

努力开创服务业高质量发展新局面

服务业是国民经济的重要组成部分，服务业发展水平是衡量一个国家经济发展程度的重要标志。习近平总书记近日就服务业发展作出重要指示，深刻阐明了发展服务业的重大意义、重要原则、重点任务，具有很强的思想性、指导性、针对性，为更好促进服务业优质高效发展指明了方向、提供了重要遵循。

党的十八大以来，我国服务业规模稳步扩大，质效持续提升，在支撑产业升级、满足民生需要、带动就业扩容等方面发挥了重要作用。“十四五”时期，我国服务业增加值连续迈上三个“10万亿元”新台阶；2025年首次突破80万亿元，对国民经济增长的贡献率高达61.4%，对经济社会发展全局的带动作用明显增强。成绩来之不易，发展更上层楼。“十五五”规划纲要明确提出“实施服务业扩能提质行动”。今年政府工作报告将“扩能提质服务业”作为全年工作重点之一。新征程上，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，完

整准确全面贯彻新发展理念，突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作，深入实施服务业扩能提质行动，推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，促进生活性服务业高品质多样化便利化发展，培育更多“中国服务”品牌，努力开创服务业高质量发展新局面。

开创服务业高质量发展新局面，要推进生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。促进服务业优质高效发展是建设现代化产业体系的重要依托。要健全链条补强生产性服务业薄弱环节，提高现代服务业与先进制造业、现代农业融合发展水平；大力发展科技服务，提升研发设计、知识产权、科技成果转化等服务能力；提高金融租赁、物流仓储等服务综合竞争力，壮大节能环保、数智化转型等服务，提高增值服务等比重；做强做优商务服务，发展高水平第三方专业机构，提高公信力和国际认可度，以服务业优质高效发展作为关键突破口，筑牢现代化产业体系“四梁八柱”。

服务业融通千行百业、关乎千家万户，既是居民就业的主要载体，也是居民服务的主要供给者。开创服务业高质量发展新局面，要促进生活性服务业高品质多样化便利化发展。当前，我国居民消费正加快从“有没有”向“好不好”转变。要适应居民消费结构升级，积极发展普惠可及、个性多样的生活性服务业。要加快补齐养老等普惠服务短板，健全政府购买服务等机制，鼓励批发零售、住宿餐饮特色优质服务，积极拓展新业态新模式，提高家政、物业、快递等服务质量，创新社区集成服务模式。要以带动面广的行业为依托，促进多业态融合发展，聚焦全民健康、文化旅游等，培育一批生活性服务业新增长点，促进日常生活服务更加便捷、公共服务高效适配、文体等服务创新发展，更好满足个性化、多样化、高品质需求。

开创服务业高质量发展新局面，要培育更多“中国服务”品牌。今年政府工作报告把“健全服务业国家标准，培育‘中国服

务’品牌”作为扩能提质服务业的具体内容。要健全服务业国家标准体系，研究制定数字消费、绿色消费等新型消费标准，积极引导或参与国际服务业标准制定，夯实“中国服务”品牌的基础。通过有序扩大服务领域自主开放，推动我国服务业在技术、模式、标准等维度与国际先进水平更好接轨、双向赋能。支持服务企业实施品牌战略，鼓励有条件的大型企业增强服务品牌国际影响力，提升中国服务品牌形象，推动“中国服务”加速走向世界。

促进服务业优质高效发展，关系国计民生，关系现代化建设全局。让我们进一步把思想和行动统一到习近平总书记重要指示精神和党中央决策部署上来，自觉从战略和全局的高度深化对服务业的认识，紧扣扩能提质扎实推进服务业发展重点任务，真抓实干、务求实效，共同谱写服务业优质高效发展新篇章，为推动高质量发展提供坚实支撑。

（新华社北京4月8日电）

拍完就扔 探店岂能如此浪费

满满一桌海鲜大餐，博主只象征性地吃一两口，便对着镜头卖力夸赞；拍摄结束，整桌菜凉透，博主收工走人，服务员熟练地将饭菜倒进泔水桶。这不是段子，而是记者亲历的真实场景，也是美食探店领域心照不宣的潜规则。

探店的本质是发现，不是表演；是分享，不是推销。某些博主沉迷于“大排场、全桌席”的浮夸形式，视觉冲击成为吸引点击的关键，食物却沦为可有可无的道具。观众需要的不是博主吃了多少、场面多大，而是真实评价与有用参考。当视频里信誓旦旦地说“盲点不踩雷”，现实中博主却连筷子都没动几下，这种欺骗式的流量获取，既伤害消费者信任，也败坏探店博主们的集体声誉。

事实上，拍完就扔并非简单的道德问题，已经触碰了法律底线。《中华人民共和国反食品浪费法》明确规定：个人应当树立文明、健康、理性、绿色的消费理念，外出就餐时根据个人健康状况、饮食习惯和用餐需求合理点餐、取餐。《粮食节约和反食品浪费行动方案》中也明确提出：加强舆论监督，曝光食品浪费行为，严禁制作、发布、传播宣扬暴饮暴食等浪费食物行为的节目或音视频信息。在“光盘行动”深入人心的今天，浪费粮食的行为却依然是探店领域的潜规则，的确有必要引起重视。

打击浪费式探店，必须深挖利益链条。博主靠视觉冲击换点击量，商家在“出圈即效益”的思维下积极配合，平台坐享流量红利……三方默契配合，将食物变成道具。

治理探店浪费，不能止于道德谴责，必须多方发力。平台不能作壁上观，要优化推荐机制，遏制以浪费换流量的内容偏好。商家要珍视品牌声誉，拒绝配合浪费式拍摄，若明知博主会整桌倒掉还照常出餐，这就是浪费的“帮凶”。监管部门更应加大执法力度，依法严肃查处，提高违法成本。

食物凝聚着自然的馈赠与辛勤的劳动，不是可以随意丢弃的拍摄道具。从农民到厨师，每一道菜都承载着无数人的付出，“光盘”不仅是美德，更是探店博主应具备的职业操守。

流量再大，也不能凌驾于法律之上；热度再高，也不能以浪费粮食为代价。探店行业的初心，是挖掘美食、传递烟火气，而非沦为铺张浪费的秀场。少一点套路，多一点真诚；少一点浪费，多一点节约，只有这样，美食博主才能真正赢得公众的信任。

（据《河南日报》）

善款7年后返还 一场温暖的“信义回响”

据新闻报道，近日，北京网友王先生（化名）意外收到了一笔来自水滴筹平台的100元退款。他点开捐赠平台后发现，这竟是7年前一次网络筹款的退款。更让他惊讶的是，当年那次筹款的总额近27万元，如今，那位受助人渡过难关后，将全部善款返还给7001位捐赠人。

7年前，受助人深陷困境，来自天南海北的7001位陌生人伸出援手。受助者没有辜负这份信任，将26万余元捐款全部用于救治家人、渡过难关。7年后，当日子好起来，他没有遗忘此事，而是毅然扛起返还善款的责任，用行动回馈了当年那份跨越千山万水的善意。

从法律角度来说，受助人并没有返还捐赠款项的义务。现实中，将善款返还的例子也不多见。一条条退款到账信息，好似一种温暖的“信义回响”，让捐赠人感动不已，也让屏幕前的我们深受触动。

在网络筹款屡遭质疑的当下，这个故事如同一股清流。近年来，个别受助

人隐瞒财产、挥霍善款的新闻，让不少人开始怀疑：自己的善意是否被辜负？网络公益是否值得信任？而新闻中这位受助者的举动，给出了有力回答。网络众筹的本质，是“众人拾柴火焰高”的互助，这份善意的长久流淌，关键在于每一份爱心都能被珍视、每一份信任都不被辜负。

近年来，随着《中华人民共和国慈善法》的修订以及《个人求助网络服务平台管理办法》的出台，网络个人求助行为正在逐步走向规范化和法治化。法律的完善固然重要，但道德自觉的力量同样不可或缺。这起新闻中，受助者在困境中收获善意，在顺遂时回馈善意，这份自觉与担当传递出一种宝贵的社会风尚，会激励更多人伸出援手。愿这样的故事越来越多，也希望更多受助者在走出难关后，能主动成为助人者，继续传递爱与希望，推动慈善进入“人人为我，我为人人”的良性循环。

（据《工人日报》）



记者从中铁快运股份有限公司获悉，自4月8日起，铁路部门在前期高铁宠物托运服务成功试行的基础上，推出“爱宠行”服务，提供“携宠出行”与“爱宠单独行”两种托运模式，办理宠物托运业务的高铁车站增至121座、列车增至228趟，将更好地满足旅客多样化需求。

新华社发

快评

成人教育岂能沦为文凭批发

线上代刷课、线下代签到，期末考试邮寄试卷和答案……部分中介机构违规为成人教育学生提供从报名到毕业的全程教务服务。部分高校管理不到位，成人教育流于形式，沦为文凭批发，严重损害了高等教育的权威性和公平性。

点评：

成人教育是高等教育的重要组成部分，是构建终身教育体系的重要内容，绝不能成为交钱拿证的创收工具。高校要严格把好质量关，让成人教育走上正轨、更加完善。（据《河北日报》）

别让银幕只剩下“颜值”

打开一部电视剧，服化道精美，吸引了无数观众的目光。然而几集看下来，总觉得不对劲：演员妆容过度、故事场景脱节。近日，国家广播电视总局电视剧司召开电视剧健康审美座谈会，要求摒弃“颜值崇拜”，推动创作从“明星中心制”转向“剧本中心制”。

点评：

当创作重心从塑造人物转向包装外表，“颜值”便不再服务于剧情与人物，反而成了流量依赖。国家广电总局的纠偏，正是为了让创作回归内容本真，让服化道回归叙事本位，服务于人物与故事。真正的好作品，靠的不是颜值精修，而是有血有肉的人物、环环相扣的剧情、真实可感的时代风貌。唯有坚持“内容为王、人物为本”，电视剧才能在健康审美的轨道上彰显中国气派、中国风格，真正赢得观众、涵养精神。（据《山西日报》）

民间趣味赛事解锁城市表达新范式

北京黑羽绒服选美大赛、西安菜夹饼大赛、天津武清宠物时尚秀……近来，一类“不比专业、只比有趣”的民间趣味赛事悄然兴起，以随性玩法勾勒出鲜活市井图景。

点评：

与专业赛事追求极致突破不同，民间趣味赛事的核心是唤醒普通人的参与热忱，填补情绪缺口，也解锁了城市表达的新范式。深挖其价值、呵护其生长，让更多人在欢笑中卸下疲惫、在参与中感受温暖，这既是社会治理的柔性智慧，也是城市软实力的生动注脚。（据《工人日报》）

朋友圈的虚荣生意该凉了

社交媒体上，经常能刷到精致人设。但你是否知道，所谓的豪车、度假、轻奢生活，也许只是网盘里买来的九宫格？

根据报道，在购物和二手交易平台上，一批商家正以1到8元价格批量出售所谓“朋友圈实况图片”，有的推出3999元的“顶奢网红”拍摄套餐，通过拼团游艇、租赁豪车，为消费者量身定制“富豪”人设。

点评：

这门生意之所以大行其道，大概是戳中了一些人的虚荣心。比如，有人想靠虚拟人设交友，有人想靠包装撑门面、做生意，有人纯粹是为了在熟人圈挣“面子”。当社交媒体变成攀比炫耀的舞台，其危害远不止表面，也无形中为网络诈骗等打开了方便之门。

更值得警惕的是，网盘中成千上万张“实况照片”，大多来源不明。如果商家搬运他人照片进行售卖，将涉嫌侵犯他人的肖像权、著作权乃至隐私权。而这些标注着“可发朋友圈”的图片，在网络平台上明目张胆地交易，也暴露出部分网络平台主体责任的缺失。

互联网不能成为什么都可以标价购买、肆意虚假包装的“赛博名利场”。社交媒体上的虚荣生意，该凉了。（据《南方日报》）

收费数字服务不能玩“躲猫猫”

“免费修图”实则付费才能导出，“低价机票”暗中绑定收费项目……如今，各种以“免费”“低价”为噱头，实则需付费、附加消费的数字服务并不少见。在黑猫投诉平台上，有不少消费者对这种搭售行为进行投诉。

点评：

收费数字服务玩起“躲猫猫”，侵害消费者知情权和自主选择权，扰乱正常市场秩序。这种乱象的出现，有平台唯利是图、利用信息不对称搭套牟利的原因，也在于监管存在盲区，难以及时发现。

依靠隐性收费、捆绑销售等套路，或许能得一时利益，但绝非长久之计。平台应当告别短视思维，取消默认搭售与隐蔽收费，以醒目方式公示全部收费项目。监管部门应当进一步细化“显著提示”“变相强制”等认定标准，明确收费标注的字体、位置与提示方式，清除监管盲区，引导行业公平竞争、健康发展。要依托大数据等技术手段，精准监测高频投诉平台，依法顶格处罚那些恶意隐性收费且屡教不改的企业，形成强有力的震慑。（据《河北日报》）

