

“投资于人”重在落实落细

近日，各地陆续启动向符合条件的3周岁以下婴幼儿家庭发放每年3600元的育儿补贴，在冬日里给千家万户带来阵阵暖意。加大对人的投资力度，已成为全社会的普遍共识。一系列重大民生政策出台实施，如何落实落细、充分发挥政策红利受到高度关注。

强化“投资于人”，对于提升民生福祉、增强发展动能具有重要意义。近年来，我国不断加大对民生领域的投入，民生建设更加公平、均衡、普惠、可及。特别是今年推出多项重要民生政策，受益范围广泛、力度超过预期。其中，育儿补贴是新中国成立以来首次大范围、普惠式、直接性向群众发放的民生保障现金补贴，中央财政今年安排预算达900亿元左右。逐步推行免费学前教育，免除公办幼儿园一年在园儿童的保育教育费，有效降低家庭的教育支出，仅今年秋季一个学期即可相应减少家庭支出200亿元。此外，稳定和扩大就业、提高基本医疗保障水平、提高基本养老金水平等举措也加力实施。

“十五五”规划建议明确，坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合。这一重要部署振奋人心，充分体现了以人民为中心的发展思想。加强人力资本投入，在促进人的全面发展的同时，也有利于扩大国内

需求、增强经济发展竞争力。投资于人直接面向亿万个体，承载着广大人民群众的殷切期待，只有精准发力、落实落细，才能把理念与政策转化为实效、红利。

投资于人，要加大支出强度、提供坚实保障。近年来，我国在教育、医疗、养老等领域投入大幅提升，但与经济社会发展需求、人民群众期盼相比，差距仍然不小。“十五五”规划建议提出，“合理提高公共服务支出占财政支出比重”“加强财政科学管理，加强财政资源和预算统筹，强化国家重大战略任务和基本民生财力保障”。当前，合理提高公共服务支出占财政支出比重还有较大潜力和空间。财政支出应更加突出民生导向，把更多资金资源投资于人、服务民生。当然，要坚持尽力而为、量力而行的原则，把保障和改善民生建立在经济发展和财力可持续的基础之上，不搞不切实际的空头支票，真正“投”出获得感、

幸福感、安全感。此外，还可以通过发挥政策引导作用，调动社会资本投资于人的积极性。

投资于人，要优化支出结构、强化精准发力。民生投入量大面广，容易“撒胡椒面”，造成资源浪费，难以达到预期效果。要针对公共服务的短板弱项，以及人民群众的急难愁盼，明确发力方向，做到精准施策，真正把资金用在刀刃上。育儿补贴、免费学前教育政策之所以反响强烈、广受好评，就在于切中人民群众的迫切需求。下一步，要聚焦“幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶”，完善重点领域支持政策。加强绩效管理，“花钱必问效、无效必问责”，提升政策效能和资金效益。

投资于人，很重要的环节还在于政策实施的“最后一公里”。投资于人，最终要落到具体的个人身上，基层的工作至关重要。从一系列重大民生政策可以看出，中央财政在

资金上给予了有力支撑。比如，对于育儿补贴，中央财政按照一定比例对地方予以补助，中央总体承担约九成；免保育教育费补助资金也是由中央与地方共同分担，中央财政拿大头。从地方财政看，尽管收支压力较大，但民生投入千万不能打折扣，必须及时足额拨付资金，确保资金使用规范、安全、有效，严禁虚报冒领、挤占挪用。相关部门要强化服务、简化流程，充分体现政策温度，让广大人民群众更加便捷地享受到政策红利。

更大力度投资于人，将促进人的全面发展，也将给经济发展注入强大动力。育儿补贴、免费学前教育只是一个开端，更有力度和温度的民生政策值得期待。



李伟利

李叶妍

商务部不久前发布的数据显示，2024年，中华老字号企业营业收入超2万亿元，利润额超3500亿元，海外营收超500亿元。亮眼数据勾勒出中华老字号在新时代的蓬勃生机。

中华老字号作为承载民族技艺与文化记忆的“活化石”，其传承与创新不仅关乎品牌自身的兴衰，更维系着优秀传统文化的赓续发扬与实体经济的高质量发展。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》明确提出，“强化品牌引领、标准升级、新技术应用，推动商品消费扩容升级”“推进文化和科技融合”“讲好中国故事，展现可信、可爱、可敬的中国形象”，给老字号的发展提供了指引。

近年来，中华老字号彰显出向好向新的发展态势，呈现出产业链智能化、绿色化、融合化转型趋势。一些中医药行业“链主”企业新建数字化基地，集中精力开展关键核心技术攻关，推动“经典名方二次开发”。一些家纺行业标杆企业，积极采用新技术推动智能化转型，实现柔性制造，生产效率大幅提升、成本大大降低。一些餐饮行业老字号推出文创消费新场景，通过“老字号+年轻态”沉浸式互动，让人们在享受美食的同时，体验非遗文化，拓展消费边界。2024年，中华老字号线上销售额大幅增长55.1%，13.7%的老字号实现跨国经营，国潮“出圈”势如破竹。

但也要深刻认识到，中华老字号在国际市场的知名度和影响力还不够强，核心技术突破性与国际先进水平还存在差距，企业管理体制机制仍不够灵活，亟须跟上市场需求的变化。

放眼全球，国外“老字号”的一些优秀做法值得借鉴。比如高度重视工艺传承、高度重视技术迭代以及市场驱动等。某知名钟表品牌近三个世纪坚守高级制表技艺，打造极致品质，造就了其核心竞争力。某老牌纸质出版商超前部署“无纸化”战略，开发聊天机器人、数字化教育软件等，抵挡住了新技术变革的冲击。这些做法体现出老字号发展的本原性规律性特点。

中华老字号的独特性在于文化根脉的深沉守护与政策引导的精准赋能，这是难以复制的核心竞争力。下一阶段，应充分借鉴国际经验，遵循老字号发展规律，强化科技赋能、文化铸魂、跨界融合，持续焕发老字号新活力。

科技引领，推动老字号练就新技能。搭建数字化供应链、“人工智能+”生产和消费场景等，引导中华老字号加强数字服务、数字艺术、沉浸式体验等集成创新。鼓励中华老字号与科研院所合作开展核心技术攻关，推动前沿科技与传统技艺深度融合、非遗工艺与工业标准无缝衔接。

文化叙事，铸就老字号品牌新价值。支持老字号打造文化新IP，开发文创产品，“穿越式”体验场景，展现传承百年的老字号形象。借助跨境电商与国际展会，推动中华老字号从单一产品出口转向复合型标准输出，向海外讲好中国故事，发扬中国精神。

跨界融合，激活老字号消费新场景。推动中华老字号与文化、旅游、教育、科技等千行百业融合，鼓励其牵头打造一批带动面广、显示度高的消费新场景，让老字号融入新生活。鼓励中华老字号参与城市商业提质行动，在有条件的布局建设品牌集合店、旗舰店、快闪店等体验式消费场所，培育具有国际辨识度的中国品牌。

精准施策，催生老字号时代新活力。完善中华老字号的认定与保护机制，对中华老字号新开店、开展新型营销给予支持，将中华老字号纳入便民生活圈，用好专项资金支持技艺传承与数字化转型。兼顾商业价值与文化价值，引导老字号既坚守非遗技艺等文化内核，又紧扣国潮消费、情绪消费新趋势。

中华老字号的传承之道，是文化自信的生动展现，中华老字号的创新之路，是传统产业转型升级的鲜活实践。随着更多政策举措落地见效，中华老字号的百年根脉将散发新芽，长出更好连接传统与现代、中国与世界的“橄榄枝”，向全世界发出共同探索中华文明的“邀请函”。

（作者分别系国家发展和改革委员会经济体制与管理研究所副所长、正高级经济师；副研究员）

别让寄存柜押金有去难回

向斯佳

随着智能寄存柜在不少景区、地铁站、博物馆等公共场所的普及，消费者只需扫码便可寄存包裹，实现“轻装上阵”。但近日，有博主曝光了景区寄存柜的系列套路，引起了大众热议。

本以为能原支付渠道自动退回的寄存柜押金，却自动存到小程序余额账户内，需二次操作才能提现，部分系统还设置了“退款成功通知”提示误导消费者。即便识别套路，追回也不容易。网友们在社交平台上自发制作了“追回押金攻略”，但一些消费者因时间久远或小程序更名难以找到服务商，系统提示提现失败，客服电话打不通，最后只能放弃维权。

寄存柜本是公共场所为解决出行携带行李的不便、提升旅游体验推出的便民服务。但部分寄存柜设置多重退款障碍，不仅违背了便民初衷，还涉嫌侵犯消费者知情权、自主选择权和公平交易权，影响游客的出行体验与城市文旅口碑，也会削弱消费者的共享经济模式的信任，影响行业的健康发展。

监管部门应强化治理，定期开展专项整治。制定相应的押金管理规范文件，明确原路返还、退款时限、资金存管、违规惩罚等条款。打造共享设备监管小程序，实现数据化、网格化治理。将押金退还率、投诉率、整改及时率纳入国家企业信用信息

公示系统，不定期发布“红黑榜”，引导场地管理方优先与信用良好的服务商合作，规范市场秩序。

公共场所管理方在选择存包服务商时，应更加严格审查营业资质、税务记录和商业信誉等，确保服务商提供合法合规的服务，并在服务区域和柜子上等显著位置设有清晰标识，标注行李存取和押金退还的详细规则，常态化检查经营行为，及时协调处理消费者投诉，更换或整改所涉服务商，保障消费者的合法权益。

商家应优化技术确保押金原路退还，以弹窗、加粗等显著方式在小程序界面告知消费者注意“扫码后先看退款说明，再付押金”，尤其是针对老年游客，实现开门瞬间语音播报，降低找不到退款入口的焦虑。为预付押金设立专用银行账户存管，明确退还条件与期限，不得拖延、私自挪用，打消消费者顾虑。

消费者在结束寄存后也要记得立即检查小程序余额，完成提现操作，及时核实零钱明细，确认实际到账金额。截图订单信息，一旦超时及时联系寄存柜客服和场地管理方，提高自我防范和维权意识。

唯有监管部门、场地管理方、服务商等多方合力，让押金“有去有回”“有去好回”，才能真正呵护好城市便民服务。

扩大外商投资需下绣花功夫

商务部新闻发言人在不久前举行的新闻发布会上表示，在扩大外商投资市场准入方面，商务部将以服务业为重点扩大市场准入和开放领域，进一步扩大电信、医疗等开放试点。这一部署不仅印证了“中国开放的大门只会越开越大”的坚定决心，更标志着我国吸引外资政策正从规模扩张向质量提升转变，从要素开放向制度开放深化。

服务业开放是重要突破口，也是最考验“绣花功夫”的领域。当前，服务业规模已占据国民经济的半壁江山，其发展质量直接关系到经济转型升级的成效。近年来，从搭建进博会、服贸会、广交会、消博会等互利共赢的平台，到22个自贸试验区主动对接国际高标准经贸规则，再到外资准入负面清单持续缩减……我国推进高水平对外开放的力度越来越大。当然，更高水平的开放，不仅仅是清单上“禁止项”的减少，更是“机遇项”的增多。通过局部试点积累经验，为更大范围、更深层次的开放铺平道路。

从“准入”到“准营”，要做好服务衔接的“绣花功夫”。“准入”只是第一步，“准营”才是真正的关键。商务部明确提出落好对外资已开放领域的“准入又准营”要求，这意味着工作重心要从“降低门槛”向“优化服务”深化，从事前审批向事中事后监管转变。只有通过深化制度改革、完善配套措施，才能真正推动投资便利化与营商环境

为企业营造稳定透明的营商环境，把“滴灌式”服务贯穿于企业全生命周期，外资企业才能“进得来、留得住、发展好”。

破解具体问题，要依靠精准施策的“绣花功夫”。“帮助外资企业破解市场准入方面遇到的具体问题”，这一要求极具现实针对性。政策红利能否充分释放，关键看基层落实。不同行业、不同区域的外资企业面临的困难各不相同，这就需要相关部门深入调研，摸清实际情况，做到“一业一策”“一企一策”精准发力。这些微观层面的创新也是提升外资获得感的重要方面。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》提出，健全外商投资服务保障体系，全面落实国民待遇，推进数据高效便利安全跨境流动，营造透明稳定可预期的制度环境。可以说，以更高质量的市场准入激活外资“一池春水”，还需要以更大力度推动制度型开放，持续完善配套政策措施，着力打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境。

庞大的市场规模、完整的产业体系与扩大开放的政策环境相互促进，正在形成吸引全球优质资源的强大磁场。以“准入又准营”为标尺，以破解具体问题为导向，把“绣花功夫”下到深处、落到细处，外资企业自然会用真金白银投票。

（中国经济网供稿）



闵汝明作

“五星好评”还能信吗

随着直播带货、短视频等电商刷“好评”的现象越来越普遍。商家为了获得更多平台流量追求好评无可厚非，索要“好评”、设置员工“好评”绩效，甚至让利刷“好评”等行为，尽管提升了“好评”率，却让消费评价本身逐渐失去意义。消费者查看评价，是为了获取真实消费体验，挑选适合自己的商家，避免踩坑。如果评论区变成清一色的“好评”，缺少对服务和产品的客观描述，长远看反而会失去消费者的信任。商家应把更多精力用在提升产品和服务品质上。平台在设置规则时，应确保合理性和公平性。不妨转换思路，将投诉、差评作为评价服务提供者的主要指标，让好评真正成为消费体验的客观反馈。（时锋）

全产业链塑造绿色低空产业

陈超凡 康欣尉

今年以来，低空经济正迅速从试点探索迈向产业化落地，加速成为经济增长的新引擎，在引领未来产业变革、重塑区域与产业竞争格局方面，也发挥着重要作用。

据预测，2025年我国低空经济市场规模将达到1.5万亿元，2030年有望突破2万亿元。目前，各地在技术、基础设施和治理模式上的持续创新，以及多场景应用的快速拓展，正推动低空经济从“能飞起来”迈向“飞得好、飞得稳”。例如，截至2024年底，深圳已建成483个低空起降点，推动构建市域级“5G通信+毫米波+卫星”空天地一体化安全网络。与此同时，随着飞行活动向高频、多场景扩展，能源消耗、空间治理、噪声管理、碳排放等问题同步显现。如何将绿色低碳理念融入低空经济全产业链，是其实现高质、可持续发展必须要回答好的重要课题。

在政策驱动与科技创新的共同推动下，低空经济已展现出显著的绿色优势：以零排放、低噪声著称的eVTOL、新能源无人机等航空器在运行阶段的排放大幅降低；在测绘遥感、物流配送、农业植保、电力巡检、环保监测、森林防护等领域，无人机加速替代传统高碳作业方式，展现出

强劲的绿色效率。然而，当前的讨论多集中于“天上的零排放”，较少关注低空产业的全生命周期环境负荷。从上游的电子元器件、轻量化材料，到中游的动力电池、电机，再到下游的充换电设施、机库管理、通信导航与数字空管系统，乃至退役动力系统的回收处理等，各环节仍不同程度存在能耗与碳排放问题。必须重视这些环节的绿色低碳发展，在低空经济全生命周期形成系统性成效。

强化标准引领，加快构建低空经济全链条绿色标准体系。以全生命周期视角，系统制定低空航空器碳足迹核算、能源效率、材料绿色属性与循环利用等关键标准，形成覆盖制造、飞行运行、保障维护与报废回收等环节的统一绿色评价框架。特别是要将电池能耗与循环利用、复合材料可回收性、噪声控制等核心指标纳入标准体系，为市场准入、政府激励和技术迭代等提供依据。推动标准的动态更新与区域协同，鼓励重点城市和试点地区率先开展绿色认证、测试验证与场景规则建设；支持行业龙头企业建设公共测试验证平台，降低中小企业遵循绿色标准的成本，带动全产业链向绿色化、规范化、高品质方向加速跃升。

创新市场机制，让绿色飞行“有利可图”。应加快建立低空航空器能源消耗与碳排放影响评估机制，对动力电池能耗、充电/换电环节用能结构、燃油机型排放等开展科学测算，并在此基础上推动低排放运行项目、节能机型投入、动力系统更新等纳入自愿减排机制，使绿色运营能够通过碳减排收益获得经济回报。完善体现资源环境约束的价格机制，探索依据飞行器噪声、能耗与排放水平实施差别化空域资源使用费，使空域管理从“普遍准入”逐步向“绿色优先”转变。

推动绿色科技攻关，抢占低空经济未来竞争制高点。当前，无论是高安全性、高比能的航空动力电池，还是氢能、太阳能等零碳动力路线，均面临成本高、可靠性不足、基础配套薄弱等瓶颈，已成为制约绿色低空经济规模化发展的短板。为此，应加快布局面向绿色低空经济的关键核心技术攻关，瞄准动力电池航空化、轻量化材料可回收体系、低噪声推进技术、氢能电动混合动力等前沿方向，将绿色目标前置嵌入专业技术路线图。构建产学研协同创新平台，推动试验验证、场景开放、设施配套与标准制定一体化发展，加快从突破单项技术走向产品化、工程化和产业化。