



以“遵满意”之手，托举“新动能”之城

在桐梓县政务服务中心，绿地集团报建专员刘颖原以为办证要跑几天、反复补材料，没想到窗口开通绿色通道，实行“容缺受理”，一次性提交资料后当场办结，用时不到1小时。在福建的贵州兴常美竹业负责人因无法返遵，通过赤水市“企业之家”线上求助，专员全程代办手续并快递寄证。“企业不用跑，手续办到家”，让他真切感受到遵义服务的温度与效率。这样的故事，在遵义各地不断上演。

市场活力，源于“松绑”，更在

于“赋能”。遵义将“放管服”改革从做“减法”升级为制度性“加法”与“乘法”。市县乡三级270个政务服务大厅全面完成“一窗”改革，市县全面建成24小时自助服务厅、“企业之家”。深化“全域通办”“高效办成一件事”，推动退休、企业开办等高频事项“一窗受理、集成办理”，材料、时限大幅压减，政务服务更加便捷高效。

服务升级，重在“效率”，贵在“温度”。营商环境只有更好，没有最好。遵义开展服务民营企业大走访，深化“三个逐一”机制，着力解决

民营企业在发展中遇到的权益保护不到位、市场准入障碍、融资难融资贵等问题，充分释放民营企业的活力和创造力。同时，优化人才生态，多地为外引企业高管解决子女入学难题，让“外来客”安心扎根。

协同发力，练好“内功”，拥抱“开放”。在夯实服务基础上，遵义积极融入成渝地区双城经济圈，挤进“产业链”、融入“供应链”、服务“生活链”，推动“遵义号”陆海联运班列常态化运行，积极申报茅台机场航空口岸，深化珠遵协作，借力粤港澳大湾区科

创资源，持续扩大对外开放。2025年进出口总额达58亿元，新增实绩进出口企业43家，正安吉他、习水铝材、湄潭茶业等特色集群借势出海。

优化营商环境只有进行时，没有完成时。营商环境是高质量发展的“阳光、水和空气”。遵义的实践表明，唯有持续深化改革，让有效市场更“活”、有为政府更“灵”，方能将众多经营主体的“星星之火”，汇聚成加快建设省域副中心、迈向“十五五”高质量发展的“燎原之势”。

新春走基层 奔赴温暖与希望的前方

近日，中宣部发出通知，要求各地各新闻单位把2026年“新春走基层”活动作为全年主题宣传重要开篇，组织广大新闻工作者奔赴基层一线采访。

记者最想得到的，也是读者最感兴趣的，用新闻界的行话说就是“鲜活”“鲜菜”。“活鱼”从哪里捉？“鲜菜”从哪里采？下基层，去一线，多看看工作现场，多捕捉生动的场面。

“新春走基层”活动，不仅是新闻工作者深入基层一线的采访行动，更是一次紧贴时代节拍、感知民生冷暖的温馨旅程，令人满怀期待。

期待这场行走，能定格发展的鲜活图景。从新质生产力培育的车间一线到乡村振兴的田间地头，从生态环境改善的山水之间到国家重大工程的建设现场，基层是经济社会发展成就的最佳展示台。记者们深入重点地区、重点行业，用笔墨和镜头记录发展的坚实步伐，揭示中国发展的内在逻辑，让更多人看见时代的新气象，坚定前行的自信心。

期待这场探访，能传递民生的温暖底色。春节的美好，在于万家

团圆的温馨，更在于民生保障的坚实。从春运路上的平安守护到民生用能的保供稳价，从对特殊困难群体的关爱帮扶到根治欠薪的坚定行动，基层的每一项举措，都关乎群众的幸福感。新春走基层，应聚焦这些民生实事，让暖心政策的温度被看见，让为民服务的初心被感知。

期待这场对话，能唱响奋斗的时代赞歌。节日里的坚守，最动人心。交通人、医务者、公安民警、边防官兵、基层党员干部……无数奋斗者舍小家为大家，在岗位上书写责任与担当。新春走基层，应走近这些平凡的奋斗者，倾听他们的朴实话语，讲述他们的感人事迹，让自强不息、砥砺前行、奋斗精神直抵人心，凝聚起催人奋进的精神力量。

更值得期待的是，此次活动以互联网语态、年轻化叙事、故事化传播架起与受众的沟通桥梁，让基层故事更生动、更鲜活。当笔尖向下、镜头向前，当脚步走进基层、心灵贴近群众，这场新春走基层，必将成为一次凝聚共识、传递温情、激发力量的旅程，为2026年的发展奏响昂扬的开篇乐章。

期待这场行走，能定格发展的鲜活图景。从新质生产力培育的车间一线到乡村振兴的田间地头，从生态环境改善的山水之间到国家重大工程的建设现场，基层是经济社会发展成就的最佳展示台。记者们深入重点地区、重点行业，用笔墨和镜头记录发展的坚实步伐，揭示中国发展的内在逻辑，让更多人看见时代的新气象，坚定前行的自信心。

期待这场探访，能传递民生的温暖底色。春节的美好，在于万家

期待这场探访，能传递民生的温暖底色。春节的美好，在于万家



实施“小额快救”是一种及时雨

据民政部网站消息，民政部、财政部近日发布关于进一步健全完善临时救助制度的意见，其中指出，对确认因遭遇突发事件、意外伤害、重大疾病等急难情形，导致基本生活暂时出现严重困难的家庭或者个人，简化审核审批程序，实施“小额快救”，办理时限一般不超过3天。

临时救助是我国社会救助体系的重要组成部分。“小额快救”，即直接登记救助对象、事由、金额等信息，不再进行家庭经济状况核对和公示，既省时又省事。

无论救助之前审核审批，还是救助之后补办手续，如果审核审批程序过多、时间过长，轻则给救助对象带来麻烦，重则带来无法预料的严重后果。而实施“小额快救”，将办理时限压缩在3天内，这对于急难型救助对象而言是一种“及时雨”，既能获得及时救助，又能省去某些麻烦。

其实，通知要求“办理时限一般不超过3天”只是一个底线，各地应该尽量以更快速度完成审核审批。比如宁波市创新推出的临时救助“110同城同救”模式，即1小时受理、1日审核、0材料空缺，显然审批效率更高，更加便民利民。这既源于制度赋能，也缘于“微网格+大数据”助力，值得推广和借鉴。

显而易见，急难型救助对象需要高效率扶危济困，救助越及时越能避免严重后果，其中，审核审批时效直接关系到救助效果。虽说此前入户调查、核对财产、公示等程序，能防止临时救助金被虚报冒领，但要区分不同情况，比如小额紧急救助应该以效率为第一，因为“钱少事急”，不应该“慢审慢批”。

尤其是在互联网、大数据时代，相关部门应充分利用现代技术工具提高审核审批效率，为社会临时救助“踩油门”。比如通过网格员和社区建立基础数据，再通过信息共享核实缴助对象情况，利用大数据进行监测等。

基层有关部门要准确领悟政策精神，急救助对象之所急，穷尽一切手段提升审核审批效率。各地应尽快在政策层面调整现行审批时限，与上述通知要求保持一致。“小额快救”还可以考虑采取承诺制，实行信用管理。



被营销“投喂”的AI推荐 还能信吗？

实在没想到，AI推荐如今竟成商家的新战场。由于AI推荐的核心是抓取网上的数据源，谁的信息铺得广、铺得巧，谁就能被AI优先引用。这就为商家系统化“投喂”文章提供了机会，这无疑会破坏市场秩序，导致“劣币驱逐良币”。

AI数据被“污染”，还会导致AI的问题回答不再准确可靠。消费者本希望通过AI提问避开广告陷阱，获得中立建议，却掉入更隐蔽的营销套路。这些被人为“喂”出来的推荐，既缺乏真实用户口碑的支撑，也未经理论品质验证，甚至存在虚构品牌等问题。消费者若轻信此类推荐下单，不仅可能买到劣质产品、花冤枉钱，还可能面临质量安全风险。

要解决此问题，首先需要AI平台守住阵地，拒绝被污染。AI推荐不能只看数据源的数量，更要审核信息的真实性和可信度。对于明显是营销炒作的信息应建立筛选机制，别让虚假信息轻易被AI抓取。AI给出推荐时，最好能明确标注信息来源，让用户知道相关推荐是基于什么内容，以判断靠

谱与否。如果AI平台不作出改变，营销软文、虚假测评等“数据污染”就会让其变得越来越不靠谱，慢慢变成商家的“传声筒”，失去原本的参考价值。

监管要跟紧。AI数据被“污染”，监管难点在于隐蔽性强、责任链条复杂。虽然现有规定要求AI生成内容加注标识，但AI“隐形广告”推荐内容不同于AI生成的图片、视频等内容，不会加注标识，也难以发现。相关部门应进一步细化AI生成商业内容的标识标准，提升对隐蔽性广告植入行为的技术识别能力，厘清AI平台、媒介服务商和广告主之间的责任边界。对于那些帮着商家虚构信息、污染数据源的营销机构，应加大查处力度。

消费者也得多个心眼。使用正规平台和企业提供的AI工具，对AI给出的结果可以参考、不能盲信，遇到陌生品牌，多去正规购物平台看看用户评价，或查查品牌的资质信息，交叉验证一下再作决定。如果刷到明显离谱的AI推荐，应积极举报，不让这种不良风气蔓延。同时，不做不良信息的“投喂”者，共同守护网络家园。

正如专家所说，景区之间比拼的不是几块石头，而是服务的质量。甘孜敢于走在前列值得表扬，但也要提前布局，优化服务。须知，“终身门票”并不是免责金牌，更不是服务质量下降的理由。

300多元钱买的不只是门里的一张纸，也是一份服务的承诺，不要让游客的期望变成怨言。风景虽好，不能留住人，也是白搭。

“头衔”满天飞，监管不能有盲区

近日，宁夏餐饮饭店协会拥有89名副会长的消息引发舆论关注。头衔泛滥、虚名满天飞成为一些机构的弊病。从“名誉会长”到“特邀理事”，名目繁多的职务，并非都是基于实际需要设置，而是为了拉赞助、凑人头、抬身价而设。这种本末倒置的现象，无形中助长了形式主义和功利化风气。

欲戴王冠，必承其重。头衔不能成为虚名，而应是责任与专业的代名词，更不能异化为社交筹码或利益交换工具。一旦一个机构的章程形同虚设、选举流于形式，监管不能发挥作用，这个机构注定会走向衰败，早晚折戟沉沙。

整治“头衔”满天飞的虚名乱象，须标本兼治。严控职数，明确相关职位的设置上限，杜绝“因人设岗”。强化透明，公开选举程序、职责分工及经费来源，接受机构内部和社会监督。压实主管单位责任，将日常监管纳入考核，对违规机构及时约谈、限期整改，甚至撤销登记。

头衔不在多，而在实。唯有回归机构设置初衷，一切为了发展，“头衔”才能真正发挥作用，成为有为、有信、有威的桥梁纽带。

欲戴王冠，必承其重。头衔不能成为虚名，而应是责任与专业的代名词，更不能异化为社交筹码或利益交换工具。一旦一个机构的章程形同虚设、选举流于形式，监管不能发挥作用，这个机构注定会走向衰败，早晚折戟沉沙。

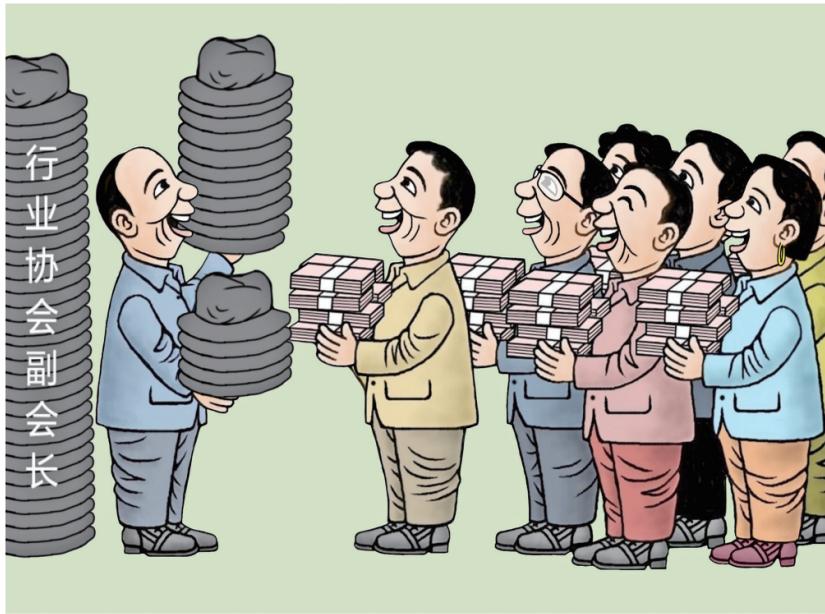
整治“头衔”满天飞的虚名乱象，须标本兼治。严控职数，明确相关职位的设置上限，杜绝“因人设岗”。强化透明，公开选举程序、职责分工及经费来源，接受机构内部和社会监督。压实主管单位责任，将日常监管纳入考核，对违规机构及时约谈、限期整改，甚至撤销登记。

头衔不在多，而在实。唯有回归机构设置初衷，一切为了发展，“头衔”才能真正发挥作用，成为有为、有信、有威的桥梁纽带。

欲戴王冠，必承其重。头衔不能成为虚名，而应是责任与专业的代名词，更不能异化为社交筹码或利益交换工具。一旦一个机构的章程形同虚设、选举流于形式，监管不能发挥作用，这个机构注定会走向衰败，早晚折戟沉沙。

整治“头衔”满天飞的虚名乱象，须标本兼治。严控职数，明确相关职位的设置上限，杜绝“因人设岗”。强化透明，公开选举程序、职责分工及经费来源，接受机构内部和社会监督。压实主管单位责任，将日常监管纳入考核，对违规机构及时约谈、限期整改，甚至撤销登记。

头衔不在多，而在实。唯有回归机构设置初衷，一切为了发展，“头衔”才能真正发挥作用，成为有为、有信、有威的桥梁纽带。



(赵苗)

(王少华 作)



寒假“封手机仪式”，真能“封”住手机沉迷吗？

近日，河北邢台三中教育集团皓顺校区要求学生进行封手机仪式，注销微信、抖音等社交媒体账号，并鼓励家长到校参加仪式，引发舆论热议。

寒假“封手机仪式”，真能“封”住手机沉迷吗？仪式本身能起到实际作用，可能会远不如预期。一是见不得就能“真正封印”，本次活动是建议和倡议，有多少学生真心参与，需要打上一个问号。二是即便“把手机放进档案袋里了”“交给学校保管了”，难道孩子就不能接触到手机了

吗。三是寒假期间将手机交给学校保管，是不是涉及“过度干预”？不可否认，学校的初衷是好的。寒假期间，不少孩子容易过度玩手机，耽误作业、影响视力，甚至被不良网络内容误导。但问题在于，手机沉迷的根源，不是手机本身的问题，而是孩子的自控力、家庭的陪伴引导，以及合理的时间规划的问题。

简单的“封印”，终究只能管住手机，管不住孩子的心。如果只是把手机封进档案袋，却没有引导孩子明白过度使用手机的危害，没有培养他们合理安排时间的意识，那么仪式结束后，一旦手机“解封”，孩子很可能出现报复性使用的情况，反而加剧沉迷。

更值得注意的是，注销社交账号的要求，既不现实，也未必合理。社交账号不仅是孩子娱乐的载体，也是他们与同学、朋友沟通交流的渠道，一味注销，反而可能让孩子陷入孤独，甚至产生逆反心理。

治理孩子手机沉迷，没有捷径可走，更不能指望一场仪式就能一劳永逸。与其寄希望于“封

手机”，不如多花时间陪伴孩子，培养他们的兴趣爱好，引导他们形成正确的手机使用习惯，合理分配娱乐、学习时间。与其用强制或形式化的手段“堵”，不如用科学的方法“疏”，让孩子从内心深处明白，手机是工具，而非玩具。

“封手机仪式”解决不了根本问题。教育的本质，是唤醒自觉，而非简单约束。想要真正“封印”孩子的手机沉迷，需要的是一场能引起孩子共鸣的教育。

手机”，不如多花时间陪伴孩子，培养他们的兴趣爱好，引导他们形成正确的手机使用习惯，合理分配娱乐、学习时间。与其用强制或形式化的手段“堵”，不如用科学的方法“疏”，让孩子从内心深处明白，手机是工具，而非玩具。

“封手机仪式”解决不了根本问题。教育的本质，是唤醒自觉，而非简单约束。想要真正“封印”孩子的手机沉迷，需要的是一场能引起孩子共鸣的教育。



“终身游”虽好，但别“买票容易看景难”

甘孜真的火了，300多元就可以游玩海螺沟、稻城亚丁等14个4A、5A级景区，这些地方成了“自家后花园”，想什么时候去就什么时候去。消息发布不到一天的时间就售出了8万多张票，收入2700多万元，虽然表面看起来不错，但老百姓心里除了觉得“划算”之外也有些担忧：“这么便宜的事情，会一直持续下去吗？”(2月2日《华西都市报》)

以前的景区门票是一锤子买卖，现在甘孜降低了门票的“高门

槛”，困的是你来之后要吃饭、住宿、买特产，靠后续服务赚钱。这是对的，也是文旅从门票经济向体验经济转变的必经之路。

痛点也在于此，卖出终身卡只是第一步，如何持续跟进，做好“终身”服务才是真正的挑战。

其实景区的围墙不难拆，但是心中的围墙很难拆。门票虽然降低了，但是索道还是要排长队，厕所仍然很脏，民宿价格大涨，人多得看不清景。现在一些地方已经免票了，但游客体验感却很差。甘

孜一下子放出100万张票，那么大的客流量，高原脆弱的生态环境能承受得住吗？景区的管理工作是否到位？这些都是需要针对性解决的问题。

还有那个“终身游”的承诺，听起来好听，但能否真正履行到位？十年之后，景区提质改造是否还要加钱？运营公司的老板更换后，是否还承认原来的承诺？别等到卡还在手边，景点却进不去了，或者进去之后满是商业化的“割韭菜”。

甘孜敢于走在前列值得表扬，但也要提前布局，优化服务。须知，“终身门票”并不是免责金牌，更不是服务质量下降的理由。

300多元钱买的不只是门里的一张纸，也是一份服务的承诺，不要让游客的期望变成怨言。风景虽好，不能留住人，也是白搭。