

改革越深入，越要有主动性创造性

进一步全面深化改革的重要一年，抓改革落实情况如何？取得了哪些成效？两则新闻提供了观察视角。

一个是中办、国办印发《关于进一步保障和改善民生着力解决群众急难愁盼的意见》，对推动民生建设更加公平、均衡、普惠、可及作出系统部署。从全面取消在就业地参加社会保险的户籍限制，到全面推进城乡公共空间适儿化、适老化和无障碍改造，坚持问题导向和底线思维，改革锚定造福人民的价值取向，彰显在发展中保障和改善民生的温度。

另一个是水资源费改税试点自去年12月份在全国范围内实施以来，改革效应初显。一季度全国共实现水资源税收入104亿元，其中新试点的21个省份较2024年季均水资源费收入增长16.4%。与此同时，首季征期新试点地区地下水、特种行业取用水量分别较去年季均下降15.4%和41.5%。一增一降，说

明我国以刚性约束提高了节水效能，体现了改革破题和发展向新的良性互动。

从民生领域兜底线，到财税体制改革强激励，再到完善价格治理机制破堵点……今年以来，进一步全面深化改革蹄疾步稳，不断向纵深推进。以改革之力打通卡点堵点、推动提质增效，群众获得感更加充实，发展的优势不断彰显、活力持续激发。从今年前5个月的经济数据来看，我国经济顶住压力平稳运行，展现出强大韧性和活力，正是得益于改革的持续深入和有力支撑。

改革的深度、力度和广度，既体现为改革举措的系统性、全面性，也体现为解决突出问题的主动性、创造性。建设全国统一大市场，顶层设计已经明确，各地如何落实？上海提出立即清理与税收挂钩的产业扶持政策，全面禁止“税收优惠政策”招商行为；浙江以合作创新破解“内卷”，推动药品、

医疗器械、化妆品产业走差异化发展道路……主动拆篱笆、清壁垒，让各类要素高效配置。破立并举，制度规范和实践探索双向奔赴、形成合力，不断激活统一大市场的潜力。

改革抓落实的过程，就是破解发展难题的过程。把改革的“总蓝图”变为“实景图”，奔着问题去、盯着问题改，既要有时时放心不下的态度，也要有持续攻坚克难的方法。习近平总书记指出：“用老办法应对新情况新问题，或者用零敲碎打的方式来修修补补，是解决不了大问题的。”正因如此，改革越深入，越要有创新思维，创造性抓落实。

2024年，安徽整车出口量跃居全国首位，今年一季度，安徽以76.17万辆的整车产量位居全国第一。取得这样的成绩，一个重要原因是改革创新。不增加一个编制、实体化运行的“汽车办”加强统筹协调，既避免了无序竞争，又强化

了政策协同、资源对接。出台全国首部省级层面新能源汽车产业专项法规，成立新能源汽车产业集群建设战略咨询委员会，构建开放型汽车生态实验室体系……一系列创新举措推动有为政府和有效市场高效统筹。

这启示我们，改革抓落实，要立足自身实际，因地因时因势制宜，汇聚蕴藏在人民群众中的智慧和力量，敢于走前人没有走过的路，善于蹚出适合自己的路。

今天的中国正处在不进则退、非进不可的关键时期，改革步入深水区、无人区，每向前一步都不容易。倘若缺乏主动性、创造性，行动上慢半拍、思维上固化僵化，机械执行甚至“新瓶装旧酒”，就难以打开新局面。拿出“看准了就坚定不移抓”的劲头，真正提出解决问题的新思路新办法，改革才能乘势而上，发展才能勇立潮头。

（桂从路,载《人民日报》）

快评

垃圾成堆、设施破损、杂草丛生……《看见》报道，安吉县部分小区存在物业履约不力现象，令人揪心。这样的新闻其实并不鲜见，此前南太湖新区某市场也曾被曝保洁“真空”现象，致使周边环境陷入脏乱差的困境。这些病灶看似不同，但“舆论监督”追根溯源，无一例外都因资金短缺，物业服务难以为继，最终草草搁置，造成了无人管理的局面。

那么，有些业主究竟为何不交物业费？或许，是对物业服务不满意，诸如清洁不到位、设施维护滞后，或者认为收费和使用不透明、半遮半掩。或许，是有些业主手头拮据，实在交不起。又或许，是物业公司 and 业主之间沟通不畅，误会堆积成怨，让简单问题复杂化。但无论何种原因，矛盾都最终压到被欠薪的一线保洁、保安等劳动者肩上，且若个别业主不交费，还将影响物业正常经营及其他已缴费业主利益。这看似是各自维护权益的保卫战，实则是在侵蚀小区的整体福祉。

更重要的是，收费难导致服务差，服务差又加剧收费难，这情形，无异于让小区的管理问题陷入“先有鸡还是先有蛋”的死结，进入恶性循环的怪圈。如此局面虽或可因第三方出面救急，但若物业和业主都不肯退一步，终究不是长久之计。

要解开这团乱麻，究竟要从何处下手？

首先，若将这样的恶性循环看作是一场物业与业主的拉锯战，实则将是物业与业主推到了对立的两面。物业与业主唇齿相依，本应视作一个整体，为美丽生活和和谐家园建设携手解决问题。

解铃还须系铃人，欲破局，就需要有一方率先拿出诚意，诸如物业服务整改、协商业主分期缴款等，双方积极沟通，避免矛盾升级，减少因信息不对称造成的误解和隔阂，才能为后续协商打开空间。物业必须明白，服务是立身之本，业主也应懂得，唯有以理性协商化解情绪对抗，在涉及多方利益的问题上，各方平心静气对话，互相多一分理解、多一些体谅，才能真正纾解眼下的困局。

更深一层，如此恶性循环得以滋生，是否也因信息公开机制的模糊，监督缺位？既要让服务优劣有据可依，也要让缴费义务明白白，才能堵住扯皮空间。如此，物业履约不力、业主拒不缴费的恶性循环就有了制度的准绳。

和谐家园不是谁的独角戏。当每一位居民都成为家园建设的同行者，和谐家园才能从愿景走进现实。

（孙琳）

以“用户场景”重塑政务服务

据报道，德清创新推出“享受最低生活保障群体公积金提取一件事”改革，村民仅用10分钟就能在窗口办结业务。看似针对特定场景的流程优化“小切口”，实则撬动了跨部门协同、数据共享、服务精准触达的“大变革”。是什么推动政务服务质量“一优再优”？答案或许是从“用户场景”出发，有温度的托底，让民生保障更有力。

“于无声处听惊雷”，政务服务与人民群众的利益息息相关，全面深化“一件事”改革，其核心是“我为群众办实事”。

“享受最低生活保障群体公积金提取一件事”不再满足于单个政府部门内部的流程简化，而是站在办事群众的视角，聚焦不同人群的多元化办事场景，深入剖析其中的堵点与痛点，精准滴灌，把从前跨多个部门、跑多个窗口办理的“一揽子事”，优化整合为协同办理的“一件事”。用“数据跑”代替“群众跑”，破除了从前繁琐复杂的办事流程，为群众扫清障碍，解决那些看似细微却长期困扰群众的麻烦，是服务理念不断“升维”的体现。

充电宝行业地震是一面镜子

患有重度“电量焦虑”、靠充电宝“续命”的人，最近“天塌了”——近日，知名充电宝品牌罗马仕、安克创新相继发布公告，在国内分别召回49万余个、71万余个存在安全隐患的充电宝，理由都与电芯的过热起火风险有关。这是国内有史以来召回缺陷充电宝产品数量最多的一次。

缺陷电芯，一下子站上风口浪尖。据界面新闻，深圳市市场监督管理局人士确认，这次出问题的电芯供应商是安普瑞斯（无锡）有限公司。另有媒体拆解了符合召回条件的一款安克充电宝，发现电芯品牌是安普瑞斯。作为国内充电宝软包电池的行业巨头，安普瑞斯的电芯供应范围非常广，几乎覆盖市面上所有主流移动电源品牌。上游行业巨头、下游头部品牌都出现问题，引发充电宝行业信任危机。

一家供应商就能引发行业地震，也暴露出行业的脆弱性。电芯是充电宝的核心，对外采购电芯是行业惯例，充电宝厂家通常将电芯生产外包给专业电池厂家，通过细化分工提升产品质量、降低成本，形成稳定的供应链合作体系。然而，对外采购不是当甩手掌柜，也需要对产品质量进行评测，何况是如此重要的

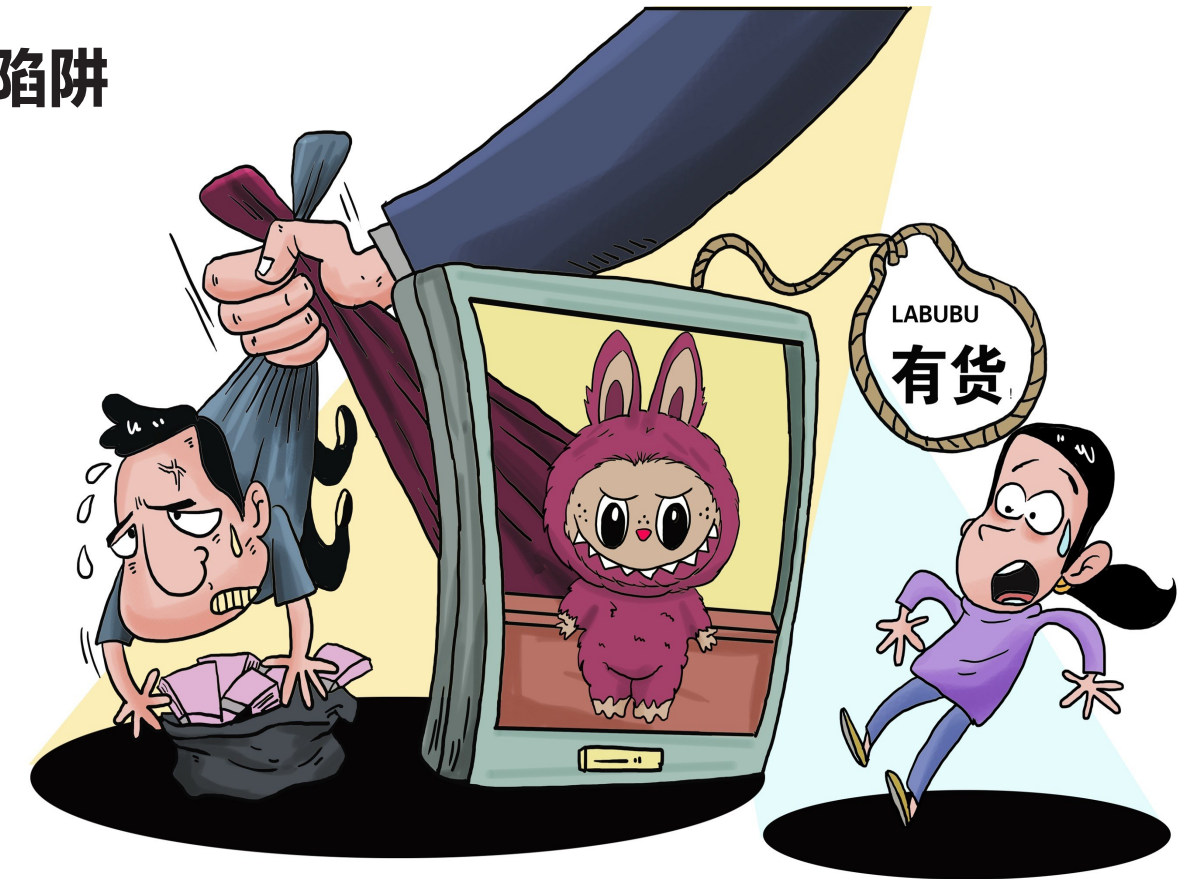
热潮之下，警惕陷阱

画话

媒体报道，近来，泡泡玛特旗下的LABUBU火爆全网，线上线下一货难求。有些不法分子利用消费者的热情，在各类网络渠道发布自己有货且供不应求等虚假信息，诱骗消费者脱离平台交易，甚至编造理由持续索款。湖州已有人被骗。

这份狂热暴露出部分消费者在消费行为中的不理性，正是出于怕错过、贪便宜等普遍心理，才给了不法分子可乘之机。消费者应当冷静面对消费热潮，意识到脱离正规交易渠道的风险，对高质低价的诱惑保持警觉。平台与监管方也应主动出击，识别并拦截可疑交易信息，为消费市场营造晴朗空间。

（文/孙琳 图/叶品）



新型文旅既“旺丁”又“旺财”

文博艺术场馆创新融合“摇身一变”火爆出圈，吸引着人们“为了一座馆，奔赴一座城”，周末打卡逐渐成风；“演艺消费”成为追寻精神疗愈与圈层社交的热门选择；主题乐园、新奇体验等不断拓展参与互动与个性表达新场域……近日发布的《2025上海文旅场景消费报告》显示，新型文旅消费火热朝天。

在年轻群体中，以文博场馆为承载的“体验”消费、以演艺经济为代表的“悦己”消费增长趋势明显。报告显示，近八成青年选择周末出行打卡博物馆、美术馆和艺术馆，90后更是对行业主题展馆、前沿科技展馆、感官体验展馆有显著偏好。越来越多的城市意识到文旅产业可以很好地融入当地不同产业，新型文旅消费已成为扩内需、促消费重要战场，成为经济发展的新引擎。

新型文旅消费潜力无限，韧性动力持续向好。消费者需求的个性化、多样化、沉浸化正日益成为主导文旅市场的关键。全国各地正以文化和旅游深度融合不断推陈出新，以特色“文旅大餐”拉动消费热潮。在江苏盐城，淮剧小镇以淮剧和杂技为主要的展演方式，在吃、住、行、游、购、娱等各环节与非遗元素深度融合，让游客尽情领略非遗的别样风情；当“六一”遇上端午，粽香与童趣撞了个满怀，江西宜春明月山景区开展了“粽情明月 童心飞扬”主题活动，吸引游客5万余人次，累计营业额达4500万元；江西九江湖口县江豚湾景区的草地音乐节同样火爆，打铁花的火星如流星划过夜空，露天电影与青年集市交织出青春气息。

新型文旅消费开疆拓土的动力源于数字技术。当前，从全息数字诗境到典藏云端共享，再到非遗IP

的数字活化，数字基因已深植于山河湖海与千年文脉，催生出虚实共生、智能交互的文旅“新图景”。以人工智能、虚拟现实、增强现实、区块链、数字孪生等为核心的新一代数字化、智能化技术持续发展，不仅为游客解锁了向往的“诗和远方”，也重构了文旅商业模式与价值链条，让“游什么”“怎么选”的选择更加丰富，促使文旅产品从线上线下融合模式，向沉浸式体验、互动式叙事及虚实融合的深度创新方向不断转化。例如，河南洛阳沉浸式体验馆利用裸眼5D技术的逼真效果，让游客穿越时空，体验一场丰富多彩的文化之旅；湖北竹溪打造的沉浸式水景互动戏曲体验项目，巧妙地将花戏喷泉、雾森激射、全息巨幕、CG影像等元素融合在一起，使游客仿佛身临其境。这些数字文旅的新场景、新业态、新模式，不仅进一步提升了文

化旅游的体验性和沉浸感，同时也为新型文旅消费注入了强劲活力。如何让新型文旅消费带来的关注度从“流量”变成“留量”，既“旺丁”又“旺财”？要用诚意满满的惠民套餐，唤起游客的消费热情。江西推出“云游江西”一卡通，覆盖景区门票、住宿、餐饮等全链条优惠，并发放超5500万元文旅消费券，精准撬动市场需求。持续释放各项存量增量政策效应，推进文化和旅游深度融合发展，丰富优质旅游供给，才能不断创新旅游业态，促进旅游消费扩大和旅游业提质升级。更好发挥政府在优化产业规划布局、公共服务、营商环境等方面的重要作用，加强顶层设计。推动优化供给与扩大需求更好结合。积极打造新型场景消费，更好将文化主题、故事讲述、技术赋能等充分整合、不断融合。

（曹守新,载《光明日报》）

建设和谐家园不是谁的独角戏