

绿色税制“密码”在于激励约束

通过继续完善以资源税、环境保护税为主体“多税共治”，以企业所得税、增值税、消费税、车辆购置税等系统性税收优惠政策“多策组合”的绿色税收体系，发挥税收的刚性手段和激励约束作用，更有效促进生产生活方式绿色低碳转型。

国家税务总局近日发布的“成绩单”显示，水资源税运行平稳，改革效应初步显现。改革取得成效的“密码”，在于发挥税收的激励约束作用。

水是生存之本、文明之源。我国人多水少，水资源时空分布不均，人均水资源占有量仅为世界平均水平的35%。随着经济社会不断发展，我国水资源需求量持续增长，加之水资源利用效率总体不高，水资源供需矛盾突出，经济社会高质量发展 and 生态环境保护都面临水资源短缺的挑战。

绿水青山就是金山银山。作为绿色

税制的重要组成部分，水资源税和企业生产、居民生活密切相关，在促进水资源节约集约安全利用、建设美丽中国中扮演着重要角色。

税收为何能够成为解决水资源短缺的重要手段？水资源税改革带来的不仅仅是形式上从“费”到“税”的变化，还在于强化税收调控功能和杠杆作用，通过设置差别税额、健全征管机制等制度设计，抑制不合理用水需求，增强企业等社会主体节水意识和动力，促进水资源节约集约循环利用。

税收的激励约束作用，体现在强化分类调控，也就是根据水资源状况、取水类型和经济发展等情况实行差别税额，有效发挥税收调节作用。对取用地下水、水资源严重短缺和超载地区取水、特种取水等从高确定税额。以洗车、洗浴、高尔夫球场等特种取水为例，这些行业在提供生活便利、提高生活品质的同时，

也具有高耗水的特点，有的甚至存在严重浪费水现象，需要设置比其他行业更高的税额标准，倒逼节约用水。重点调控领域取用水量逐步下降，充分体现了水资源税的调节作用。

水资源税不仅有“从高”，也有“从低”。按照规定，对疏干排水中回收利用的部分和水源热泵取用水从低确定税额。对用水效率达到国家用水定额先进值的相关纳税人，减征水资源税。“高”“低”之间，有效促进企业通过节水改造和技术创新提高用水效率，提升节约用水的主动性和积极性。

居民用水关乎民生。在水资源税改革中，城镇公共供水企业税负合理下降，总体上不增加居民正常生活用水负担。当然，全体居民需要坚持节水意识，让节水理念和行动贯穿于日常生活，珍惜每一滴水。

同样，自2018年1月1日起开征的

环境保护税，通过“多排多征、少排少征、不排不征”的正向激励机制，倒逼企业减少污染排放、发展循环经济、保护和改善环境。

党的二十届三中全会提出，“完善绿色税制”。全面实施水资源费改税试点开局成效明显，成为完善我国绿色税收体系的重要实践。绿色税制助力美丽中国建设的作用正在深化，通过继续完善以资源税、环境保护税为主体“多税共治”，以企业所得税、增值税、消费税、车辆购置税等系统性税收优惠政策“多策组合”的绿色税收体系，发挥税收的刚性手段和激励约束作用，更有效促进生产生活方式绿色低碳转型。通过实施支持绿色低碳发展的财税、金融、投资、价格政策和标准体系，有力协同推进降碳、减污、扩绿、增长，实现天更蓝、山更绿、水更清。

（据《经济日报》）

夏日经济奏响美好生活旋律

连日来，多地加快打造夏日经济新业态、新模式、新场景，激发夏日消费新活力。从繁华的夜市到消暑的家电，从精彩的文旅活动到多元化的研学之旅，夏日经济不仅展现出消费市场的蓬勃生机，更蕴含着浓浓的民生温度。

夏日经济，以其多姿多彩的消费场景，成为拉动经济增长的重要力量。夜经济的繁荣，便是其中一个生动缩影。当夜幕降临，人们走出家门，可在灯火辉煌的小吃街品尝美食，也可在热闹的步行街挑选心仪的商品。江苏南京的“露营+”“直播+”等潮流玩法，广西柳州的特色美食夜市，无不成为城市增添了绚丽的色彩。夜经济延长了消费时间，拓展了消费空间，为城市注入了新的活力。

与此同时，夏日经济更有着温暖的民生关怀。在毕业季和暑期，研学游、考后游等成为热门选择。山西博物院的“实物呈现+深入解读+数字延伸”新展陈，敦煌莫高窟的彩绘技艺体验……这些充满文化味的研学项目，让孩子们在游玩中学习，在体验中成长，不仅丰富了他们的精神世界，也为他们的未来奠定了坚实的基础。

从更宏观的层面来看，夏日经济的火热，离不开政府的有力支持和引导。一系列促消费政策的出台，为消费市场的复苏和扩大提供了有力保障。发放消费券、举办各类促消费活动等措施，激发了消费者的消费热情，释放了消费潜力。政府搭台、市场唱戏，共同推动着夏日经济的繁荣发展。

（据《湖南日报》）

积极应对高温“烤”验 聚力筑牢安全生产防线

近年来，我国夏天高温天气首发日期提前、发生频次增加、影响范围变广、综合强度增强等特点越发明显。中国气象局发布的《中国气候变化蓝皮书（2024）》显示，在全球变暖背景下，未来我国极端高温事件将呈现出增多趋势，这不仅会给人们的日常生活造成困扰，也给安全生产带来了严峻“烤”验。未雨绸缪防范应对极端高温天气灾害，日渐显得重要和紧迫。

大量事故案例表明，高温天气使许多行业领域安全风险加大，为安全生产带来了各种“热”隐患，易引发火灾事故和安全生产事故。严重事故之所以发生，通常是由于未处理的隐患长期累积所致。比如电线电缆老化、电力负载过大等，这些安全隐患随着时间的推移日积月累，而极端高温会突然放大隐患，成为造成事故的“最后一根稻草”。

有鉴于此，我们要以更大决心、更强力度、更实举措迎接高温“烤”验，推动安全治理模式向事前预防转型。

其一，深刻认识极端高温的严重危害性，牢固树立底线思维和极限思维，坚决克服麻痹思想和侥幸心理。结合安全生产治本攻坚三年行动的部署要求，进一步完善高温天气应急预案，压紧压实各方责任，层层传导压力，推动隐患排查见行见效。同时，督促相关用人单位及时开启“防暑”模式。对于建筑工人、空调安装工和维修工等户外劳动者，要求采取合理安排工作时间、轮换作业等办法，严格落实好防暑降温措施，为劳动者创造舒适、凉爽的工作环境。

其二，用好“抓重点、重点抓”的工作方法，聚焦有限空间作业、危化品使用与运输、道路交通安全、消防重点单位等重

点行业领域，加大监督检查力度，促使生产经营单位严格落实高温天气下灾害事故防范应对措施，抓早抓小、防微杜渐，始终保持足够的安全余量。

其三，用好创新“金钥匙”，依靠现代科技赋能，开展高温天气安全风险研判，加强灾害综合监测预警，综合运用人防物防技防等手段，不断提升高温天气应对防范质效。

与暴雨、洪水、台风等其他自然灾害相比，高温是“看不见”的无声杀手，公众可能存在知识盲区、防范意识的短板，所以需要强化科普宣传的针对性和实效性。各地各部门应以开展“安全生产月”活动为契机，深入基层，贴近一线积极开展安全宣传“五进”活动，加大防暑降温宣传力度，提高公众对高温天气危害性的认识和应急能力。

今年全国“安全生产月”的主题为

“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”。这要求我们每个人都绷紧“安全弦”，拿出实际行动，向安全隐患坚决说“不”。具体包括及时拔掉充电器，维修更换家中的老旧电线、电器，养成“三清三关”的习惯：及时清理阳台、厨房、楼道，离家和入睡时要关火、关气、关电。无论是在家中、工作场所，还是在其他场所，都要以主人翁的姿态投身到“查找身边安全隐患”的行动中来，共同夯实安全防线。

防范应对高温天气下的灾害事故，说难也难，说易也易，只要各个环节、各个主体都尽心尽力、协同发力，把应有的责任落实到位，将防范应对工作做到位，定能不断推动安全治理模式转型升级，守牢安全底线、红线，为经济社会高质量发展构筑起坚不可摧的铜墙铁壁。

（据《北京青年报》）

疗愈不等于“买了即治愈”

如今，人们越来越关注自己内心的情感需求，追求身心健康，疗愈经济应运而生。然而，由于缺乏市场准入和行业监管标准，一些疗愈项目收费高但效果存疑、滋生乱象，亟待加以规范。

从芳香精油到冥想App，从心灵工坊到治愈系玩具，针对一些人的精神需求，商家推出多元化疗愈产品和服务。在某平台，声音疗愈的话题播放量超35亿次，心灵疗愈、催眠、颂钵疗愈话题播放量也超亿次。吸引消费者的，不只是产品和服务，还有其背后的情绪价值。

从社交媒体上经过滤镜处理的“治愈瞬间”，到网红们标准化的“疗愈生活方式”，这些被精心设计的内容，容易让人误以为，“心灵平静”只要经过疗愈就很容易达成。然而，过度商业化、表面化的疗愈供给，也导致精神慰藉贬值。当人们将“疗愈”等同于消费行为或社交展示时，真正需要耐心培育的自我接纳、情绪管理等能力却被边缘化，甚至可能陷入“买了即治愈”的消费主义陷阱。

面对疗愈经济的乱象，消费者需要增进对疗愈本质的理解，少一些对速效的期待，多一些对成长的耐心。应尽快从政策层面加以规范，建立完善资格认证机制，设置行业准入标准，加强市场监管，保障产品和服务质量。

（据《人民日报》）



第24个全国“安全生产月”

人人讲安全 个个会应急

查找身边安全隐患

开展“消除隐患演练行动”



国务院安全生产委员会办公室
中华人民共和国应急管理部
2025年6月

“游客至上”不是无原则的迁就

近日，辽宁大连，狮虎园有游客隔着铁网偷拽老虎毛，说是镇宅避邪，引发热议。

点评：

从管理角度看，园方确实面临现实难题。游客众多，游览区域广，工作人员很难事无巨细地关注每一位游客的行为。然而，这不能成为对不文明行为放任不管的借口。园方应在“游客至上”与维护园区秩序、保护动物权益之间找到平衡。一方面，加强宣传引导，向游客明确告知游览规则和注意事项，特别是强调保护动物的重要性以及伤害动物行为的后果。此外，完善防护设施同样关键，若铁网设计更合理、无漏洞，游客便无法伸手拽毛。对于不文明游客，也不能仅靠道德约束。园方应建立完善的游客行为管理机制，对于轻微违规行为，除警告外，还可进行园内通报批评；对于情节严重、屡教不改的行为，列入园区黑名单，限制其再次入园，并依法依规移交相关部门处理。

“游客至上”不应成为毫无底线的迁就。大连狮虎园出现的乱象，其实已经为整个旅游行业敲响了警钟。只有管理方与游客携手配合，共同承担责任，“游客至上”的理念才能真正回归正道，并推动旅游行业健康、长远地发展。当每一位游客都能够主动遵守规则，并体谅其他游客，“游客至上”才能真正落地生根，让每个人都收获美好而难忘的旅游体验。

（据《湖南日报》）

利用未成年人“擦边”露头就打

近日，某动漫展上几名衣着暴露的儿童直播事件引发关注。漫展主办方工作人员马上联系了家长和摄影工作室，及时予以制止。

点评：

未成年人保护法规定，禁止制作、复制、发布、传播或持有有关未成年人的淫秽色情物品和网络信息。《未成年人网络保护条例》也有相关条款。儿童家长、相关机构、网络平台也应增强意识、履行责任，切实保护未成年人身心健康。

家长要担起责任。作为监护人，家长要树立正确的育儿观，还应提高警惕，甄别防范一些机构以“艺术”“培训”“展示才艺”等理由将未成年人异化为商业工具。

机构要正视问题。演艺中介、模特公司、培训机构等要认识到未成年人保护的严肃性，在演出、展览等活动中不能以涉嫌伤害未成年人的方式牟利，不能为了热度、流量不择手段。

平台要拿出办法。平台应从人员投入、内容审核等方面加强事前对未成年人“擦边”内容的监管，对相关内容及时发现、及时屏蔽或删除，让这类图片或视频发不出、传不开。同时，加大事后处罚力度，对多次违规、影响恶劣的账号和商家进行严厉处置，关停账户、下架产品，提高违规成本，起到警示作用。

（据新华网）

打“价格战”没出路更没未来

近日，某车企率先发起大幅降价活动，多家企业跟进效仿，引发新一轮“价格战”恐慌。中国汽车工业协会、工业和信息化部等相继发声，明确反对这场无序的“价格战”。

点评：

车企通过创新提质、降本增效带来价格下降是正常市场现象，也让消费者受益，应当鼓励支持。但无序的“价格战”，不利于汽车产业健康可持续发展，也终将损害消费者权益。

从产业端看，汽车行业经不起“价格战”折腾。汽车产业链条长，围绕整车制造，向上是原材料供应、零部件生产、技术研发等环节，向下延伸至销售、维修等领域。整个行业牵一发而动全身，无序“价格战”挤压链上各环节利润空间，给整条产业链带来冲击，广大从业者面临收入下降的风险。

从消费端看，无序“价格战”也会让消费者受损。当企业合理的利润空间被“价格战”无底线压缩，投入技术研发和改善顾客体验的资金势必变少。质量、服务等赖以生存的根基被侵蚀，汽车行业怎能健康可持续发展？如何在激烈的全球竞争中保持优势？

产业、技术、市场等优势，是中国汽车快速发展的底气。前路不会都是坦途，但只要把准方向，一路前行，汽车产业未来可期。

（据《人民日报》）

招聘“以貌取人”丑的是企业价值观

近日，深圳某财务管理公司在招聘文员时，以“不行，太丑了”回复求职者的事件引发了社会的广泛关注。这一简短而粗暴的回复，不仅伤害了求职者的尊严，更暴露出该企业在价值观和管理上的严重问题。

点评：

从企业角度来看，招聘本应是基于岗位需求和求职者能力、素质的匹配，而非以貌取人。文员岗位更需要的是具备良好的办公技能、沟通能力和责任心等专业素养，外貌并非该岗位的核心要求。

从求职者角度讲，找工作是一个充满压力和挑战的过程，求职者有权在求职过程中得到平等对待和尊重。每一位求职者都是独立的个体，都拥有自己的专业技能和潜力，不应因外貌等与工作无关的因素受到歧视和羞辱。

从社会层面分析，这种现象的存在反映出就业市场的一些深层次问题。一方面，我国虽然有多部法律禁止就业歧视，但违法成本较低，实际处罚力度有限，导致一些企业有恃无恐。另一方面，劳动力市场供需关系不平衡，部分企业觉得求职者众多，不愁招不到人，从而在招聘时肆意设置各种不合理的条件。

“以貌取人”的招聘事件给我们敲响了警钟。要解决这个问题，需要多方共同努力。企业应树立正确的价值观，回归能力本位，明确岗位的真实需求，避免将无关条件强加给求职者。

（据《四川工人日报》）