

兜牢基层“三保”底线为何重要

城镇保障性安居工程补助资金566亿元、医保财政补助及建设资金4166亿元……近期，一系列关系民生保障的资金从中央财政提前下拨地方。中央经济工作会议强调，重视解决地方财政困难，兜牢基层“三保”底线。谋划新一年改革发展，“三保”再次被放在重要位置。

兜牢基层“三保”底线，就是要做好基层的保基本民生、保工资、保运转工作。一方面，民生无小事、枝叶总关情，就业、教育、医疗、社会保障等关系群众切身利益；另一方面，保障工资正常发放和机构正常运转，则是推动政府履职和各项政策实施的基础条件。中央历来高度重视做好“三保”工作，仅从今年下半年看，7月份召开的中央政治局会议和近期召开的党的二十届四中全会、中央经济工作会议，都明确提出“兜牢基层‘三保’底线”。可见，基层“三保”在全局工作中举足轻重。

当前一些地方财政运行压力较大，这也是强化“三保”工作的一个重要背景。受部分行业企业经营困难、土地出让收入大幅下降等因素影响，一些地方政府收入

兜牢基层“三保”底线，需要务实管用的有力支持，优先足额安排“三保”经费预算。需要着眼长远的制度安排，促进地方收入有更多源头活水。还需要高度重视节约开支，把宝贵的财政资金用在支持“三保”、促进发展的刀刃上。

增长乏力，财政收支矛盾较为突出。必须重视解决地方财政困难，综合施策缓解财政运行压力，才能牢牢兜住基层“三保”底线。

兜牢基层“三保”底线，需要务实管用的有力支持。基层各类刚性支出不少，应始终把“三保”摆在财政支出的优先位置，优先足额安排“三保”经费预算，加强“三保”财力保障。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%，重点是增加一般性转移支付，增强地方政府财力，有效提高地方财政保障能力。近期中央财政下达一系列资金，即在助力地方提高预算编制完整性，加快预算执行进度，更好地保障“三保”各项支出。各地也应加大财力下沉

力度，筹措资金兜牢“三保”底线，加大库款保障和监测力度，确保“三保”不出问题。

兜牢基层“三保”底线，需要着眼长远的制度安排。“三保”不是一时之需，而是长久之计。做好这项工作，不能仅限于短期的资金安排，还要致力于长期制度安排。解决地方财政困难、提高基层“三保”能力，必须提高地方自身的造血能力，特别是建立健全增收节支机制，增强地方自主财力。通过优化税制结构，完善地方税、直接税体系，比如推进消费税征收环节后移并稳步下划地方等，促进地方收入有更多源头活水。优化中央和地方财政关系，适当加强中央事权、提高中央财政支出比重，避免地方“小马拉大车”。完善财政转移支付体系，更好发挥转移支付均衡地区间财力差异的作用。此外，稳步推进省以下财政体制改革，构建县级财力长效保障机制，做实县级“三保”保障。

兜牢基层“三保”底线，除了想方设法增收，还需高度重视节支。优化支出结构，提升财政政策效能和资金使用效益。落实坚持党政机关过紧日子的要求、严控一般性支出，树立和践行正确政绩观，杜绝形象工程、政绩工程，把宝贵的财政资金用在支持“三保”、促进发展的刀刃上。

兜牢基层“三保”底线，除了想方设法增收，还需高度重视节支。优化支出结构，提升财政政策效能和资金使用效益。落实坚持党政机关过紧日子的要求、严控一般性支出，树立和践行正确政绩观，杜绝形象工程、政绩工程，把宝贵的财政资金用在支持“三保”、促进发展的刀刃上。



王琛伟
王
聪

工业和信息化部日前发布《高标准数字园区建设指南》，明确提出到2027年建成200个左右高标准数字园区，实现园区内规模以上工业企业数字化覆盖率、服务水平明显提升。这一举措有望催生一批可推广、可复制的园区建设新范式，极大提升高标准数字产业园区建设水平。

数智化是重塑国际竞争格局和未来生产模式的关键力量。数字产业园区则是数智赋能实体经济的主要媒介，是现代产业发展的试验平台。加快建设高标准数字产业园区，是掌握数字时代发展主动权的重要战略举措。近年来，我国稳步推进相关建设，一批创新动力强劲的数字产业园区不断涌现，数智赋能实体经济前景广阔。这些园区具有鲜明特点。一是技术和管理创新能力突出，不仅技术迭代更快，而且园区管理更加灵活。二是数智牵引实体经济转型升级动能强劲，园区往往是数字经济与实体经济深度融合的典范。三是数据安全要求明显高于传统的产业园区，特别是对数据安全和隐私保护的能力有很大提升。

放眼全球，发达国家同样在推动数字产业园区建设。美国、英国数字产业园区注重吸引、培养高技术人才群体。韩国通过政府强力支持引导，推动数字产业园区发展，扶持物联网、5G等领域创业项目。新加坡注重产业空间与生活空间融合，着力构建宜业宜居的智能产业园区，对高端人才具有很强的吸引力。与之相比，我国数字产业园区具有制造业体系更加完善、应用场景更加丰富等独特优势，还拥有超大规模市场的强力支撑，有潜力实现弯道超车、后来居上。

不过也要看到，我国数字产业园区发展还面临一些严峻挑战。比如，一些地方园区建设出现同质化倾向，产业方向、服务内容逐渐趋同，“内卷式”竞争问题突出；各领域数据打通使用难、智能应用落地难等问题仍在制约园区发展，等等。

加快推动数字产业园区发展建设，技术创新是关键，体制机制创新是保障，全产业链品质提升是主要任务。要抓住技术、服务、管理、设施等高标准化关键环节，充分运用场景创新这个新型工具，强化改革关键作用。发挥各地比较优势，因地制宜优化要素资源配置，促进产业链、供应链深度融合，加快数字技术更深层次赋能产业发展，推动数字产业园区建设再上新台阶。

一方面，善用规模优势，统筹全产业链融合升级。产业园区的突出优势，就是能够通过供应链的空间集聚，实现节约成本和提高效率双重目的。少数国家受制于国土面积和产业规模，不得已采取的“少而精”发展模式，牺牲了产业链上下游精密合作、优势互补带来的规模优势。而我国作为超大规模经济体，不仅有条件探索不同产业的数字化发展模式，还拥有实现产业链上下游深度融合的独特优势。下一阶段，应深化新一代信息技术全链条赋能应用，既要打通阻碍园区内企业协同研发、生产、物流、售后等的堵点难点，形成可借鉴、可复制的产业链生态体系，也要不断深化各产业园区之间的数据共享，构建“多中心+网格化”的发展模式。

另一方面，挖掘数据价值，加快数据应用赋能。数据是数字时代的基础要素和核心资产。得益于超大规模用户数量和丰富的技术应用场景，我国在数字资源的生产、运用、增值方面具有无可比拟的优势。下一阶段，数字产业园区建设还应充分利用数字化转型契机，牢牢抓住数据确权、数据标准、数据合成等核心技术攻关，大力推动园区企业“数据上云”，探索园区内企业数据流通、收益、保障的可行机制，建立健全数据资源共享机制，加快完善数据领域各类创新平台，推动数据与其他生产要素的深度融合，催生新业态、新模式、新场景，深度挖掘数据等新型要素价值，全面提升数字产业园区发展水平。

制造业创新迈向系统性跃迁

胥彦玲 邓明荣

国家税务总局公布的数据显示，今年1月份至11月份，我国高技术制造业销售收入同比增长11.1%，特别是集成电路、工业母机等先进制造业销售收入同比分别增长19.3%和11%；传统产业重点税源企业研发投入同比增长12.3%。这样的增长速度反映了制造业创新活力的迸发。我国制造业创新正从零散突破迈向系统性跃迁，不再是单一环节的改进，而是生产全链条、创新全要素、发展全周期的深度重构。

过去，传统制造业创新往往聚焦于单项技术突破或局部效率提升，难免出现“头痛医头、脚痛医脚”的情况。随着全球科技创新进入密集活跃期，制造业的竞争必须是系统性的，谁能在技术融合、要素配置、场景创新上率先形成闭环，谁就能在新一轮科技革命和产业变革中占据主动。

当前，我国制造业创新已演变为技术、要素与场景的深度融合，形成了协同演进、相互赋能的新格局。

一方面，技术融合日益深化。数字技术不再是外围辅助工具，而是深度嵌入制造业核心流程，成为驱动转型升级的关键要素。创新资源正加速从规模扩张转向质量提升，尤其是在

绿色转型领域，企业将环境成本内部化为技术动力的趋势日益凸显，助推制造业突破高耗低效的路径依赖。

另一方面，场景拓展逐步加速。制造业创新不再局限于车间，而是向研发设计、供应链管理、后市场服务等全链条延伸。这种延伸强化了产业韧性，也催生了共享制造、定制化服务等新业态。

未来，更好营造制造业创新生态，要强化数字支撑。数实融合眼下仍面临数据孤岛、标准不一、中小企业转型难题。为此，要加快工业数据确权、流通、利用的基础制度建设，推动共性技术平台开放共享，降低中小微企业数字化门槛。借鉴部分地区“产业大脑+未来工厂”模式，以行业级平台赋能企业级应用。

推动制造业创新跃迁，还应进一步加大研发费用加计扣除等政策力度，鼓励企业参与基础材料、核心算法、高端装备等“深水区”创新。完善产学研用金协同机制，让实验室成果更快走向生产线。此外，要通过碳定价、绿色金融、政府采购等市场化手段，将环境效益转化为经济效益。探索建立跨行业的绿色技术共享平台，推广“绿色标杆工厂”认证，以标准引领全产业链减排。



王鹏作(新华社发)

莫让无人机成“头顶的隐患”

无人机产品正加速走进千家万户和千行百业，拍摄爱好者也日益庞大。与此同时，无人机超高飞行和飞入管制空域的情况时有发生，带来“头顶上的隐患”。近日有调查发现，有人非法破解无人机飞行控制系统，使其能在原本禁止飞行或有高度限制的区域自由飞行，甚至催生“有偿破解”的黑色产业链。守护低空安全需构建制度规范和协同监管的多元防线，堵住技术漏洞，明确飞行规则，推动产业发展与安全治理相统一。应督促无人机生产企业升级软硬件技术、封堵破解漏洞，加强技术开发，完善无人机误入管制空域后的系统自动返航、超高飞行自动下降等防控功能，并将相关技术要求纳入行业标准。

(时锋)

劳务品牌擦亮就业金字招牌

豆颖康

高质量充分就业是保障和改善民生的重要内容。第三届全国劳务协作暨劳务品牌发展大会不久前在广西南宁举行，164个劳务品牌集中亮相。从用无人机运载橙子的“秭归飞手”，到塑造数字光影的“杭州AI动画师”，再到守护大国重器的“黔南核工”，一个个充满时代感与地域特色的劳务品牌，生动展示了新时代我国促就业工作的创新实践。

近年来，一批批独具特色、带动力强的劳务品牌蓬勃兴起，日益发展成为促就业、助发展、惠民生的综合载体。目前，全国培育的劳务品牌累计已超过2500个，带动数以亿计的劳动者就业，将人力资源优势转化为高质量发展动能。一方面，一些地方敏锐捕捉到绿色经济、低空经济等前沿领域的人才缺口，催生了“广西新能源汽车工匠”“杨浦低空飞行数控师”等劳务品牌，直接服务于技术攻坚和产业升级。另一方面，劳务品牌助推实现“技能培训+产业培育”的良性循环。如“正安吉他工匠”助力贵州正安县打造全球最大的吉他制造基地；“秭归飞手”不仅解决了

山区运输难题，更通过规模化培训，形成了包含无人机销售、维修、作业在内的低空经济产业链，创造大量就业岗位。

我国以劳务品牌建设为牵引，通过政府带头，整合企业、院校、培训机构等多方资源，提供了包括职业标准开发、劳动技能培训、劳务组织输出、劳工权益保障在内的全链条服务。这种做法能为农民工、脱贫人口等重点群体提供从普工到技工、从就业到乐业的发展阶梯，成为我国在超大规模人口背景下实现高质量充分就业的“金招牌”。

不可否认的是，劳务品牌建设仍面临一些挑战。一些品牌仍处于“小而散”的状态，全国性、世界级的响亮品牌尚属凤毛麟角。“为了品牌而品牌”的现象依然存在，一些品牌与市场需求脱节，也缺少与数字化、智能化岗位适配的技能培训。品牌培育涉及产业、财政、教育、金融等部门，一些地方尚未形成“培育一个品牌、带动一个产业、富裕一方百姓”的集群效应。对此，要在多方面协力发力，推动劳务品牌打造就业“金招牌”。

坚持问题导向，实施分层分类的精准培育。对

已具规模的“福绵裁缝”“兰州拉面师”等品牌，应支持其通过延伸产业链，有效带动相关产业发展，创造更多就业机会。对于瞄准“机器人”“低空经济”等新赛道的新兴劳务品牌，应前置规划，实现人才培养、品牌培育与产业需求的有效对接。在这个过程中，要防止品牌培育脱离实际需求。

深化“投资于人”，健全终身职业技能培训制度。将劳务品牌从业人员全面纳入终身职业技能培训制度之中，围绕产业升级和技术变革趋势，动态更新技能培训的内容。完善技能人才评价体系，拓宽从业人员从初级工到技能大师的发展通道，让技能真正成为安身立命、增收致富的本钱。

强化系统集成，发挥政策合力。政府部门应综合运用财政补贴、税收优惠、创业担保贷款、租金减免等政策工具，对劳务品牌培育给予支持。还要完善跨部门的协同服务机制，集成产业规划、就业服务、技能培训、权益保障等资源，提升品牌建设的效率与深度，进而为中国式现代化建设提供稳定的优质人力资源支撑。

不久前，市场监管总局发布实施推荐性国家标准《外卖平台服务管理基本要求》，直指当前外卖行业痛点，规定了外卖平台服务管理的总体要求，包括商户管理、价格行为、配送员权益保障、消费者权益保护，以及投诉、申诉及处置等要求，让治理有据可依。

外卖已经成为人们生活中不可或缺的一部分。数据显示，我国网上外卖用户规模已达5.45亿人，约占网民整体的五成。面对如此庞大的消费群体，平台企业自然不会错过机会。今年以来，一些外卖平台企业为争夺即时零售市场份额，发起“百亿补贴”“大额神券”等补贴活动，外卖订单量屡创新高。

不过，外卖“爆单”的同时，餐品品质下降、骑手权益保障不足等问题也迎来新的讨论热度。除此之外，也暴露出一些新的复杂问题，比如平台变相转嫁成本、中小商户合规能力不足等。

市场秩序对于各类主体都至关重要。正常的市场竞争是必要的，也值得鼓励，不过，非理性的竞争行为则需要加以引导。5月以来，市场监管总局多次约谈相关平台企业，要求其进一步规范促销行为，理性参与竞争。“十五五”规划建议再次强调“综合整治‘内卷式’竞争”，表明中央对于形成优质优价、良性竞争市场秩序的重视。

相关国家标准的及时出台，给外卖平台立下了新“规矩”，为引导规范外卖

行业必须回归理性竞争，走向健康发展。只有将平台、商家、骑手、消费者的关系转向价值共创，才能实现可持续发展。

(中国经济网供稿)

如，针对平台的促销行为，标准明确平台价格促销相应成本应当由平台自身承担，不能通过推广工具捆绑、临时上调服务收费等方式，将促销活动成本变相转嫁给商户或者配送员；也不能通过各种方式，强制或者变相强制商户参与促销活动；对未参加平台促销的商户，平台也不能采取降低自然搜索排序、限制流量等行为对其经营活动进行限制。针对平台内争议处理问题，标准督促平台建立完善消费者权益保护体系，完善消费者、商户、配送员等多元主体投诉、申诉及处置机制建设，确保平台管理程序透明，畅通投诉举报与异议反馈渠道，主动接受社会监督。

当然，从纸面标准到行业常态，真正的考验在于落实与执行。接下来，平台要落实主体责任，完善平台算法治理机制，提升服务品质。商家需探索如何更好利用外卖平台营销，并在外卖餐品质量和食品安全上多下功夫。消费者等各方不妨积极参与反馈与监督，倒逼平台与商家提升品质。

总之，外卖行业必须回归理性竞争，走向健康发展。只有将平台、商家、骑手、消费者的关系转向价值共创，才能实现可持续发展。

(中国经济网供稿)