主题的球星卡完成。打着体育娱乐的旗号,将詹姆斯、库里、C罗、梅西等“球星”变成了赌博的“筹码”。这些印有球星形象的小卡片从球迷的情感寄托,逐渐演变成市场逐利的投机产品。

王铎 作

“会”聚浙江 “数”创未来

■ 盘和林

9月下旬,杭州迎来多场数字经济盛宴。第四届全球数字贸易博览会于9月25日开幕,2025云栖大会于9月24日至26日举行,“2025网易未来大会”也将于9月27日开启。这些高端会议多会联动,通过展商互引、客商互导、活动共融,让“AI+”、“数字+”的技术和产品直通数字贸易前线。在数字经济发展上,浙江已探索出一条独特的“以会促产”发展路径。

把全球数字贸易博览会、云栖大会、网易未来大会、西湖论剑等会展放在一起看,所呈现出的是“多层次、专业化、国际化”的特点。其中,全球数字贸易博览会是中国唯一的国际级数字贸

易领域专业展会,聚焦数字贸易全产业链,为浙江数字技术和产品走出去铺平道路;云栖大会则以“云智一体·破壁共生”为主题,深入探讨AI、云计算等核心技术,探讨通过云计算赋能企业实现“AI+”转型;网易未来大会,则聚焦“科技×人文”的宏大视野;上半年举办的中国数谷·西湖论剑大会则以“数智无界,安全共生”为主题,聚焦数据安全与人工智能深度融合。

各类数字会展各有侧重,又相互补充。这些会展不只是行业聚会,而是汇聚政、产、学、研、用各方精英的思想碰撞场,为数字经济发展拓宽了视野,也有利于加速数字创新。

“以会促产”模式,核心目的是“推动技

术成果转化”。今年,各大会展活动均设置了丰富产业对接环节。数贸会围绕数字贸易五大细分领域,联动各大展馆,举办跨境电商、网游出海、人工智能、数字医疗等系列产业对接活动。云栖大会设置“AI超级交易所”,为AI提供展示和路演平台,实现“供需对接”。这些举措打破了传统展会的局限,让展会成为“资源和供需对接的高效平台”,为数字经济发展导入资源、技术、资本和订单。进一步说,展会提供“面对面”的交流机会,既降低了跨文化和跨国商业合作的沟通成本,也为中外数字技术和产品的供需双方提供了商机。

数字会展还有显著创新孵化功能。数贸会设置“数贸创投日”,通过“路演+双向互选”模式,把资本与AI+项目紧密

对接起来。AI+医疗、AI+低空经济等前沿赛道中的初创企业因此获得主权基金、银行科技金融中心等耐心资本的青睐,通过资源赋能加速了创新孵化。

创新孵化不只是技术、资本层面的赋能,更延伸到制度创新层面。杭州通过“中国数谷”建设,首创数据合规流通数字证书,打造“数联网”,搭建全国首个互联互通开源共创网络。杭州还创新“改革沙盒”应用机制,成立全国首个数据要素流通合规中心。而这些制度创新,都是从数字会展交流中获得启发,亦是通过数字会展实现快速扩散和传播普及,从而为数字创新提供了良好外部环境。

(作者系工信部信息通信经济专家委员会委员)

· 资讯 ·

■ 段琼蕾 甬商务 张家其

“浙BA”赛事正在火热进行,宁波市30余家商场及步行街同步打造“第二现场”,将赛场的热烈氛围延伸至城市消费空间。以8月20日宁波队主场迎战永康队为例,活动当晚“第二现场”吸引超3万人次驻足观赛,带动周边饮品店销量显著攀升,家电卖场也实现客流量与销售额双增长。

这一创新举措,是宁波市商务局联合多部门拓展消费新场景、激活消费新动能的生动实践。通过嫁接“浙BA”这一热门IP,宁波正努力构建“引流一

宁波:激活消费“主引擎” 释放增长新动能

体验“消费”的闭环体系,把线下人流有效转化为实际消费力。

消费是拉动经济增长的“主引擎”,连接千家万户与宏观经济大局。今年以来,宁波将大力提振和扩大消费作为经济工作的重中之重。1—8月,全市实现社会消费品零售总额2985亿元,同比增长3%。

政策精准发力,消费活力不断释放。宁波紧抓“两新”政策机遇,大力实施提振消费专项行动,持续优化消费券发放机制,以“真金白银”激发市民消费热情。上半年,消费品以旧换新成效显著,限额以上单位家用电器和音像器材

类、家具类、通讯器材类零售额分别增长1.2倍、53.9%和29.3%。上半年商务领域发放4.18亿元消费券,直接拉动消费近149亿元。

业态创新同样为消费市场注入新动能。宁波积极顺应消费趋势变化,加快发展夜间经济、首发经济、假日经济、银发经济,着力打造多元消费场景。今年夏季,以“购在宁波·潮乐一夏”为主题,全市推出200余场特色促销活动。比如“味美浙江”餐饮市集走进镇海开元广场,市民不仅可以一站式品尝浙江十城美食、欣赏非遗技艺,还可享受满减、满赠等优惠,推动该广场销售额增

长超30%。

“首发经济”表现尤为亮眼。上半年,宁波共引进各类首店89家,其中省级首店数量同比增长250%。新开业的盛世里文旅·奥特莱斯商业广场引入《中国国家地理》IP酒店、安徒生童话巧克力乐园等特色首店,试营业4天吸引客流30万人次,实现销售额2800万元。

值得一提的是,宁波iPN渔轮厂演艺综合体入选全国首批十大创新多元化服务消费场景实践案例。作为全国首个以“演艺+”为核心的文旅综合体,自开业以来日均人流量超1.5万,累计举办演出400余场,有力带动周边餐

饮、住宿等产业协同发展,成为宁波服务消费提质扩容的一个缩影。

购在宁波,乐享精彩。随着过境免签等外籍人士来华便利化措施不断落地,“中国游”热度持续攀升。今年前8个月,宁波空港口岸免签入境外籍旅客近万人次,同比增长263%。当前,宁波正在加速优化离境退税服务,扩大退税商店覆盖范围,全市离境退税商店已达69家,国货与老字号“潮品”尤其受到海外游客青睐。

接下来,宁波将围绕“供给创新”“市场扩容”“环境优化”“协同增效”四篇文章,抓好消费品以旧换新与消费券

迭代升级,着力培育更多可感可及的潮流体验新热点,带动包括餐饮在内的商品和服务消费提质升级。



“味美浙江”餐饮市集走进镇海开元广场
图片由宁波市商务局提供

■ 金闻

“AI换声骗你借钱、‘高收益理财’挖坑?这些坑咱可别踩!”为响应国家金融监督管理总局、中国人民银行、中国证监会金融教育宣传号召,浙商银行紧扣“保障金融权益 助力美好生活”要求,聚焦真实案例与风险高发场景,于9月15日至21日开展了“2025年金融教育宣传周”活动。

活动以“金融知识普及”为核心,针对校园、县城、乡村等重点场景及开学季时点,通过“线上+线下”模式精准对接需求,将专业金融知识转化为“大白话”,借助直播拆解AI诈骗、机场快闪、机舱课堂等形式,打通金融教育“最后一公

里”,覆盖超5000万人次,筑牢公众金融安全防线,彰显“金融为民”担当。

线上直播“破圈” 让金融知识“唠”进心里

9月15日启动当天,浙商银行推出“浙银消保·反诈实验室”主题直播,聚焦校园、县城、社区诈骗高发场景,以“趣味实验+情景演绎+以案说险”拆解骗局。反诈达人“金博士”借助AI智能体与现场演绎,还原“AI模仿亲友声音”“四级保过骗局”“网恋杀猪盘”等套

浙商银行

金融教育宣传筑牢金融安全防线

路,示例用AI伪装同事声音通话,让观众直观感受诈骗迷惑性。

活动邀请在校学生、驻村书记、公安民警做客直播间,拆解骗局并总结诈骗口诀。该直播吸引了15.1万人次观看,获超55.9万次点赞,观众主动分享反诈经验,实现知识“主动传播”。同时,北京、郑州等10地分行开展“反诈空中超市”“零售特种兵”个人账号直播,用“理财不是刮彩票”“网贷不是免息餐”解读金融概念。此外,浙商银行更新“金融顾问有妙招”“浙银消保小剧场”系列视频,制作《重生之我在影视圈

搞诈骗”等短视频,覆盖6.96万人次。

线下活动“走心” 精准覆盖重点人群

浙商银行针对不同群体开展线下活动:杭州萧山国际机场T3航站楼通过问答、金融安全挑战的活动,为旅客送“碎片化”金融知识;杭州飞往广州的长龙航空“浙银消保安全舱”,为开学季新生开设反诈“空中课堂”。

聚焦特殊人群,活动更具针对性:福州分行以“手工DIY+情景模拟”帮老

年人识破“养老投资”“保健品诈骗”;深圳分行网点设互动展区,教客户识别仿冒短信、虚假平台,掌握“国家反诈中心APP”用法;合肥、济南、凉山等地分行深化“一行一校”帮扶,融入财商教育与风险提示内容;武汉分行分类发放“融资篇”“投资篇”《金融风险防范提示函》,构建全链条防护网……

下沉县域乡村 织密金融知识普及网

为惠及基层百姓,浙商银行于今年

4月推动金融顾问防非反诈“百千万”行动,号召315家金融顾问工作室、5205名金融顾问、上万名青年志愿者深入县域乡村,联动政府、公安形成“1+N”宣传模式。

宣传周期间,浙江舟山岱山县联合机构举办“防非反诈游园会”,用方言讲真实案例;四川乐山太和村携手监管部门、银行业协会拆解电信诈骗、非法集资套路;浙江衢州航埠镇开展理性投资宣传,通过“诚信投掷赛”等游戏让返乡居民掌握金融知识。舟山市金融顾问、浙商银行舟山岱山支行工作人员说:“把金融反诈知识送到家门口,就是守护百姓‘钱袋子’最实在的方式”。

此次宣传周让反诈知识从“被动听”变“主动学”。接下来,浙商银行将以科技赋能、多方协作推进金融教育宣传,为构建安全和谐金融环境贡献力量。

两个『爸爸』,一种守护

■ 本报评论员 陈江

近日,在第五届世界生物圈保护区大会主办地浙江,有两个特殊的“爸爸”火出了圈,成为生态保护领域的暖心符号。一位是被称为“鹿爸爸”的章叔岩,另一位是“鸳鸯爸爸”陆建利。

36年,日复一日,章叔岩行走在清凉峰国家级自然保护区。听!小鹿找妈妈会发出“咪咪”声,成年鹿感知到陌生气息会发出“预警信号”提醒同伴,公鹿比母鹿的叫声更洪亮。“鹿爸爸”熟悉山间精灵的各种叫声。与此同时,被杭州市民亲切称为“鸳鸯爸爸”的陆建利,在清晨六点的西湖,就架好相机开始记录湖中水鸟的日常,他用9年时间见证了1476只小鸳鸯在西湖诞生。

人们读着这样的故事,心中不由喟叹,这哪里是普通的保护工作。没有冰冷的监测数据,没有生硬的政策宣讲,只有人与动物之间热乎乎的情感羁绊。章叔岩说,每年9到11月梅花鹿发情期,那呦呦鹿鸣就是大自然送他的礼物。陆建利也笑称,看见小鸳鸯顺利试水,心里比什么都高兴。这种将观察化为对话、将责任升华为热爱的守护,诠释了“人与自然和谐共生”,其实就是一种双向的陪伴。

长久以来,关于生物多样性保护的路径,人们总有诸多讨论:是依赖更先进的监测设备,还是依靠更严苛的法律条文?“鹿爸爸”与“鸳鸯爸爸”的行动,给出了最温暖的答案:情感连接,才是最持久、最有效的保护动力。

可以看到,这份连接,正悄然改变着浙江的生态底色。杭州百姓自发组织了鸳鸯护卫队,每到繁殖季还会在荷区搭建起爱心桥,方便小鸳鸯的出入。清凉峰的村民跟着章叔岩加入护鹿队,巡山护林成了日常。曾经“自上而下”的政府主导保护,如今变成了全社会的齐心行动。数据最能说明问题:浙江森林覆盖率58.55%,居全国前列。已建立300多个自然保护地,覆盖近10%的陆域面积,新增物种数连年领跑全国。这些数字背后,是无数个“章叔岩”“陆建利”用热爱筑起的屏障,更是“绿水青山就是金山银山”的生动实践。

有人说,生物多样性保护是专业活,离普通人很遥远。但“鹿爸爸”和“鸳鸯爸爸”的故事告诉我们,保护从来不是少数人的专利。它可以是章叔岩在林间踩出的每一道脚印,是陆建利相机里的每一张照片,也可以是市民随手拍下的鸳鸯身影。只要保护意识融入日常,对自然的热爱变成本能,每个人都能当生态守护者。

呦呦鹿鸣,食野之苹;西湖鸳鸯,大城小爱。章叔岩和陆建利的故事,不是偶然的个体选择,而是浙江生态文明建设的缩影,更是新时代人与自然关系的写照。它传递着最真挚的启示:每个生命都该被温柔以待,每份热爱都能点亮保护希望。只要我们蹲下来倾听自然的声音,用尊重守护生命成长,地球家园就会充满生机、和谐美好。

“长衫”改成“围裙”也挺合身



■ 杨佳毅

近日,博主“去年毕业的小杨”靠卖创意“军火”烧饼走红网络。小杨是土木工程研究生毕业,去年辞职开始摆摊卖烧饼。他把烧饼做成东风-5C、辽宁舰、AUG步枪等形状,不仅小朋友们抢着排队买,其抖音视频也被央视新闻转发,获得几十万个赞。

小杨的烧饼为什么火?一是反差制造话题,“研究生”和“摆摊”两个标签放在一起,精准戳中了当下大众对学历价值、职业选择的敏感神经。二是小杨将普通的烧饼加入创意,用美工刀将烧饼雕刻成航母、手枪等“军火”模型,售卖时配上知识讲解,不仅满足了孩子的好奇心和游戏心理,还向大众科普了军工知识。

另外,小杨的真诚引发了情感共鸣。走红后他没有立人设,视频也没有卖惨博同情,互动真实不煽情。他坚持“每块饼一元,只卖小朋友”,记录下小朋友买烧饼的可爱反应,并希望自己科普的各领域知识对他们的成长有用。大众更愿意为这样“真实的好”买单。

“军工”烧饼出圈背后,更值得我们思考的,是小杨身上体现的“再技能化”能力。在年轻人普遍焦虑“内卷”“上岸”“稳定”的现实下,他主动辞职,放弃传统“体面”但是机械的工作,寻找专业和兴趣的结合。他学的是土木工程,没去画图纸,而是用在了烧饼造型上;他没做设计师,却通过短视频进行内容表达和互动。

看似低门槛的烧饼职业,因为他的创意和表达变得有意义起来。

像小杨这样的人并不少。毕业于清华的游戏主播“女流66”,她玩“黑神话悟空”时专业的知识讲解让很多观众感慨“游戏还可以这样玩”。他们都在主流职业观外探索新的可能性。小杨的例子很直接:读书有用,但不一定按你想象的方式用。他不是“脱掉长衫”,而是把长衫改成了更合身的围裙。这是对“技能”本身的再诠释:在不断变化的时代,拥有主动学习、灵活转化、持续创造的能力,让人更具竞争力。

小杨的成功有偶然性,也有条件限制。不是每个研究生都能靠摆摊走红,也不是每个手艺人能获得同等关注。这也映照出社会的一个问题:赞美“突围者”之外,怎么让青年人都有选择的底气?当然,最重要的是,个人在面对结构性困局时,该如何发挥好自身的主观能动性,将知识灵活迁移,立足于当下。(作者系河南大学学生)