

加大财力兜牢基层“三保”底线

日前召开的中央政治局会议部署实施更加积极有为的宏观政策,强调要兜牢基层“三保”底线。应对外部冲击带来的不确定性,必须强化底线思维,其中重要任务就是做好基层“三保”工作。

保基本民生、保工资、保运转是财政最基本的职能,关系人民群众切身利益。这些年我国高度重视兜牢基层“三保”底线,中央财政建立了比较完善的“三保”制度机制,基层财政运行总体平稳,但局部地区“三保”保障压力仍较大。

“备豫不虞,为国常道。”凡事要从最坏处着眼,做最充分准备,争取最好的结果。中央政治局会议提出,要强化底线思维,充分备足预案,扎实做好经济工作。兜牢基层“三保”底线,是以人民为中心发展思想的必然要求,在当前外部压力加大、内部困难犹存的复杂形势下,更应引起高度重视。从一季度财政收支数据看,收入总体呈恢复态势,不过“紧平衡”格局还是较为明显。兜牢基层“三保”底线,特别是着力保障和改善民生,不让基本民生保障出问题,具有重要现实意义。中央政治局会议部署“着力稳就业、稳企业、稳市

保基本民生、保工资、保运转是财政最基本的职能,关系人民群众切身利益。要加大财力保障,促进基层财政平稳运行。建立健全管根本、管长远的体制机制,化解不稳定因素。还需强化对基层“三保”状况的动态监测,防范化解风险。

场、稳预期”“健全分层分类的社会救助体系”“提高中低收入群体收入”等,无不显示出对民生的高度关切。

兜牢基层“三保”底线,要加大财力保障,促进基层财政平稳运行。今年中央对地方转移支付安排10.34万亿元,同口径增长8.4%,重点增加一般性转移支付,增强地方自主财力,提高地方财政保障能力。增加安排促进高质量发展激励资金,激发地方干事创业的积极性,引导地方提高发展质量,增强内生动力。从地方看,受财政收入增长放缓、土地出让收入下滑以及地方政府债务负担等影响较大,各地要努力开源节流,通过激发市场活力培育税源,坚持“三保”支出在预算编制中的优先顺序,足额安排“三保”支出预算。树立

政府“过紧日子”的思想,优化支出结构,压一般、保重点,腾出更多财力用于“三保”支出。兜牢基层“三保”底线是一项长期任务,建立健全管根本、管长远的体制机制尤为重要。要严格落实分级保障责任,健全县为主、市级帮扶(兜底)、省级兜底的责任体系;深化财税体制改革,拓展地方税源,增加地方自主财力,适当扩大地方税收管理权限,加快推进部分品目消费税征收环节后移并下划地方;持续深化预算管理制度改革和省以下财政体制改革,建立县级财力长效保障机制,把县级财政运行这个基础筑牢、夯实,化解“三保”不稳定因素。

此外,基层“三保”状况容易出现变化、波动,需要强化动态监测。加强“三保”支出预

算执行管控,及时提醒提示风险,进行妥善有效处置。

加紧实施更加积极有为的宏观政策,必须强化政策取向一致性,增强政策之间协同配合。兜牢基层“三保”底线中,就业问题十分关键。要坚持就业优先,用足用好稳岗返还、税费减免、就业补贴等政策,提高失业保险基金稳岗返还比例,促进充分就业,提高就业质量。

兜牢基层“三保”底线,兜的是人民福祉、基层治理和国家长治久安,同时也将有效助力巩固经济发展和社会稳定的基本面。



增金华

提升直播带岗服务就业能力

张 烁

“加班差不多,提供住宿吗?”“薪资待遇怎么样?”……眼下,2025年春季招聘正在火热进行中,除了线上投简历、线下招聘会等传统形式,“直播带岗”成为各地招聘会的“标配”,求职者与主播在直播间双向互动,效率大大提升。

“直播带岗”近两年备受企业和求职者的青睐,这与直播模式自身具有的即时性、可视化、互动性等特点密不可分。对企业而言,一场直播的触达范围比线下发布招聘启事更广,匹配到适合者的可能性更大,直播间里的实时互动使企业与求职者之间的对接更直接坦诚、沟通更高效精准。对求职者而言,他们能够借助平台还原的工作场景,“沉浸式”考察工作岗位,有意向就通过实时留言、后台咨询进行深入了解,隔着屏幕还可以弱化询问待遇等核心关切时的“难以启齿”,一键报名投简历的操作更是简单快捷。

此外,“直播带岗”备受欢迎还得益于平台经济的发展。一些平台专门成立带岗主播队伍,进行专业化、系统性培训,提供技术和人员支持,为“直播带岗”模式日趋成熟打下基础。各地人社部门等机构组织的深度参与也为“直播带岗”模式推广注入了政策动能,增强了其可信度和权威性,使其逐渐从市场自发探索升级为公共就业服务的重要补充。

尽管展现出巨大潜力,但“直播带岗”行业当前的粗放式发展隐含的问题

也不容忽视。目前具备专业素养的“直播带岗”团队和人员还不多,许多主播没有接受过专业技能培训,对岗位情况和求职者需求缺乏足够了解,仅仅停留在信息传递而非就业服务上。统一完备的行业标准暂未建立,带岗整体质量还不高,后端服务体系的不完善也造成入职转化率偏低。

2024年,人力资源和社会保障部将“直播招聘师”等28个新工种纳入国家职业分类大典,标志着行业规范化迈出关键一步。提升服务质量还需各方合力,从根本上下功夫。“直播带岗”不是推销产品,而是为了推荐岗位,帮助求职者打破信息壁垒,下单不是目的,让每位求职者匹配到最合适的工作才是最终目标。因此,既要加快培养具备岗位分析、就业指导能力的复合型主播,增强直播的专业度、可信度,也要完善企业资质审核、用工信息溯源等监管机制,提高企业招聘和劳动者就业的成功率。

人社部门应加快制定行业标准,建立主播资质认证体系,加强监管,推动公共就业服务机构与互联网平台深度合作。企业可以将“直播带岗”纳入人才战略,扩大招聘覆盖面,通过完善即时反馈、实时沟通、后端服务等机制增强求职者黏性。平台方要运用大数据等技术手段分析用户行为,实现岗位精准推送,构建从直播到入职的全流程服务体系。

刚刚过去的马拉松“超级周末”,国内有近60场马拉松赛事开跑,约50万跑者踏上赛道。赛事举办地遍布大江南北,从北京、上海等城市到偏远县城,无数跑步爱好者享受了一场周末狂欢。

看势头,路跑经济活力旺盛。中国田协发布的相关报告显示,2024年,全国累计举办各级各类路跑赛事749场,赛事总规模达704.86万人次,较2023年增长100万人次。其中,引领赛事的引领增长作用日益明显,上海、无锡、武汉等多场马拉松赛事报名人数超过20万人。上海马拉松等7场头部赛事平均直接经济效益为4.19亿元。得益于参与规模大、产业链条长、领域覆盖广的特点,马拉松赛事在与文、旅、商、展的深度融合中成为拉动经济的增长点。

看供给,路跑经济潜力空间有待进一步释放。从赛事数量看,一个周末近60场马拉松赛事已经相当惊人,但是对于很多没有中签赛事的跑者来说仍然不够。从赛事形式看,近年来不少地方还举办健康跑、欢乐跑等赛事,受到广大群众欢迎。在全民健身热潮日益高涨的背景下,除了马拉松这样的高强度运动外,短途路跑赛事也是一个潜在增长点。从赛事服务看,一些头部赛事运营保障已经很成熟,但是在一些地方,仍存在不同程度的监管漏洞和服务短板。有

的赛事组委会规范化管理不足,赛事服务保障粗放,精细化运营水平还有待提升。

看需求,路跑经济魅力价值有待持续挖掘。跑步作为一项大众运动,对体育产业、文化旅游、商贸等领域的带动作用明显,“量质齐升”也将是产业健康持续发展的必然要求。路跑赛事在增加数量供给满足旺盛需求的同时,更需注重赛事质量。一方面,提升服务保障水平。近年来广受关注的路跑赛事,都是靠精细的服务保障赢得口碑。这种口碑效应,正是带动城市文

旅、商贸等多种业态的基础。另一方面,探索更多“路跑+”模式,让体育消费与日常消费互利共荣。如在赛事举办前,开展体育用品展会等系列活动,形成旅游热潮,产生文体聚合效应。



徐 骏作(新华社发)

更好满足宜居需求

新版《住宅项目规范》于5月1日开始施行。这一强制性规范对居住环境、建筑空间、室内环境等方面作出要求,将倒逼房企从产品标准、研发、迭代的全周期出发,不断加大新产品、新材料、新工艺、新一代信息技术和智能建造技术的应用。从过去的“住有所居”到现在的“住有宜居”,购房者更加注重住宅品质,对智能家居、绿色家居、建筑设计、配套完善等需求也日益增加。推进“好房子”建设关乎老百姓福祉,也是房地产高质量发展的重要抓手。新规施行后,要关注落地执行情况。各地应抓样板、立标准、建制度,结合地域特色完善政策配套,进一步明确工作方案和行动计划,不断推进“好房子”建设,更好满足群众高品质生活需求。

(时 锋)

构建共生共融的汽车产业生态

李治国

近日,第二十一届上海国际汽车工业展览会举行,吸引了来自26个国家和地区的近千家中外企业参展,超百款新车、众多前沿技术同台竞技,全面展示了世界汽车工业的科技发展水平和技术创新突破,也显示出跨国车企正以“真金白银”加力耕耘中国市场。

从最初的蹒跚学步,到如今成为全球汽车工业的“创新磁场”,上海车展见证了我国汽车业的蜕变,也见证了跨国车企越来越注重合作共生。宝马联合阿里巴巴推出定制化AI智能体,大众与地平线成立合资公司研发L2++级辅助驾驶系统,安波福首发由中国团队研发的河风实时操作系统……这些案例表明,跨国企业已将我国视为技术创新策源地,通过深度融入本土生态实现共赢。在贸易环境复杂多变的背景下,这传递了一个明确信号:外资企业正以“深度本土化”重构与我国市场的关系,从单向技术输出转向协同创新,共同定义下一代智能汽车标准。这场“双向奔赴”不仅有助于推动我国汽车产业迈向全球价值链高端,更通过开放生态的构建,为全球产业链供应链注入确定性。

转变的背后,是我国汽车产业竞争力的结构性跃迁。我国连续16年稳居全球汽车产销量第一,连续10年位居新能源汽车产销量第一,智能网联技术商业化进程领先全球。更重要的是,我国已形成从电池材料、芯片设计到车用大模型的完整产业链,以及高度活跃的创新生态。大陆集团针对我国复杂路况优化辅助驾驶系统,出光联合途虎养车推出混动专属润滑油,无不体现汽车产业链的深度融合。这种合作模式打破了传统汽车工业的边界,形成“整车企业+科技巨头+供应链龙头”的立体创新网络。可以预见,我国不仅是最大汽车产业单一市场,还有望成为未来汽车技术标准的试验场。

这种转变具有深刻的战略意义。当“在中国研发、为中国创新”升级为“在中国研发、为全球赋能”时,我国在供应链上的角色将从成本中心转变为价值创造中心,最终反哺全球市场。

当前,汽车产业正在经历技术融合与边界重构的深刻变革,一方面,高阶智驾、智能座舱等技术加速从概念验证向规模化量产推进,科技不断推陈出新让跨界融合和构建开放的产业生态成为汽车产业

近期举办的消博会上,绿色消费成为一大焦点,展现了我国在推动绿色消费和循环经济方面的积极行动。我国居民消费减排潜力空间大,探索建立“碳普惠”等公众参与机制,有望释放巨大绿色价值。

碳普惠是通过市场化机制激励个人、家庭、社区及中小微企业绿色减碳的创新模式,旨在将微观主体分散的减碳行为转化为可用于碳足迹抵消、碳市场交易或多元激励兑换的“绿色权益”。近年来,我国在碳普惠制度设计、平台建设、方法学开发和公众参与等方面取得了积极进展,各地相继出台综合性、领域特色性碳普惠方法学,为减排量核算提供科学依据。数十个富有地方特色的数字碳普惠平台陆续上线,如北京上线首个绿色生活碳普惠平台“绿色生活季”,上海推出了绿色出行一体化平台“随申行”,武汉打造个人数字碳账户平台“武碳江湖”。平台实现个人碳减排量的计量与可视化,可用于兑换礼品礼券,还支持将减排量捐赠至公益项目、参与“碳中和众筹”等活动。

尽管如此,碳普惠体系整体仍处于探索阶段,制度体系尚不健全,技术规范、平台功能和应用场景不够成熟,缺乏系统的价值量化机制和市场转化路径。打通碳普惠“减排—资产—融资”链条,促进碳普惠从“绿色激励”向“绿色资产”转变,不仅是提升消费端减排内生动力的关键路径,也是实现碳普惠价值跃升的重要方向。

推动碳普惠机制下的碳减排价值资产化,探索碳普惠与碳市场、绿色金融的有效协同。适时出台国家层面的碳普惠方法学指南,推动制定统一的碳减排核算规则、标准和认证机制等,提升减排成果的计量化、规范性与可比性。探索构建地方碳市场+碳普惠双轨运行机制,以个人数字碳账户为依托,建立“平台归集”机制,置换个人所持减排量,探索开发基于碳普惠项目的碳资产证券化产品。探索构建“碳积分”信用体系,推动碳普惠减排量纳入绿色金融认证框架。适时将居民、中小微企业的碳普惠记录纳入绿色征信体系,鼓励商业银行将碳积分纳入绿色信贷参考指标,对个人和企业的绿色减碳行为提供信贷优惠,支持保险、基金等机构基于碳普惠数据开发绿色消费基金、碳保险等绿色金融产品。推广绿色支付,开发设计基于碳账户的支付工具。

拓展基于数字化碳普惠平台的应用场景,构建多元化激励机制和减排成果消纳渠道。鼓励政府部门、科研机构、数字平台企业等加强协同合作,持续完善碳普惠平台的系统架构、底层方法学、核算标准和技术支撑体系。充分运用物联网、区块链、人工智能等技术,提升对居民衣、食、住、行、用、游等全场景低碳行为的数据采集、识别与处理能力,实现低碳行为可识别、可监测、可核算、可核查以及在不同场景和平台间的科学量化、有效转化与统一归集。在激励方式上,除传统的积分兑换外,探索将碳积分与地方绿色信贷、绿色消费券、供应链招标等机制联动,增强低碳行为与居民和企业实际收益的关联度,提升激励成效和参与黏性。在成果消纳方面,拓展碳普惠减排量在企业碳抵消认购、大型活动碳中和、“以碳代偿”生态修复、碳积分兑换碳汇等场景中的多元化应用路径。

推动碳普惠与公共治理深度融合,为低碳社会治理提供基于大数据的智能决策支撑。拓展公共服务接入场景,探索将碳积分应用于场馆预约、医院挂号、金融服务、公益捐赠等领域,增强公众低碳行为的现实获得感与价值认同。扩大碳普惠消费的覆盖面,引导商超、酒店、餐饮、金融网点等主动参与,通过方法学测算与场景评估,激励居民在绿色消费中获得减排量,反向推动供给侧绿色低碳转型。推动碳普惠平台与社区数字治理系统互联互通,实现低碳行为的智能识别与精准激励,将个人减碳表现纳入文明家庭、绿色家庭等基层治理评价体系。建立“低碳社区”激励机制,依据整体减排绩效与居民参与率开展评星评级,打造可持续、可推广的基层碳治理样板。

(作者系北京师范大学经济与工商管理学院副教授)