

为民造福是最大政绩

柳 五



“柴米油盐、三餐四季，每个‘小家’热气腾腾，中国这个‘大家’就蒸蒸日上。”习近平总书记在新年贺词中的话语，深刻诠释了中国共产党一以贯之的人民立场。群众的获得感、幸福感、安全感从来都是最具体的，人民评价政绩的标准永远是最朴素的。为民办事、为民造福，就是我们党最大的政绩。

政绩的成色，不体现在汇报材料的厚度，而体现在群众感受的温度；不取决于宣传声势的力度，而取决于民生改善的幅度。过去一年，从加强新就业形态劳动者权益保障，到推进惠及亿万老年人的适老化改造，再到为育儿家庭提供支持，这些具体而微的举措之所以赢得民心，正是因为精准回应了人民群众最

实、最迫切的诉求。在2025年年底的中央经济工作会议上，习近平总书记再次强调要树立和践行正确政绩观，要求“坚持为人民出政绩”。这说透了干事创业的根本逻辑，也为新征程指明了方向。

“先计于始”，首先要“先正于观”。树立和践行正确政绩观，事关一地一域发展，更关系党和国家事业全局。从焦裕禄带领群众治沙造林，到谷文昌荒岛筑绿洲，再到黄大发绝壁凿天渠——这些被历史铭记的业绩，无一不是把足迹印在群众身边，将实绩写在民心深处。今天，广大党员干部正以“功成不必在我”的精神境界和“功成必定有我”的历史担当，将汗水挥洒在服务群众、推动发展的第一线。

坚持为人民出政绩，必须把握好“显绩”与“潜绩”的辩证关系。基础设施、城市面貌是看得见的“显绩”，而制度创新、营商环境、科技能力则是需要久久为功的“潜绩”；经济增长是直观的“显绩”，而生态保护、社会公平、文化繁荣则是根基性的“潜绩”。推动发展，既需要做好

立足当下、见效于眼前的实事，也需要谋划奠定基础、着眼于长远的好事；既要让群众看得见、摸得着、得实惠的工作，也要做为后人筑基、蓄势的努力。

岁末年初，往往是项目谋划启动之时。越是在这个时候，越要保持清醒，对无效投资、重复建设保持高度警惕，把宝贵资源用在刀刃上，坚决杜绝建成即闲置、投资无效益的项目。当前，我国正处在高质量发展的关键阶段，尤其需要各级领导干部将以人民为中心的发展思想落到实处，把心思用在推动发展上，把精力投在改善民生中，把智慧放在破解难题上。

“治国有常，而利民为本”。从“民之所忧，我必念之”的承诺，到“让老百姓过上更好的日子”的目标，温暖人心的新年贺词，彰显出我们党来自人民、扎根人民、服务人民的根本宗旨。新时代的党员干部，必须自觉摆正同人民群众的关系，把为民造福作为永恒的价值追求，把群众的“小事”当作自己的“大

事”。要以“时时放心不下”的责任感，用心用情解决好群众急难愁盼，以实实在在的成效赢得人民认可。

坚持为人民出政绩，必须将群众满意作为衡量工作的根本标准。要完善考核评价机制，显著增加民生改善、生态保护、公共服务、群众满意度等指标的权重，真正发挥“指挥棒”的引导作用。党员干部要践行“四下基层”优良传统，深入群众听真话、察实情，推动群众关切事项有回应、件件有着落。要紧盯就业、教育、医疗、住房、养老等民生重点，建立健全民生项目清单和问题解决机制，持续提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

“绩实则民安，民安则国昌”。站在新的历史起点上，唯有牢牢坚持“为民办事、为民造福”的政绩观，把人民满意作为衡量一切工作好坏的标尺，才能凝聚最广泛民心，筑牢国家长治久安的根基。当每一个“小家”的日子热气腾腾、温暖安宁，中国这个“大家”必将在复兴征程上蒸蒸日上、再创辉煌。

造出具有情感共鸣的消费品牌。如今，冰雪产业已延伸至文创、研学、演出、康养等多领域，人们对于冰雪的向往也从传统的运动和食宿等，转向更具情感和记忆的深度体验。因此，要以需求为导向，将文化内涵融入产业链的各环节，构建起覆盖面广、影响力强的品牌矩阵，增强冰雪品牌的号召力与竞争力，为冰雪经济可持续发展带来动能。

以文化为魂，让冰雪呈现别样之美。通过创新体验、打造品牌，增强本地市民的认同感和幸福感，为游客带来新鲜感和深刻回味，冰雪的魅力必将持续绽放。



以文化“雕琢”冰雪之美

罗天初

近期，长春冰雪新天地的“珠穆朗玛雪山女神”雪雕火热出圈。在雪雕工匠们的细心打磨下，美轮美奂的女神雪雕透出庄严与神秘，引发人们深层次的文化共鸣。

文化为冰雪经济注入了更“活”更“暖”的灵魂。“珠穆朗玛雪山女神”雪雕的走红，是文化赋能“冷资源”成为“热产业”的生动印证。通过美丽洁白的雪雕，我们能够感知扣人心弦的中式美学，更能读懂吉林与西藏的深厚情谊。“雪山女神”的每一处细节无不呈现出冰雪的内涵：不仅表现出凛冽与奔放，而且蕴藏着

细腻与温情。经过文化的精细“雕琢”，冰雪景观给人带来了可观、可感、可解读的沉浸体验，冰雪文旅的潜力得到进一步释放。

除了独具匠心的冰雪雪雕，吉林各大冰雪园区都纷纷推出了种类丰富的创意产品，深受市民和游客喜爱。实践证明，以文化塑魂，探索“冰雪+文化”的融合模式，是使冰雪经济更具活力的重要引擎。在探索过程中，面临着如何高效推动冰雪资源转化、建设品牌生态、提升冰雪文化影响力等问题，需要因地制宜找出最优解。

用文化基因激活冰雪经济的发展动力，首先要提炼好地域文化符号，实现冰雪资源的多形态转化。要立足本地资源禀赋和产业特色，将历史故事、城市记忆、传统民俗等有机融入冰雪产品中，增强文化资源的叙事能力。通过主题冰雪游、经典IP联动等形式，打通冰雪资源向消费内容转化的渠道，把单一化的冰雪场景升级为特点鲜明、共鸣性强的文化体验，跳出同质化竞争，形成差异化优势，从而提升冰雪经济的品质与韧性。

加强文化赋能，还需不断延伸产业链，打



把「免密支付」选择权还给消费者

汪昌莲

平台默认勾选开启、强制关联支付软件、开通容易取消难……网络上，有关免密支付的“吐槽”层出不穷，反映出消费者对加强支付业务安全管理的迫切愿望。近日，中国支付清算协会发布关于加强“免密支付”业务安全管理的倡议。该倡议提出，支付服务主体要规范授权管理，通过显著页面完成用户开通意愿确认以及“免密支付”协议签订。若用户不再继续使用“免密支付”功能，要为用户提供便捷的关闭通道。

在数字化生活日益普及的今天，移动支付已成为人们日常消费的主流方式。从扫码支付到“刷脸”通行，再到“免密支付”，技术的迭代不断为生活按下“快进键”。然而，当支付越来越便捷，我们的钱包是否也变得更加安全？中国消费者协会近日发布消费提示，呼吁公众谨慎使用“免密支付”，直指“开通易、关闭难”的乱象。我们有必要重申：技术进步不应以牺牲消费者的选择权为代价，必须把“免密支付”的选择权真正还给消费者。

“免密支付”的初衷是提升交易效率，优化用户体验。然而在现实中，部分平台却将其异化为诱导消费、捆绑服务的工具。开通时，“默认勾选”“小字提示”“一键送优惠”等手段不一而足，消费者往往在不知情的情况下“被开通”；关闭时，入口深藏不露，流程繁琐复杂，仿佛陷入“数字迷宫”。这种“开通易、关闭难”的模式，本质上是对消费者知情权、自主选择权的漠视，甚至构成变相强制，尤其给不熟悉智能操作的老年人群体带来更大风险。

值得警惕的是，“免密支付”常与“自动续费”“先用后付”等服务绑定，形成“套餐式”诱导。消费者为一时优惠开通服务，却因关闭不便而长期被扣费，甚至面临账户被盗刷的隐患。平台从中提升了转化率与活跃度，美化了财报数据，却将风险与不便转嫁给了用户。这种以牺牲用户信任换取短期利益的做法，无异于饮鸩止渴，终将侵蚀平台的公信力。

把选择权还给消费者，不能仅停留在口号上。首先，平台应杜绝默认开通行为，遵循“明示同意”原则，在显著页面清晰提示功能风险与条款，确保用户在充分知情基础上自主决定。同时，关闭通道不得设置隐性障碍，要与开通一样便捷，做到“一键开通、一键关闭”。同时，平台应建立分级额度管理、实时交易提醒等风控机制，尤其对老年用户要审慎开通，为消费者筑牢安全防线。

其次，监管部门也需积极作为。中国支付清算协会已发出安全管理倡议，要求规范开通流程、强化用户意愿确认。未来还需出台更具约束力的制度规范，明确责任边界，加大对违规行为的惩处力度，确保消费者“维权有门、追责有据”。

技术向善，方能行稳致远。支付变革的终极目标，从来不是消灭密码，而是在效率与安全之间寻求平衡。当人脸成为密码、设备化身钱包，我们更需谨慎对待那些被省略的验证步骤与消失的确认弹窗。把“免密支付”的选择权还给消费者，不仅是对个体权利的尊重，更是对健康市场秩序的守护。期待平台坚守底线，监管提供保障，让技术真正为生活添彩。唯有敬畏用户权利，尊重消费者选择权，才能构建良性的数字消费生态。



国家发展改革委新闻发言人表示，消费品以旧换新涉及范围广、主体多，政策实施过程中暴露出一些需要调整完善的地方。2025年下半年以来，国家发展改革委会同商务部等部门，坚持问题导向，组织各地区全面开展问题核查整改，特别是针对个别企业和个人骗补套补、经销商和平台“先涨后补”等方面典型问题，进行了集中整治。

新华社发 商海春 作

依法纳税没有“孤岛”

段官敬

国家税务总局日前举行新闻发布会介绍，2025年前11个月，税务部门共查处3904户高风险加油站，查补税款41.63亿元；查处1818名包括明星网红在内的“双高”人员（高收入、高净值人群），查补税款15.23亿元。依法纳税，人人有责；遵规守法，人人平等。税收是国民经济运行和国计民生改善的重要来源，依法纳税是每个公民应尽的义务，更是保障社会有序运转的前提条件。查补税款、查处明星网红在内的“双高”人员，释放了公正执法、严格执法、依法征税的鲜明信号，彰显了法治文明时代的精神理念。

越是明星网红，越是代表人气和群众基础，越要表率担当。所谓“欲戴其冠，先承其重”，明星网红拥有一定的“光环效应”，在依法纳税方面应树立良好形象，给公众作出示范，足额、及时、规范纳税，为履行法定义务、恪守法规准则“打好样”，方能更好赢得群众支持和粉丝点赞。说白了，依法纳税既是“圈粉”的流量密码，更是“真顶流”该有的样子。相反，想方设法、绞尽脑汁地偷税漏税，甚至投机取巧钻法律漏洞，只会沦为“人人喊打的过街老鼠”。

当然，小智治事，大智治制。建立健全缴纳税相关制度，尤其要补齐偷税漏税短板，堵住“跑冒滴漏”空当儿与后路。比

如，完善漏税偷税检举机制、健全失信“黑名单”等制度，形成有效震慑，让偷税漏税者“寸步难行”，形成纳税光荣、偷税可耻的良好社会风尚，以此引导更多人严格自律，自觉依法纳税、主动积极缴税。

依法纳税为公为民，更利己利国。税收是国家财政收入的主要来源，主要用于生产投资、民生改善、政策保障、技术研发等，最终还是取之于民、用之于民，同亿万人民幸福美好生活息息相关。比如，交通设施完善、公共服务提升、社会环境改善、安全保障服务等，都离不开公民依法自觉纳税。从本质上来说，依法纳税是为了经济社会可持续高质量发展，更是为了你我他更加美好光明的未来愿景。

市场经济大背景下，依法纳税没有人是“孤岛”，更没有人是“例外”。假设没有税收，国家机器则无法运转，福利待遇与民生福祉无法保障，乃至最基本的经济调控、社会安定秩序等都会受到影响。纳税关联的是每一个个体的幸福指数，叠加起来就是一个时代向前发展、一个国家兴旺发达的重大课题。明星网红等“双高”人群更须主动作为、扬鞭奋蹄，示范带动广大群众履行纳税义务，让依法纳税与市场经济发展、社会安定繁荣形成良性“热岛效应”。

《咬文嚼字》编辑部日前发布2025年十大流行语。其中，“初性”位居榜首，“具身智能”“苏超”“赛博对账”等词汇高票入选。“十大流行语”何以流行？皆缘于它们是时代之趋、民之所思、民之所盼的“晴雨表”“风向标”。“民之所忧，我必念之；民之所盼，我必行之”。“十大流行语”中既有人民之“盼”，也有人民之“思”，我们要从中读懂百姓心声。

在今年的“十大流行语”中，“初性”一词排在首位。该词原本是指物体在经受外力作用时，虽产生变形却不易折断的性质。现在多引申为坚韧不拔的意志和品格。党的二十届四中全会公报提出：“保持战略定力，增强必胜信心，积极应变应求变……以历史主动精神克难关、战风险、迎挑战，集中力量办好自己的事。”当前，国际形势变幻交织，单边主义和保护主义抬头，技术封锁不断加剧。面对外部环境的极大不确定性，我们必须做到既能抬头看清国际形势，又能沉下心来、集中精力做好自己的事，增强韧性，保持定力，以自身的确定性应对外部的不确定性。我们要从“十大流行语”中读懂人民对“办好自己的事”的坚韧追求。

“十大流行语”中的“活人感”一词，最能体现人们对人间烟火味的质朴向往。“活人感”指的是“鲜活如生”的直观感受。人们对美好生活的向往，本身就是鲜活、真切、朴素的。然而，在智能时代，经过修饰、“包装”的各种假象屡见不鲜。虽然，人工智能模拟的人类言行愈加逼真，呈现出来的是愈加完美的形象，但真实的人是没有十全十美的，不完美才是人之常态。因此人们的“思”也随之而生，那就是“烟火气”和人情温暖的渐行渐远。而跻身于“十大流行语”的“预制××”一词，隐喻那些被流程化、标准化、去个性化而打造出来的人和事物，同样凸显出人民之“忧”。我们要从中读懂人们对烟火气的朴素向往。

“十大流行语”中有几个词彰显着新质生产力的加速发展，比如进入榜单的“具身智能”“数字游民”“谷子”。除此以外，还有进入备选条目的“坚店”。人形机器人是最具代表性的具身智能，能够实现感知、决策和行动一体化。具身智能的出现，标志着人工智能进入新发展阶段，在2025年《政府工作报告》中与量子科技、6G等一起被列为未来需重点培育的产业。正受到越来越多年轻人青睐的“数字游民”工作方式，打破了传统职业地理限制，已成为一种就业形态。从二次元亚文化圈层中走向大众市场的“谷子”，其催生出的产业形态“谷子经济”展现出前所未有的活力。我们要从“十大流行语”中读懂人民对“发展新质生产力”寄予的厚望。

“悦己旅游”撬动文旅新支点

徐建辉

今年元旦假期，“00后”主导的“悦己旅游”强势崛起，告别“打卡赶路”的旧模式，为文旅行业注入新活力，揭示了消费升级的新方向。

“悦己旅游”的走红，本质是旅游观念的深刻迭代。过去，“去过哪里”是旅行的核心标签，景点打卡、拍照留念成为模式化流程；如今，00后将旅行视为“犒赏自己”的方式，“体验感如何”成为衡量价值的关键。这种转变，折射出国民生活水平的提升，更彰显了年轻人对情绪价值、精神满足的多层次追求。旅行不再是浮皮潦草地到此一游，而是一次治愈身心的精神充电过程。

文旅市场的积极回应，让“悦己需求”转化为发展动能。面对新趋势，各地不再局限于单一观光资源，而是通过跨界融合、服务升级挖掘新机：安徽广德以“三件套”美食为切入点，升级交通配套、开通免费巴士，将“舌尖流量”转化为“县域留量”；山东曲阜用科技赋能传统文化，让学生通过头显设备与“孔子”互动，让千年文脉可感可触；北京白塔寺片区打造“鲁迅文化游”，在胡同里串联非遗体验与文学打卡，吸引年轻游客纷至沓来。实践证明，精准捕捉“悦己”需求，将产品从“观光型”转向“体验型”，方能让文旅资源真正“活”起来、“悦”起来。

抓住“悦己旅游”的机遇，文旅行业还需持续发力。一方面，要深耕“小而美”的细分场景，无论是非遗手作、乡村慢居，还是科技沉浸、康养度假，都要围绕“情绪价值”做足文章；另一方面，要做好配套服务，通过完善交通、食宿、公共设施等方面的细节，让“松弛度假”不被琐事打扰。更重要的是，要坚守文化内核，避免同质化跟风，让每个目的地都有独特的体验记忆点。

从“到此一游”到“悦己慢享”，旅游观念的转变折射出人们生活方式的升级。“悦己旅游”不只是小众潮流，也是消费市场发展的重要趋势。文旅行业应顺势而为，创新体验、完善服务，稳稳接住这波“悦己潮”，让更多游客在旅途中找到归属感与幸福感，也让文旅消费成为拉动经济增长的持久动力。这既是产业升级的契机，更是满足人民美好生活向往的应有之义。

Email:jlrplb@126.com

电话：(0431)88600570