

“投资于人”彰显政策民生导向

今年的《政府工作报告》提出，强化宏观政策民生导向，推动更多资金资源“投资于”人、服务于民生，支持扩大就业、促进居民增收减负、加强消费激励，形成经济发展和民生改善的良性循环。“投资于人”首次写入《政府工作报告》，释放出宏观政策更加重视民生导向的重要信号。

“济大事者，必以人为本。”我们党和国家历来坚持以人为本、人民至上，强调发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，不断实现人民对美好生活的向往。这也意味着，在经济社会发展中，要坚持把增进人民福祉、促进人的全面发展作为出发点和落脚点。

“投资于物”和“投资于人”，是推动经济社会发展的两个重要途径。“投资于物”体现在资金资源投向基础设施等实物资产，而“投资于人”则将资金资源更多地投入到人的发展机会与能力培养、民生保障等，促进人的全面发展。二者相比，“投资于物”见效较快而明显，一些地方发展中往往比较重视对物的投入，而“投资于人”相对淡化。“投资于人”，既可以更好满足人民对美好生活的向往，又能够增强经济社会发展内生动力，推动高质量发展。《政府工

“投资于人”，要在尽力而为、量力而行的基础上，把民生保障作为财政资金和公共资源的重点投入领域，还要同“投资于物”紧密结合。只有把宝贵的财政资金和公共资源用在刀刃上，提升使用绩效，才能真正惠及百姓民生。

作报告》强调推动更多资金资源“投资于人”，成为宏观政策制定和实施的重要理念和指引。

“投资于人”，要把民生保障作为财政资金和公共资源的重点投入领域。近年来，我国持续加大对医疗、教育、养老、住房保障等基本民生和重点领域经费保障。从中央层面看，民生支出历来是财政支出的“大头”。2024年推出的增量政策突出民生需求，提高国家奖助学金资助标准并扩大政策覆盖面，上调国家助学贷款额度、调减贷款利率，惠及学生3400多万人次；国庆节前向1100多万名困难群众发放一次性生活补助……这些实实在在的投入，提升了百姓的获得感幸福感安全感。从各地财政支出看，民生支出也普遍占到七成以上。

今年宏观政策的“民生”成色更加明显，预算安排明确要“加大民生保障力度，多渠道

增加居民收入，更好惠民生促消费”。提振消费措施中更加突出民生实际需求，支持扩大健康、养老、托幼等服务消费，促进数字、智能、文旅、体育等消费新热点加快发展。同时，适当提高退休人员基本养老金、落实就业创业扶持政策、提高基本公共卫生服务经费财政补助标准等一系列措施，受到广泛关注和点赞。中国式现代化，民生为大。进入新发展阶段，人的全面发展愈加重要和迫切，只有加大力度“投资于人”，才能顺应经济社会发展趋势。

“投资于人”要同“投资于物”紧密结合起来。“投资于人”和“投资于物”并不互斥，可以相互协同、配合。保持基础设施、工业等投入，可以夯实发展的物质基础，给人民群众提供更好的生活条件，而“投资于人”则可以有力

促进人的全面发展，提高劳动者素质和能力，推动科技创新、培育新质生产力。两者相结合，可以形成经济发展和民生改善的良性循环，更好地促进高质量发展。

当然，“投资于人”要尽力而为、量力而行。政策实施和资金投入要进行充分论证和评估，统筹需要和可能、当前和长远，精准施策、适时适度。在持续加大民生投入的同时，注意财政可持续性，在高质量发展中着力保障和改善民生。只有把宝贵的财政资金和公共资源用在刀刃上，提升使用绩效，才能真正惠及百姓民生。



陈志刚

今年的中央一号文件明确提出，提升乡村产业发展水平、乡村建设水平、乡村治理水平，千方百计推动农业增效、农村增活力、农民增收，为推进中国式现代化提供基础支撑。农业农村工作，说一千、道一万，增加农民收入是关键。未来，必须下大力气，拓宽农民增收路子，让全体农民过上更加富裕美好的生活。

近年来，我国农村居民人均可支配收入支配收入实现快速增长，2024年跃升至23119元，城乡居民收入相对差距持续缩小。各地因地制宜，积极探索适合本地区的农民增收路子。例如，浙江温州积极探索建立农民专业合作、供销合作、信用合作三位一体的农村新型合作体系，有效整合了各环节农业生产要素和服务资源，推动广大农民走上共建共享共创共富之路。2024年，温州农村居民人均可支配收入增长至44263元，同比增长6.3%。又如，作为全国33个农村土地制度改革试点县之一，成都市郫都区主要承担集体经营性建设用地入市试点工作。其中，曾敲响四川省农村集体经营性建设用地入市“第一槌”的战旗村，2023年集体资产达11658万元，村集体收入达到705万元，村民年人均可支配收入达到4.03万元。

一系列的政策相继出台，为农民增收提供了良好的政策保障。前不久出台的《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》，强调以提升乡村产业发展水平、提升乡村建设水平、提升乡村治理水平为重点，强化科技和改革双轮驱动，强化农民增收举措，扎实推进乡村产业、人才、文化、生态、组织“五个振兴”，加快农业农村现代化，推动农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展。

也要看到，在拓宽农民增收路子过程中，依然存在一些短板弱项。一是产业结构单一、生产效率低下。许多地区仍依赖传统农业，缺乏农业新质生产力和高附加值产业。二是市场信息不对称。农民获取市场信息的渠道有限，难以把握价格波动和市场需求，市场议价能力不足。三是资金短缺。农民融资难，缺乏足够资金进行技术升级、扩大生产。四是人才流失。农村青壮年劳动力外流，影响农业可持续发展和未来创新。针对此，应综合发力，充分发挥政府、市场和社会三大主体协同作用，推进农民专业合作、供销合作、信用合作，形成市、县、乡三级综合合作体系，让资源、资金真正向农村倾斜，破解长期以来农民力量分散、技术匮乏、资金薄弱的困境，建立促进农民增收的长效机制。

积极发展乡村富民产业，提高农业综合效益，壮大县域经济。产业振兴是乡村全面振兴的重中之重。要因地制宜，大力发展特色产业，做好“土特产”文章。坚持产业兴农、质量兴农、绿色兴农，加快构建粮经饲统筹、农林牧渔并举、产供销贯通、农文旅融合的现代农业产业体系，把农业建成现代化大产业，推进农村一二三产业融合发展。持续推动农产品加工业优化升级，促进农产品生产和初加工、精深加工协同发展，推动产业链延伸、价值链提升。

完善企业联农带农的利益联结机制。发展乡村产业根本是要让农民增收致富，不能富了老板、穷了老乡。探索“合作社+公司+农户”的经营模式，发展农业产业化联合体，鼓励以出租、合作开发、入股经营等方式盘活利用农村资源资产，使农民有更多参与产业发展、分享产业增值收益的机会。

加强农业技术培训，提高农民自身专业技能，开拓收入来源。鼓励农民参与政府提供的免费培训或者远程网络教育培训，提升农业技能，提高工资性收入。努力发展特色种养、手工作坊、林下经济等多种经营项目，利用好物流、电商平台，拓宽农产品销售渠道，提高家庭经营收入。

（作者系中国社会科学院马克思主义研究院副院长、研究员）

确保就业政策组合拳见实效

毛同辉

就业是民生之本，一头连着万家灯火，一头系着经济大局，再怎么重视都不为过。今年的《政府工作报告》提出，更大力度稳定和扩大就业。

过去一年，我国稳就业成效可圈可点。全国城镇新增就业1256万人，脱贫人口务工规模超过3300万人，城镇调查失业率均值为5.1%，同比下降0.1个百分点。面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，14亿多人口的大国能保持就业稳定，非常不容易。沉甸甸的实绩，彰显中国经济强大韧性，提振发展信心。

不过，还不能掉以轻心。一方面，就业总量压力依然存在。2025届高校毕业生规模再创历史新高，预计达1222万人，千方百计扩大就业容量势在必行。另一方面，结构性就业矛盾不断凸显。有人找不到合适的工作，也有一些岗位招不到合适的人，比如，家政服务、养老护理等服务人员比较缺乏。

直面难点、关切点，立足新变化、新趋势，《政府工作报告》打出政策“组合拳”。稳定存量，“支持劳动密集型产业吸纳和稳定就业”；拓展增量，“统筹好新技术应用和岗位转换，创造新的就业机会”；提升质量，“开展大规模职业技能提升培训行动”。一系列措施将有效激发就业新活力。

就业问题，说到底还是发展问题。GDP每增长1个百分点，就能创造200万个就业岗位。经济“蛋糕”做大了，经营主体活跃了，就业自然更稳定。这就需要完善就

业优先政策，加大各类资金资源统筹支持力度，以产业带动就业，挖掘新的就业增长点。比如，天津今年将聚焦企业稳岗扩岗、重点群体帮扶、创业扶持等关键领域，推出9个专项计划，护航高质量充分就业。

重点群体是就业的基本盘，稳住重点群体，就牵住了就业的“牛鼻子”。针对高校毕业生、退役军人、农民工等群体，《政府工作报告》提出“优化就业创业服务，拓宽高校毕业生等青年就业创业渠道，做好退役军人安置和就业服务，促进脱贫人口、农民工就业，强化大龄、残疾、较长时间失业等就业困难群体帮扶”。

近年来，从拓展就业岗位到发放生活补贴，再到降低青年人才落户门槛、提供阶段性的免费住宿，各地推出了一系列支持就业的政策举措。比如，在河南省许昌市，人力资源市场举办了“冲刺开门红”专场招聘活动，助力高校毕业生就业；在重庆市九龙坡区，人社部门创新打造“就近帮”数字就业平台，广泛收录用工及求职需求。这些多元化、个性化的就业服务，精准对接人才需求、打通就业创业堵点，对促进高质量充分就业具有重要意义。

就业稳则人心安，就业稳则信心足。应该看到，我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大，长期向好的支撑条件和基本趋势没有变，这为稳定和扩大就业提供了良好的基础。多方合力、齐心协力，一定能办好就业这个民生头等大事。

（中国经济网供稿）



王琪作

防范真吊牌下的假货陷阱

近日，某品牌一张吊牌被炒到最高300元的话题登上微博热搜，引发网友好奇。一张不起眼的吊牌，为何成了二手交易平台上的“香饽饽”？有媒体调查发现，一些造假商以高价收购真吊牌，将其搭配在成本仅为几百元的仿制品上，这些假货就能摇身一变以几千元的正品价格出售，巨大的利润空间让不法商家不惜铤而走险。这种行为严重扰乱了市场秩序，给消费者和品牌方带来巨大损失。监管部门需加强监督力度，出台更为严格的法律法规，与时俱进更新监管方式，确保消费者权益不受侵害。品牌方应主动作为，强化防伪技术，提高产品识别度，并与执法部门合作，共同打击制假售假行为。

（时锋）

优化政府投资基金布局

今年的《政府工作报告》提出，“紧扣国家发展战略和民生需求，发挥好各类政府投资工具作用”。政府投资基金作为政府支持科技创新的重要政策工具，在服务国家战略、推动产业升级、促进创新创业等方面具有重要作用。不久前发布的《国务院办公厅关于促进政府投资基金高质量发展的指导意见》，对政府投资基金的管理作出更加详细的要求，提出分级分类管理政府投资基金、加强统筹协调布局、提升市场化运作水平等。

数据显示，截至2024年末，政府投资基金总规模达3.35万亿元，累计设立1627只。当前政府投资格局是国家级基金引领，省级基金为基石，市级基金为主力，区县级基金为辅助。

政府投资基金经过多年的快速发展，对地方招商、市场培育和产业引导起到了支撑作用。不过，仍然存在一些限制性因素，阻碍着政府投资基金的高质量发展。例如，基金投资方向扎堆，政府间信息共享程度不足。虽然政府投资基金的直投方向以硬科技赛道为主，但依然存在跟风现象。投资方向的趋同也造成各地内卷式招商，资金蜂拥进入热点行业。又如，基金退出渠道单一，过度依赖被投资企业回购。虽然在理论上，基金退出的方式多样，包括IPO、份额转让、与企业的对赌回购等，但实际上对赌回购是基金退出的主要方式，

预期。退出困难导致基金管理人不敢投，很多基金甚至依然采用“明股实债”方式，基金管理人倾向于在投资时就约定好业绩对赌和回购方式，一旦市场有变则启动回购，这在一定程度上给融资企业带来较大压力。

针对此，应重点做好顶层设计、鼓励跨区域合作、完善运营机制，更好适应全国统一大市场的建设要求，高质量发展政府投资基金。

一方面，加强顶层设计，规划好不同层级的政府投资基金的职责与分工。国家基金侧重于战略性新兴产业、关键核心技术突破以及跨区域重大项目投资引导，省级基金聚焦于本省特色优势产业、产业链关键环节以及区域创新能力提升，市县基金则更加注重支持本地小微企业和初创企业的孵化。要鼓励跨区域合作，减少注册地限制，适度弱化返投要求，允许基金在更大范围内选择投资项目，开展合作，提高资金使用效率，优化产业布局。

另一方面，建立对基金管理人完备的激励机制和尽职免责机制。科学组建投资决策委员会、咨询委员会、基金考核委员会，在分别负责审议基金投资项目、组建专家团队提供咨询和指导、对基金的投资业绩进行考核的同时，强化各委员会之间的业务协作，以集体和个体间的责任平衡促进集体智慧和个人主观能动性的结合。

打造更多叫得响的劳务品牌

韩晶

劳务品牌是具有鲜明地域标记、显著行业特征和良好用户口碑的劳务标识。一段时间以来，全国各地、各部门把劳务协作和劳务品牌作为促进高质量充分就业的重要抓手，累计签订劳务协作协议2000多份，培育劳务品牌2300多个。劳务品牌已经成为区域发展“金名片”、就业“新引擎”，为推进乡村全面振兴、实现更高质量充分就业、促进经济社会高质量发展提供了强大助力。

稳就业、促就业是发展劳务品牌的基础要素。劳务品牌意味着劳务具有品牌效应、声誉溢价，能够突破酒香巷子深的瓶颈，带动更多就业需求。很多中西部地区通过建设劳务品牌，将脱贫人口、农村低收入人口等困难群体作为劳务品牌输出优先服务对象，有组织输出劳动力，实现稳定就业。据统计，全国各地2300多个劳务品牌带动近6000万人实现外出务工、就近就业和创新创业，在决胜脱贫攻坚、推动农民就业增收、乡村全面振兴等方面发挥了重要作用。

劳务品牌不但在促就业方面成效显著，也能助力产业结构优化升级。伴随劳务品牌的辐射面越来越广、影响力越来越大，参与和服务主体越来越多元化，传统劳务品牌不断巩固提升，带动相关产

业融合发展。“新疆解忧公主薰衣草新花农”劳务品牌，依托当地薰衣草产业优势资源，开辟了一条以薰衣草种植为依托、“农业+工业+旅游”的融合发展之路，延长了产业链，带动产业兴旺。牡丹江市“恒丰造纸工”则为造纸产业规模化、高端化、国际化发展提供了更坚实可靠的人才支撑。

尽管当前劳务品牌意识迅速增强，建设势头强劲，但总的来说，全国知名的劳务品牌还不多，特别是与我国2.98亿农民工总量以及完备的行业门类相比更显不足。此外，劳务品牌特色化仍不够突出，管理还不够精细，建设体系还不够健全。打造劳务品牌“金名片”仍然任重道远。只有更加注重从量的积累转向质的提升，建立健全促进机制和支持体系，劳务品牌才能做实做精、做实做好。

要打造出叫得响的劳务品牌，关键在于强化品牌特色。特色带来优势，品牌强则产业强。劳务品牌有特色，才有生命力，才能避免同质化竞争。要鼓励各地立足当地资源，结合市场需求，依托产业项目，切实加强劳务品牌建设。尤其要做好特色文章，讲好品牌故事，创办更多特色劳务品牌。着力提升劳务品牌知名度、认可度和美誉度，让一个个

劳务品牌成为群众满意、市场认可的金字招牌。

劳务品牌要想走得远，培训必须“跟得上”。当前，数字革命、绿色革命推动产业结构转型升级，求职者需要不断学习充电提高工作素质才能有更好的岗位匹配。政府需因势利导，增加社会培训预算、建设数字化培训平台，持续规范开展针对求职者的职业技能培训及各类知识培训，保障求职者技能与时俱进，促进劳务品牌提质升级。鼓励社会资本积极投入劳务品牌构建，建设一批劳务品牌工作室、培训基地，开发一批特色职业培训协同项目，帮助提升劳务品牌从业人员技能水平。

当前，我国经济社会高质量发展、人民生活换挡升级，既为劳务品牌的培育、发展、壮大提供了良好环境，又对劳务品牌提质升级提出了新的要求。要不断完善政策体系，优化组织与政策协同，鼓励企业和创业者积极培育和发展劳务品牌，让劳务品牌发展成创业品牌、产业品牌、文化品牌，推动劳务品牌更加规范化、标准化，为全面推进乡村振兴、促进全体人民共同富裕、推动经济社会高质量发展提供更大助力。

（作者系北京师范大学经济与工商管理学院政治经济系主任、二级教授）