

以旧换新赋能扩内需、惠民生、促发展

快评

套餐变套路 运营商不能太短视

据媒体报道，记者近日调查发现，运营商的套餐让人眼花缭乱：说好的回馈老用户结果却是“杀熟”，推荐的优惠套餐开通之后资费反而水涨船高，想要取消订购阻碍重重，合约期内运营商中途变卦不再提供服务……计费方式十分复杂，消费者一不小心就可能踩“坑”。

点评：

每一家基础运营商只有规范营销和服务，尤其是善待老用户，才能防止用户流失、业绩下滑。从某种程度上讲，坑害老用户的运营商，只会自毁形象，加快用户流失。所以，运营商亟待规范套餐营销，对营销人员加强培训管理，别让“金字招牌”毁在某些基层营销人员手里。有关方面也要对电话卡套餐乱象加强治理，别让侵权行为损害行业形象和整体消费。如今，手机已经不再是简单的通讯工具，而是网络消费的最大入口，唯有保障用户权益，才能做大消费“蛋糕”。作为用户也要勇于维权，一旦发现被套路，应通过多渠道维权，让运营商的套路失效。（据《北京青年报》）

“原价9099元的电脑，享受补贴之后到手只需7275元，相当于打了八折，看到优惠力度这么大，就果断下手了。”近日，消费者刘女士换了新电脑，政府的以旧换新补贴让她省下了1800多元。

如何提振消费信心，怎样提高国民经济循环质量和水平，考验着管理的大智慧。自今年3月国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》以来，从中央到地方出台了一系列政策措施，不断扩围加大支持以旧换新有效落地。有关部门统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，大力支持大规模设备更新和消费品以旧换新；明确各

地自主确定补贴“8+N”类家电品种、每件最高补贴2000元。各地立足实际，一方面发放消费券、政府补贴“真金白银”送实惠，另一方面畅通购买渠道、引导商家适度让利、督促提高服务质量。政策“组合拳”努力满足群众日益多元化的消费升级需求，促进相关产业向高端化、智能化、绿色化发展，推动经济平稳健康发展。

商务部最新数据显示，今年以来，消费品以旧换新政策整体带动相关产品销售额超1万亿元。政府以旧换新补贴让许多消费者获得实实在在的实惠，有力促进消费动能，有效激发市场活力。截至12月13日零时，汽车以旧换新带动乘用车

销售超520万辆，其中报废更新超251万辆，置换更新超272万辆；家电以旧换新带动8大类产品销售超4900万台；家装厨卫“焕新”带动相关产品销售超5100万件；电动自行车以旧换新带动新车销售近90万台。千万群众用上了更高效、更智能、更环保的出行工具和家用电器，通过家装“焕新”让旧房换新颜，实打实的政策红利增进了民生福祉，增强了群众的获得感和幸福感。

日前召开的中央经济工作会议部署了“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”等2025年九大重点任务，提出“实施提振消费专项行动”“加大扩围实施‘两新’政策”等举措。明年支持“两

新”的超长期特别国债资金将比今年大幅增加，更多市场需求广、更新换代潜力大的产品和领域将纳入政策支持范围。中央财政有关负责人还表示，将通过促进重点群体就业、完善劳动者工资正常增长机制、适当提高城乡居民基础养老金等，多渠道增加居民收入，进一步增强社会消费能力。这一切顺应群众期待，更稳定市场预期。

各级政府和有关部门必须把促消费与惠民生紧密结合起来，让政策红利惠及更多人民群众，进一步发挥消费拉动经济增长的基础性作用，为推动经济持续回升向好注入更加强大的动能。

（据人民网）

助推中老年文化消费“更上层楼”

或许没人能想得到，一张演唱会门票，竟然成了当下年轻人尽孝的“硬通货”。今年以来，随着一众父母年轻时喜爱的偶像歌手重新开启现场巡演，“帮爸妈抢演唱会门票”成了不少年轻人肩负的“重任”。在大家过去的普遍认知里，听演唱会、追偶像是年轻人的主场，但如今中老年群体强势加入，掀起一波文化消费新热潮。

对于“异军突起”的中老年文化消费，怎样细心呵护，甚至推波助澜，让其持续释放出强劲的动能，或许是各地都迫切需要思考的问题。

首先，要多推出一些符合中老年人口味的文化消费产品。以50后、60后和70后为主体的中老年人之所以愿意走进演出会场，主要目的在于寻找年轻时代的记忆。不仅仅是演唱会，戏曲、曲艺等传统文艺样式，同样是中老年文化消费的重要组成部分。因此，文旅部门要设法挖掘更适应中老年群体的文化项目，对当年炙手可热、如今仍有积极导向意义的艺人和作品，进行与时俱进的包装提升，以满足中老年人的文化需求，填补消费市场的空白。

其次，要在文化消费配套上下足功夫。从上个世纪到现在，经历了二三十年的岁月，社会发生了翻天覆地的变化。怀旧主题的文化消费可精心展示流金岁月的元素，无论是场馆的选择、舞美设计、门票以及纪念品周边，都要设法“回到过去”，努力吸引和打动中老年人，激发这一群体的购买力，形成文化消费的新增长点。

再者，要尊重并鼓励家庭的参与。“帮爸妈抢演唱会门票”尽孝不仅仅是个梗，更重要的是从中可以看到两代人之间的双向奔赴，它对于弥合代沟、和睦家庭、和谐社会都有积极意义。票务部门不妨适时推出更加亲民的“家庭套票”“陪伴套票”，鼓励两代人共同“追星”，在感受经典文艺魅力的同时，促进相互间的情感交流。

另外，要为中老年文化消费主动引流。各地可以把中老年文化消费当作新课题进行研究，制定相应的推广计划。相关主体可以通过发放“文化消费券”等方式来壮大中老年消费队伍，还可以设计新消费场景，推出更适应中老年人的平台和渠道，让他们无需子女的帮忙就能顺利完成消费，实现从被动向主动的转变。

（据《新华日报》）



伪雪景 无法赢真心

近日，河南新乡某景区举办冰雪狂欢节，宣称游客打造“阿勒泰雪乡”，有网友带着孩子兴冲冲前去，结果发现景区的雪竟然是用棉花和白沙冒充的。伪雪景无论从视觉还是触感上，都无法给人真实体验，游客深有上当受骗之感。景区和从业者应当秉持诚信原则，以货真价实的体验赢得游客的心。

（据《浙江日报》）

别被名人给孩子打“增高针”带偏了节奏

近日，随着某奥运冠军自家孩子打生长激素的消息传出，打“增高针”再次成为网友热议话题。

打“增高针”算不得新鲜事。此前就有报道称，有家长下决心给孩子注射生长激素，现在孩子确实长高了几厘米，这让他们觉得“罪没白受”“钱花得值”。一些家长因为担心孩子长不高而时常焦虑，于是通过网络查询、口口相传，最终选择打“增高针”。

点评：

“增高针”的使用范围不能泛化，虽然确有孩子通过“增高针”实现了增高，但这并不能说明这种增高方式具有普适性。家长在看待“增高针”时，要认识到事物皆有两面性，如果只看到有利的一面，而忽略不利的一面，难免就会作出错误的判断。尤其当一种药被宣传得神乎其神，甚至社会上有人草率效仿时，就更应警惕其背后的风险，切莫被名人效应带偏了节奏，跟风给孩子打“增高针”，最终可能增高不成，反而让孩子付出健康受损的代价。

（据《春城晚报》）

年终考核莫成材料秀

临近年底，各项工作都已进入收官阶段，年终考核接踵而至。然而，有些部门和单位在迎检时流于形式地准备资料，以篇幅长短代表重视程度，用写得多少代替做得好，造成工作业绩来应付上级的检查，让年终考核成了虚假的材料秀。

点评：

年终考核，本意在于通过科学合理的评价体系，客观反映干部的工作实绩与德才表现，为选拔任用、激励约束提供重要依据。然而，当考核的焦点从做了什么偏移至写了什么，从实际成效滑向纸面文章，便陷入了形式主义的泥潭。这种行为不仅背离了考核的初衷，更损害了党和政府的形象，挫伤了真正埋头苦干者的积极性。

年终考核莫成材料秀，关键在于转变考核方式，实现从纸上谈兵到实地察验的转变。考核方应深入基层一线，通过实地考察、随机走访、群众评价等多种方式，全方位、多角度地了解干部的履职情况。要创新考核内容，让考核指标更加贴近实际、科学合理。既要考核规定动作的完成情况，也要鼓励自选动作的创新探索，避免一刀切和唯指标论。要定准考核责任，强化权责一致，细化考核流程，确保每一项考核内容都有据可依、有章可循。对于走过场、搞形式的行为，要坚决予以纠正和惩处，决不能给形式主义有任何生存空间。

要强化考核结果运用，让考核与干部的升降去留紧密挂钩，旗帜鲜明地树立“让有为者有位、无为者让位”的鲜明导向，真正体现出“干多干少不一样，干好干坏有区别”，激发干部履职尽责的内生动力。

（据《云南日报》）

要求公职人员捐款 违法和摊派意味很浓

“捐款为什么强制？而且我连捐给谁都不知道。”日前，有网友发帖称，湖南省衡阳市祁东县全县的公职人员被要求参与募捐活动。祁东县委宣传部和祁东县公安局工作人员在接受采访时，确认了捐款活动的真实性。祁东县公安局工作人员表示：“这是给县里面困难群众的捐款，每年都会举行，去年收到捐款几百万元。”

点评：

众所周知，募捐是一种公益慈善活动，为特殊的对象募集善款或物品。自愿与无偿是募捐活动的特点和原则。我国公益事业捐赠法第四条明确规定，捐赠应当是自愿和无偿的，禁止强行摊派或者变相摊派，不得以捐赠为名从事营利活动。反观祁东县要求公职人员捐款，看不出“自愿”的意味，难怪引发部分公职人员不满而进行公开举报。

各地困难人群的确需要帮扶和慰问，但合法的方式多种多样，比如应当通过技能培训解决就业，让困难人群实现“自我造血”。对无法就业且家庭困难的人群，应当通过完善社会保障机制来解决。至于给予困难人群的节日福利，按说应该纳入财政预算，专款专用。

鉴于祁东县要求公职人员捐款，强行摊派或者变相摊派的意味很浓，涉嫌违反公益事业捐赠法规定，应该立即叫停。对于困难人群的帮扶和慰问，应该回归合理合法的方式，如节日福利支出，由财政买单。（据《春城晚报》）

“考研祈愿师”透着一股浓浓“韭菜味儿”

日前，记者注意到，在某招聘App上，竟然出现了“考研祈愿师”“考研祈愿实习生”岗位，薪资为每天150元到200元，其主要工作为负责收集2025年考研生心愿，负责前往全国各地孔庙为考生祈福并全程记录发布在社交媒体平台等。该岗位在社交平台上引起热议，有网友吐槽：“太离谱了，谁发明的这个岗位！”

在当下就业市场日益多样化的时代，新奇职业的出现不足为奇。但“考研祈愿师”这类职业的出现，却令人忧心忡忡。

从报道来看，“考研祈愿师”颇有“代人祈愿”的意味。这看似是为考生

节省时间和精力，同时也满足了部分考生及家长缓解焦虑、寻求心理慰藉的需求，实则是利用他们的心理弱点搞商业投机。尤其是2025年全国硕士研究生招生考试在即，更不宜将其视为商机肆意炒作。

诚然，考试前祈愿的行为古已有之，像古代科举考试等重大考试前，众多学子都会去祈愿，挂红绳、放孔明灯等。然而，将“祈愿”进行商业化，把心中美好的愿望做成产业，还让人代劳祈愿，则透着一股浓浓“韭菜味儿”。

考研能否成功，最终取决于考生长期的知识积累、科学的备考策略以及考场的临场发挥。即便要祈愿，也只是寄

托美好愿景，舒缓考试压力罢了。花钱让他人代祈愿，把希望寄托于所谓的“祈愿师”，恐怕对考研成绩毫无实际益处。

倘若“考研祈愿师”可行，那或许就会冒出形形色色的各种祈愿师，比如“高考祈愿师”。一旦“祈愿师”泛滥，势必会对社会风气产生不良影响，与社会所倡导的勤奋拼搏、依靠自身努力实现梦想的价值取向背道而驰。

总而言之，“考研祈愿师”更像是一种商业炒作。社会及相关机构应当倡导理性看待考研，鼓励考生凭借自身的努力追求学业进步，而非利用人们心理弱点进行商业投机。

（据《新京报》）

以最大程度的震慑力实现天下无拐

重审二审宣判，还是死刑。备受关注的余华英拐卖儿童案重审，贵州省高级人民法院二审宣判，驳回余华英上诉，维持一审死刑判决。

经过30多年时间，余华英案终于被置于法治和公正的阳光下，获得“正义结果”。这个过程真的不容易，能一步一个脚印往前走，方方面面付出的艰辛难以想象。

此案经受住了时间的考验，实现柳暗花明、峰回路转，直至今日。正义虽迟但到，少不了被害人及家属多年来的奔走疾呼，少不了公安机关和司法部门的合力执法，也得益于正义力量的有力集结和法治的现实进步。

在重审二审的法庭上，杨妞花第六次直面余华英。开庭前她说，希望这是最后一次面对余华英。朴素的愿望里藏着她对正义落地的坚信，更有着她对离

去父母的承诺。

对杨妞花等受害者而言，她们比任何人都更不想见到余华英，不愿一次次勾起自己内心深处的痛苦记忆。“希望这是最后一次面对余华英”，这何尝不是全社会的“心里话”。法院作出终审裁定，代表着一波三折的余华英拐卖儿童案终于告一段落，人贩子余华英再无上诉机会，她的人生即将划上终止线。

“希望这是最后一次面对余华英”，在这句话里包含着几层希望：希望此案实现“罪无遗漏”，能成为经得起群众和法律反复检验的铁案，让公平正义贯彻案件始终；希望每一个受害人及其家属的正当权益都能得到法律的精准保障与护航，不留任何死角和遗憾；希望此案死刑的判决结果能给予人贩子以最大程度的警示与震慑，社会以后不会

（据《钱江晚报》）

加强审核



记者12月21日获悉，国家广播电视总局网络视听司日前发布管理提示（加强微短剧片名审核），要求微短剧片名应提升思想内涵，传递主流价值观，不得使用恶俗、恶趣味等违背公序良俗的片名，不渲染极端对立、复仇、暴戾、焦虑。

新华社发