

发挥超长期特别国债资金效益

从城市地下管网建设改造、高标准农田建设,到消费品“国补”、老旧小区加装电梯,这些重大工程与民生实事,都与超长期特别国债密切相关。近日,随着最后一期20年期超长期特别国债完成发行,2026年1.3万亿元超长期特别国债发行工作正式收官。作为积极财政政策的重要抓手,在稳增长、补短板,以及支撑重大战略落地中持续发挥关键作用,彰显了我国财政调控工具的丰富性、精准性与灵活性。

自2024年以来,我国已连续3年发行超长期特别国债。今年的《政府工作报告》提出,拟发行超长期特别国债1.3万亿元,持续支持“两重”建设、“两新”工作等。有关部门介绍,目前“两重”建设项目清单已全部下达完毕,共安排8000亿元超长期特别国债资金支持1417个重大项目建设。“两新”方面,全年2000亿元支持设备更新资金、2500亿元消费品以旧换新资金也已全部下达。

超长期特别国债通过精准投向重大战略与扩内需领域,成为当前我国宏观调控的重要工具,从供给端、需求端双向发力,持续释放稳增长效能,可谓既利当前又惠长远。特别是“两重”建设中的重大基础设施项目本身投资周期长、回收慢,20年、30年、50年的超长期限与项目

2026年1.3万亿元超长期特别国债发行工作收官,这是政策落实的重要一环。实现政策目标,还需要推动资金规范高效使用、项目高质量落地。

建设周期高度适配,以低成本长期资金有力支持重要项目落地。

今年有什么不一样? 资金投向坚持精准滴灌、不撒胡椒面,更好适应经济社会发展需要。“两重”建设资金投向更聚焦国家战略急需和长远发展,涉及科技创新、长江流域生态保护修复、长江沿线重大交通基础设施、城市地下管网、重大水利工程、西部陆海新通道、高等教育提质升级、“三北”工程等重点领域。大规模设备更新的投资聚力加快产业升级、促进绿色发展、增进民生福祉、强化安全保障,将老旧小区加装电梯、养老机构、消防救援设施、检验检测等领域设备更新纳入支持范围。今年7月份的数据显示,已累计安排超长期特别国债资金约309亿元,支持各地更新住宅老旧电梯19.7万台,让广大居民特别是老年人上下楼更加便利,切实实实提升幸福感。

“国补”更是给广大消费者带来看得

见、摸得着的红利。消费品以旧换新政策持续优化补贴范围与标准,进一步聚焦汽车、冰箱、洗衣机等覆盖人群广、带动效应强的重点品类,新增智能眼镜等新兴产品。此外,有500亿元用于支持财政金融协同促内需,成为今年宏观调控的重要创新与亮点。

国家统计局发布的前三季度经济运行数据,反映出超长期特别国债和“两重”“两新”工作的突出成效。包括“六张网”在内的一大批重大工程项目加快落地建设,带动现代化基础设施体系相关投资较快增长。大规模设备更新政策效应继续显现,企业加快智能化改造,带动设备工器具购置投资较快增长。“国补”政策实施成效持续显现,智能绿色商品销售保持较快增长,手机、电脑等数码商品销售持续旺盛。

发行收官是政策落实的重要一环,而实现政策目标还需要推动资金规范高

效使用、项目高质量落地。发挥超长期特别国债资金效益,需加快项目推进节奏,确保资金下达后快速对接成熟项目,加快形成更多实物工作量。“两新”领域资金则需紧和设备更新、以旧换新的现实需求,优化资金使用计划,简化审批流程,加快补贴兑付,尽快释放投资与消费拉动效应。强化资金监管,坚持专款专用,严厉打击骗补套补等违法违规行

当前,经济处于恢复向好关键窗口期。推动存量政策与增量政策协同发力,统筹用好超长期特别国债、地方政府专项债券等资金,发挥好宏观政策集成效应,将向经济持续回升向好注入长期动力,确保经济运行保持在合理区间,实现“十五五”良好开局。



漫评

□ 时 锋

年轻人为何住进养老院

年轻人也能住养老院了! 社交媒体上,“年轻人体验养老院”的内容受到许多网友喜欢,还有不少人追问年轻人住养老院的条件。近年来,从浙江、江苏到广西,多地陆续开展“代际共居”助老志愿服务探索。

年轻人住进养老院,陪老人聊天、散步,以志愿服务换取低价或免费住宿,一方面满足了年轻人的住房需求,另一方面满足了老年人的精神需求,一些地方还将探索延伸至更广泛的代际互助。在老龄化加深的背景下,这种探索值得肯定。推广这种模式,需要看到部分青年可能将低价住宿视为阶段性选择,如何维系长期稳定的服务是现实考验。应逐步完善招募、培训、管理、记录、评估等运行机制,在运营中兼顾青年参与的灵活性与老人陪伴需求的持续性。



王 琪作

别让谣言站C位

梁 婧

近日,山西疾控专家走进直播间开展健康科普直播,两小时干货满满的分享,收获了10万余次观看。放眼全网,越来越多疾控、医务从业者走进直播间,把专业知识搬到线上。从山西这场火热的直播中,我们能看出,专业科普正在网络空间慢慢站稳脚跟。

互联网里的健康舆论场,藏着一个朴素的道理:认知阵地此消彼长,权威声音不靠前,虚假信息就会抢版面。随着AI技术普及,伪科普的制作门槛大幅降低,轻轻松松就能批量产出包装精致、故事感十足的养生内容。它们话术抓人、配图花哨,很容易迷惑辨别能力有限的人。“输液可以疏通血管”“保健品能代替吃药”等老谣言反复翻新,在亲友群里流转,不少人一不小心就交上养生“智商税”,严重时还会耽误正规诊疗。正因如此,靠谱的健康科普早已不是锦上添花,

而是实实在在的刚需。

值得欣喜的是,当前线上优质科普早已百花齐放。像大家熟悉的“心中有术”“医路向前巍子”等不少医务博主,已经摸索出一套很受欢迎的科普方式。他们兼顾专业底线与网感表达,把复杂的医学知识拆解成轻松易懂的内容,收获大量网友信任,为行业树立了良好样板。越来越多官方账号、一线医生主动入局,说明专业力量正在主动奔赴科普一线。

当然,科普出圈不等于一劳永逸。单场直播可以掀起热度,但想要长久对冲伪科普,常态化输出才是长久之计。谣言的优势在于擅长抓住情绪、制造焦虑,而严谨的科学内容天然要恪守客观审慎原则,两者的传播节奏本就不一样。这并不代表科学要向谣言妥协,而是科普创作者可以巧学传播逻辑,不学

流量套路。

好科普,讲究方式方法。我们可以借鉴优质科普博主的经验,把大家最关心的痛点放在前面,用生活化的表达替代生硬的术语。不夸大效果,不制造恐慌,在守住专业底线的前提下,把故事讲得接地气。科学的内核不变,表达的外壳可以更鲜活,让大家愿意点开、看得明白、记得牢靠。

科普不是一场速战速决的突击战,而是细水长流的拉锯战。一边是持续翻新的伪科普套路,一边是不断成长、越来越会表达的专业创作者。谣言止于真相,健康成于科学。当更多疾控专家、医务从业者愿意拥抱网络表达,守住专业底线、打磨传播方式,源源不断输出靠谱内容,就能逐渐稀释虚假信息

思路一变天地宽

孟 飞

近日,在新疆塔克拉玛干沙漠腹地,新疆生产建设兵团第一师十六团盐碱水养殖基地里,科研人员成功养出鲜活生蚝。此前,白玉蟹、淡水龙虾、三文鱼、海鲈鱼等海鲜也纷纷在沙漠腹地或者边缘的盐碱地养殖成功,令人惊叹。

“沙漠海鲜”,确切说是“盐碱地海鲜”。这一产业奇迹靠的不是空想,而是对本地资源的重新认识和科技的支撑。新疆约三分之一耕地盐碱化,盐碱地面积约占全国盐碱地的三分之一,不少区域地下盐碱水pH值高达9.0到9.5。传统视角下,这样的土壤和水很难利用。

过去一段时间,当地治理盐碱地的思路主要是用淡水淋洗土壤盐分,再控制地下水位,防止盐分随水分蒸发返回地表。这种方式成本高,可持续性不强。盐碱地养海鲜,则是从以往的改良土壤转向了利用水体,通过精准调整离子配比、酸碱度,补全虾蟹生长所需矿物元素,搭配生态菌群稳定水质,把盐

碱水调配成接近海水的水质。

除了盐碱水,还有几个资源优势可以充分利用。比如,沙漠地区日照时间长,饵料藻类生长旺盛,鱼虾吃得好好,生长速度甚至比沿海还快;塔克拉玛干沙漠周边有高山冰川融水形成的河流,溶解氧高,水温低,适合三文鱼等冷水鱼生长;沙漠远离工业和城市生活区,水源很少有工业和生活污染,养殖环境更干净,这也是海鲜品质好的重要原因。

可以看出,新疆在盐碱地养殖海鲜,并非违背自然规律,而是转换思路,用科技手段把原本被视为毫无价值的盐碱水,改造成高价值的海鲜生产线,把过去难以耕作的盐碱荒滩转化为特色水产养殖空间。这是结合当地自然特征,对干旱地区养殖业逻辑的一次重构,也是因地制宜发展特色产业的生动物体现。

能否大面积推广,还要解决两个问题,一是市场,二是水。

新疆本地海鲜需求旺盛,但以往全靠

冷链从外地运输,新鲜度和成本都是问题。本地养殖的海鲜,因产地近、更新鲜而备受青睐,加之海鲜养殖已从试验阶段进入规模化量产阶段,当地消纳大有潜力。除了在新疆本地销售,一些海鲜产品还可以向中亚地区出口,销售半径不断扩大。新疆本地海鲜已经具备打通市场环节的基础,但要实现规模化、常态化外销,仍需跨过物流成本和品牌认知的坎儿。

新疆海鲜的脆弱性,在于它要和工业、农业争夺本就稀缺的水。沙漠地区蒸发强烈、生态脆弱,任何水产养殖都离不开稳定水源支撑。会不会过度消耗冰川融水与地下水资源?如何防控渗漏和次生盐碱扩散风险?能否处理好养殖尾水,避免对生态环境造成破坏?这些问题都需要加以重视。

在沙漠盐碱地养海鲜,讲了一个朴素的道理:换个思路,废料可能变原料,劣势可能成优势。路子走通了,但能走多远,还需持续探索。

十年技术沉淀 创维壁纸电视“让家更美”

近期,创维举办了“让家 自然入画”创维壁纸电视产品沟通会。创维市场部总监陈亚军表示,创维是艺术电视品类的先行者,持续深耕艺术电视赛道,连续十年中国彩电市场艺术电视销量领先——每卖两台艺术电视,就有一台来自创维。

十年来,创维壁纸电视已走进超过100万户家庭,成为越来越多消费者装点客厅、表达生活态度的选择。创维电视国内营销总部副总经理兼电商业务部总经理刘旭说:“很多用户买电视不再只对比参数,而是先做家装再选电视,要求电视不能突兀破坏客厅整体效果。创维坚持以壁纸电视作为高端旗舰主力,探索高端产品与家居美学融合。”

打造独一无二的优雅形态

作为一台壁纸电视,“薄”是最基本的要求。依托自研“超薄乾坤架构”,创维对关键内部结构进行系统性重构,不断压缩壁纸电视厚度表现。

2026年,超旗舰级电视创维A10H Pro推出,整机厚度仅2.7cm,采用“6mm超微距控光”技术,将背光到屏幕之间的距离缩短至6mm,大幅减薄厚度;整机90°直角切边,纯平背板实现无缝贴墙;正面采用四面无边框设计,相

比市面常见“大下巴”机型沉浸感拉满;机身侧面“灵动环”设计可设置不同流动光效,增强观影时的氛围感。此外,将电源、散热、声学模块重新设计,实现核心模块“超薄化”,与“6mm超微距控光”精密协同,让2.7cm超薄机身成为现实。

机身配色上,创维A10H Pro选用比银色更暖的星光色,久看不腻更温润;航空级别6063铝合金材质配合表面的170号喷砂工艺,触感丝滑且不易沾染指纹。

对美的探索从未止步

壁纸电视的美不仅体现在外观上,更在于点亮屏幕后的体验。创维为壁纸电视配备“哑光屏显Pro”技术,以A7H Pro和A8H两款产品为例,搭载该技术后,屏幕本体均有双层AG25防眩层和双层LR低反层,能大幅削弱白天阳光反射和夜晚灯光眩光,全天观看都清晰;STW全视角补偿层可解决侧看时色彩泛白、偏色等问题,确保任意角度观看都能获得一致体验。

创维A10H Pro更升级搭载“哑光屏显Ultra”技术,双层AG33防眩光层和双层LR0.7低反层,进一步增强对反光和眩光的削弱能力,配合STW全视角补偿层,整体观感非常清晰。

为了让壁纸电视在不用时也能像画一样装点客厅空间,创维还在系统内集成“百变艺术屏”,内含超千幅世界名画资源,配合电视本就超薄如画框般的机身设计,上墙即作画,上墙即艺术。

让客厅化身“艺术空间”

资深室内设计师杨俊伟现场分享时说,在现代家庭空间中,电视就是空间艺术的一部分,创维壁纸电视超薄极简的形态可轻松融入不同家装风格;百变艺术屏里的画在哑光屏幕上呈现如油画般质感,看上去像真画一样赏心悦目。从“藏起来”到“成为一幅画”,创维壁纸电视是营造高级感家居氛围的更好选择。

十年技术沉淀,只为呈现“好看的家”。从连续十年中国彩电市场艺术电视销量领先,到走进超过100万户家庭,创维壁纸电视用一代代产品证明:真正的高端不是参数的堆砌,而是科技、艺术与生活的自然融合。未来,创维将继续以技术创新为笔,以美学体验为墨,让创维壁纸电视持续助力行业提质,走进更多用户的家庭,让家“自然入画”。

(数据来源:创维集团)

·广告



创维壁纸电视