

以“争、赛、拼、抢”的精气神下好收官棋

闻 华

日前召开的全市三季度经济社会形势分析会指出，各地各部门要把“奋战四季度、夺取全年胜”作为当前工作的重点，每个领域每个口子都要争口气、拼全力，咬定目标不放松，狠抓落实不松劲，凝聚合力不懈怠，奋力交出全年经济社会发展高分答卷。

当时序进入收官季，宁波这座滨海大都市正以“满弓紧弦”的姿态，在高质量发展的赛道上全力冲刺。面对复杂多变的外部环境和转型升级的内在要求，全市上下亟须鼓足“争、赛、拼、抢”的精气神，以决战决胜的奋斗姿态，确保交出全年发展的高分报表。

以“争”的雄心，锚定方位勇担当。“争”是态度，是方向，更是服务大局的担当。这种“争”不是盲目攀比，而是基于对发展大势的精准把握和对自身使命的深刻认知。宁波作为长三角南翼经济中心，必须强化“争先进位、争创一流”的意识，在区域发展格局中展现更大作为。

这种“争”体现在政策创新的先行先试上，比如近期出台的《宁波市规范涉企行政执法若干规定》，作为全国设区市首部涉企行政执法专项检查规章，展现了宁波在优化营商环境方面的改革锐气和法治化探索。这种“争”的主动性，正是宁波在区域竞争中抢占制高点的关键所在。进入收官季，更要争在战略机遇的把握上，密切关注国家宏观政策导向，加强政策研究和对接，力争更多重大项目、重大平台、重大改革试点落地，把政策红利转化为发展实效。

以“赛”的劲头，比学赶超促发展。“赛”是方法，是路径，更是激发内生动力的有效举措。这种“赛”不是简单的排名比较，而是通过建立良性竞争机制，推动各项工作提质增效。在产业发展方面，“赛”的劲头体现在传统产业转型升级的加速度上。以宁波钢铁有限公司为例，其通过研产销一体化攻坚推动高端产品进口替代，通过智能化改造夯实绿色低碳根基，展现的正是传统制造业在高质量发展赛道上的突围之路。在基层治理层面，“赛”的氛围同样浓厚，各地通过设立明确目标、细化任务分

工、强化过程管控，形成了千帆竞发、百舸争流的生动局面。这种“赛”应突出实绩导向，建立健全科学有效的考核评价机制，将重点工程、重大项目、重要工作的推进速度、完成质量作为核心评价标准，让干得好的有面子、有舞台，让进展慢的坐不住、赶上来，真正形成比学赶超的良性竞争格局。

以“拼”的意志，攻坚克难守底线。“拼”是状态，是意志，更是决战决胜的保障。收官季往往是矛盾问题集中显现的时期，越是到关键时刻，越需要发扬“拼”的精神。这种“拼”首先体现在项目攻坚上，面对发展中的难点堵点，需要拿出“钉钉子”精神和“啃硬骨头”的勇气。比如在一些重大项目建设中，通过建立问题清单、责任清单、时限清单，实行挂图作战、销号管理，确保项目顺利推进。这种“拼”的速度和效率，展现宁波干部敢打硬仗、能打胜仗的优良作风。同时，“拼”也体现在安全底线的坚守上。高质量发展必须建立在安全稳定的基础之上，这就需要统筹发展和安全，通过建立健全风险防控机制，加强重点领域安全隐患排查整治，确保高水平安全与高

质量发展良性互动。

以“抢”的主动，谋划未来赢先机。“抢”是智慧，是远见，更是赢得发展主动权的战略选择。收官不仅是终点，更是新起点的铺垫，必须以“抢”的主动洞察先机、布局未来。这种“抢”体现在对政策机遇的敏锐把握上，应及时跟踪研究国家政策导向，提前谋划、精准对接，争取更多政策红利在宁波落地转化。比如在培育新质生产力方面，聚焦前沿领域，提前布局一批具有引领性的重大项目和创新平台，为未来发展积蓄动能。在激发内需潜力方面，“抢”的主动性同样重要，应把握消费升级趋势，创新消费场景，优化消费环境，把潜在的消费需求转化为现实的经济增长点，并利用年底招商黄金期，主动“走出去”“请进来”，全力抢抓一批投资规模大、科技含量高、带动能力强的好项目，为明年“开门红”奠定基础。



“苏超”超越了啥？

新华时评

潘晔 王恒志

场均超2.8万人观赛、线上直播观看人次超20亿，近日，被称为“苏超”的江苏省城市足球联赛落下帷幕。“现象级”的表现让“苏超”立起2025年中国业余体育赛事的标识。

屏幕前万千目光与现场此起彼伏的呐喊声交织共振，展现出群众参与的热情与力量，“苏超”将体育的竞技属性、城市的人文属性、文旅的经济属性深度融合，走出了人文经济的新路子。

“苏超”的火爆，源于“群众唱主角”的鲜明定位。“苏超”的球员来自教师、公务员、个体户等各行各业，观众不只限于球迷，还有大量普通百姓。这场“家门口的赛事”，让体育故事迸发炽热的情感感召力，使市民从“旁观者”变成“参与者”，在浓浓的烟火气中，以体育运动增进发展活力，让文旅交融更广阔。

为迁徙候鸟撑好保护伞

徐剑锋

上月28日，前湾新区滨海湿地上上演灵动一幕：反嘴鹬、野鸭等首批南迁候鸟成群而至，成千上万只“空中精灵”振翅翱翔（上月30日《宁波晚报》）。

宁波拥有适宜的生态和气候，生物多样性丰富的栖居环境。这几年，越来越多的鸟儿在此停歇、觅食、栖息，黑脸琵鹭、卷羽鹈鹕、红脚鹬、反嘴鹬等珍稀鸟类也频繁光顾，呈现一幅人与自然和谐共生的美丽画卷。当前已经进入候鸟迁徙高峰期，宁波再度成为“鸟儿天堂”，这是宁波走好生态优先、绿色发展之路结出的硕果。

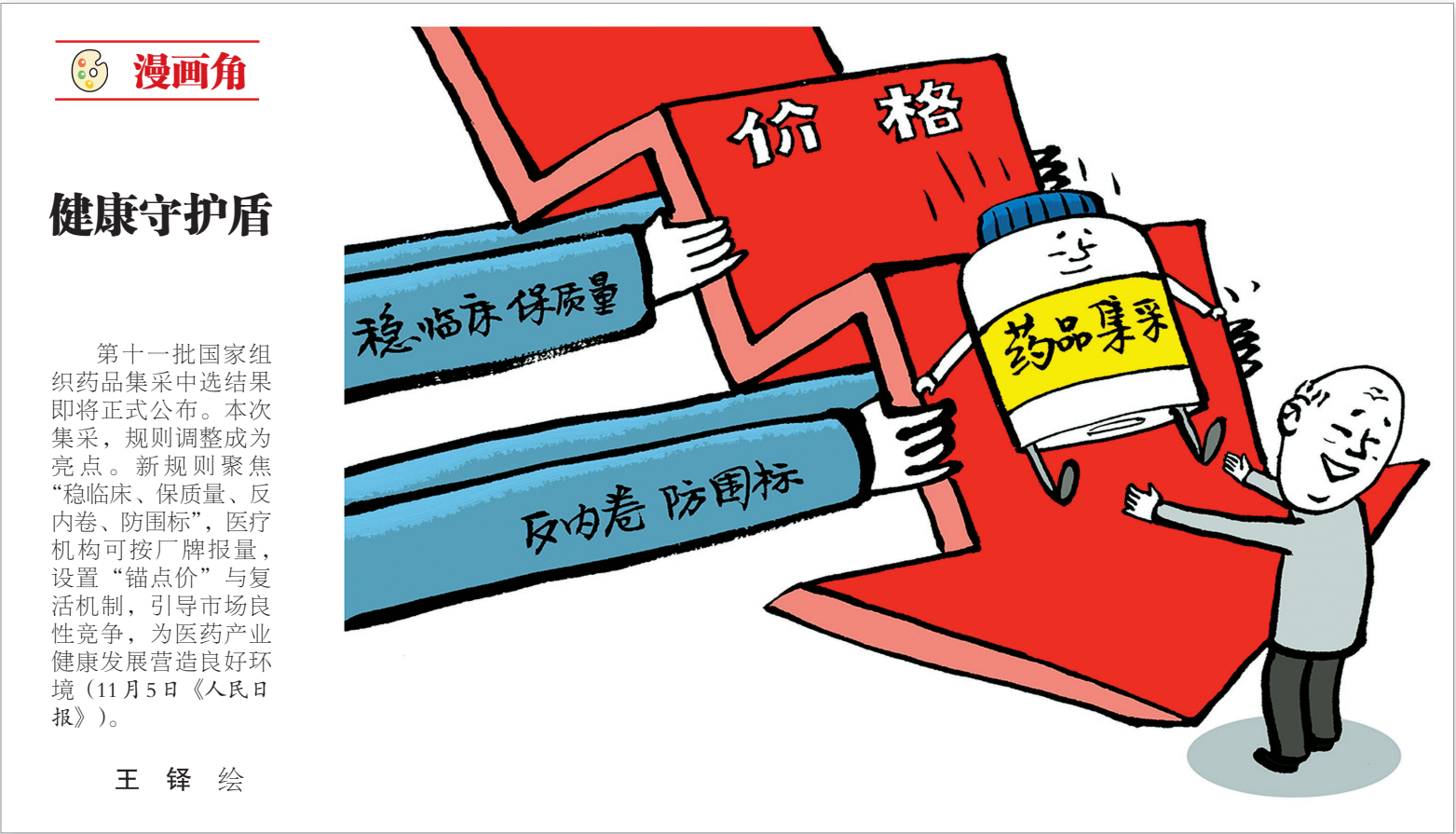
“环境好不好，看鸟就知道。”多年来，我市持续强化自然资源保护、生态环境修复，生态越来越好。围绕“珍爱鸟类，美丽宁波”的目标要求，各地持续抓好自然保护地、海岛保护区、鸟类扩繁基地建设，积极开展植树造林、环境整治工作，通过湿地植被重建、水系连通、人工鸟巢搭建与修缮等措施，筑起一道道生态保护屏障，为鸟类创造更加安全和谐的栖息环境。

守护“蓝天精灵”，宁波有共

“苏超”赛事的核心价值始于情感连接，并逐渐沉淀为城市发展的精神力量。赛事以“一城一队”模式将足球与城市认同深度绑定，将个人拼搏融入城市集体目标，让“为家乡进球”成为全民情感纽带。从贵州“村超”的先行探索，到“苏超”之后“湘超”“川超”“赣超”等遍地开花，一系列本土群众赛事已超越单一项目，凝聚乡土认同、承载集体记忆，为地方发展提振更多的精气神。

“苏超”带来的文旅现象，折射出我国消费结构从商品消费主导向服务消费主导加快转变。一个有影响力的赛事，始终立足于为人民提供真正需求的文化供给，往往能有效串联文旅、餐饮、零售等产业，形成消费闭环，放大“赛事搭台、文旅唱戏”的乘数效应，更好满足人民群众消费升级需求，也为经济发展带来新的增长动能。

拼搏不分输赢。各地立足本土文化资源，打造特色品牌，以“体育+”模式激活消费市场，群众赛事将为高质量发展注入新动能。这条群众广泛参与的发展路上有老百姓的火红日子，也洋溢着经济效益和人文活力。



漫画角

健康守护盾

第十一批国家组织药品集采中选结果即将正式公布。本次集采，规则调整成为亮点。新规则聚焦“稳临床、保质量、反内卷、防围标”，医疗机构可按厂牌报量，设置“锚点价”与复活机制，引导市场良性竞争，为医药产业健康发展营造良好环境（11月5日《人民日报》）。

王 铎 绘

对商业体检拨乱反正时不我待

唐传艳

伴随居民健康意识提升，我国健康体检需求持续增长，商业体检机构应运而生并发展壮大。然而，与商业体检相关的一些问题也浮出水面：诱导消费、过度检查、漏诊误诊、售后缺位……如何规范行业秩序，筑牢健康体检防线，成为亟待解决的课题（11月3日中国新闻网）。

当下，商业体检行业乱象可谓五花八门。一些体检机构为了追求利润最大化，通过制造健康焦虑、模糊套餐内容等手段，诱导消费者增加高价检查项目。有些甚至将一些对普通人群筛查价值有限的高价基因检测、肿瘤标志物检测等项目，包装成“全面

体检”的必备内容。部分体检机构由于设备、人员和技术等原因，导致检查结果不准确，让消费者错过最佳治疗时机。在体检报告解读环节，很多机构敷衍了事，无法为消费者提供有针对性的健康管理方案。

这种乱象带来的负面影响是多方面的，且影响深远。体检者经济上的损失只是其一，更重要的是健康权益得不到保障。误诊漏诊可能导致错过疾病的治疗黄金期，病情恶化。频繁遭遇诱导消费和敷衍服务，会让消费者对商业体检行业失去信任。缺乏诚信和规范的商业体检，不仅不利于本行业长期发展繁荣，还可能影响到整个医疗行业的评价，降低公众对医疗服务的评价。

治理商业体检乱象，完善法则

是基础。现行健康体检管理相关法规尚需进一步完善，应尽快修订细化行业条文，明确体检机构在各个环节的责任和义务，制定严格的违规处罚标准，为主管部门监管和消费者维权提供清晰、明确的依据。

强化监管，是治理乱象的关键。监管部门不仅要检查机构的资质是否达标，还要对其设备维护、人员操作、报告解读等各个环节进行严格审查。对于伪造从业人员资质、夸大宣传、使用不合格设备等违规行为，严肃处理。同时建立健全投诉处理平台，简化消费者维权流程，让消费者的诉求能够得到及时、有效解决。

除了外部监管，商业体检机构自身的自律和服务质量同样重要。机构应将消费者的健康权益放

在首位，严格遵守相关法律法规，向消费者提供真实、准确、完整的体检信息，杜绝虚假宣传和误导消费。在服务环节，机构应注重提升体检报告解读的质量，为消费者提供个性化、有针对性的健康管理方案。当消费者体检指标出现问题时，应及时、准确地给予解释和建议。

商业体检正处于快速发展的关键时期，市场需求不断增长，发展前景十分广阔。如果此时不能及时治理好行业乱象，任由其发展下去，将会带来严重的后果。对商业体检拨乱反正时不我待，只有尽快规范商业体检行业秩序，重建消费者信任，方能让商业体检真正发挥其在疾病预防和健康管理中的重要作用。

教育App的内容红线不容触碰

曲 征

近日，有网友在社交平台上晒出作业帮App的截图，截图上显示一道物理题：“生命可以轮回，高考只有一次。现有一质量为60kg的普通高中生从11层自由落下，求该学生下落的平均速度。”记者致电作业帮官方客服核实上述情况，工作人员表示该题目目前确实存在，目前已下架处理（11月5日正观新闻）。

这道以“学生跳楼”为背景的物理题，引发全网愤怒，网友怒斥其“恶毒”“恶心”，而平台仅以“已下架”回应，既未解释题目设计初衷，也未说明审核机制为何失效。这起事件暴露出教育App行业长期存在的内容失范、审核虚设、责任缺位等问题。

教育App本应是辅助教学、传递知识的“数字黑板”，如今却在部分平台演变为内容低俗化、审核形式化的灰色地带。

一方面，教育App为争夺用户流量，内容设计逐渐偏离教育本质，或为追求“趣味性”植入低俗段子，或为迎合“内卷焦虑”推出过度功利化题目，更有甚者，如作业帮此次事件，将“跳楼”这种涉及生命安全的悲剧场景工具化，消解对生命的敬畏。

另一方面，审核机制形同虚设，主要存在三大漏洞。一是“数量优先”的考核导向下，平台为快速扩充题库，将内容生产外包给非专业团队，甚至允许用户上传题目后“机器审核即发布”。二是审核标准“避重就轻”，仅聚焦知识点

正确性，忽视价值观导向。三是事后补救“敷衍塞责”，从网友曝光到平台下架间隔数天，未见公开排查结果，说明内部纠错机制不够完善。

本事件敲响了行业警钟。监管部门、平台、企业三方必须形成合力，筑牢教育App的“内容防火墙”。监管层面应从“事后救火”前置为“源头防控”。当前，《网络信息内容生态治理规定》在保护未成年人身心健康方面虽有相关规定，但针对教育App的内容审核细则存在空白。监管部门需加快出台相关规范，明确“禁止将生命悲剧、低俗场景、极端焦虑作为题目背景”等负面清单，并建立“动态监管”机制，对内容问题频发的平台实施“熔断机制”（暂停更新、下架整改）。同时，强化“双问

责”，既追究平台主体责任，也追溯内容设计人员、审核人员的失职责任，避免“下架了之”的敷衍处理。

教育企业的核心竞争力从来不是“题库数量”，而是“育人温度”。平台需树立“内容向善”理念，将“是否传递正向价值观”作为内容生产的首要标准，而非仅追求用户时长、付费转化率。教育App将“跳楼”设计成物理题，本质是将“知识传递”与“价值引导”割裂，让工具理性压倒价值理性。教育App必须回归“育人”初心，用有温度的内容守护学生的心灵成长，而非用冰冷的题目丈量生命的“下落速度”。唯此，才能让教育App真正成为助力成长的翅膀，而非吞噬初心的黑洞。

王军荣

近日，宁波首批高品质特色旅游景区名单发布，9家景区脱颖而出，成为我市景区转型提质的新标杆。根据名单，获得“龙头景区”称号的是溪口—滕头旅游景区，宁波市保国寺古建筑博物馆、九龙湖旅游区、宁波科学探索中心、慈溪鸣鹤古镇、宁海森林温泉旅游景区、宁波野生动物园获得“标杆景区”称号，章水李家坑景区、余姚浙东小九寨景区则获得“精品景区”称号（11月5日《宁波晚报》）。

作为游客，去过的景区不在少数，但不同景区的体验天差地别。有的景区让人身心舒畅，全程享受优质服务；有的景区处处让人不适，不文明现象频发。从这个角度来说，打造高品质景区具有重大意义。

或许有人会问，全国范围内已有A级旅游景区评级体系，为何还要单独打造高品质景区？的确，5A景区与1A景区在等级上存在差异，但从地方旅游业发展实际来看，当地景区不可能全部晋升为5A景区，却能通过标准化建设成为“高品质景区”，让游客享受高质量服务。这种做法既是整体提升区域旅游品质的关键举措，也为其他地区提供了可借鉴的经验。

打造高品质景区，需结合当地旅游发展实际，制定科学的建设标准。我市以《宁波市高品质特色旅游景区建设指南（试行）》为刚性依据，构建起“全维度、高标准”的考评体系。从产品供给、文旅融合、文旅消费、景区运营、服务质量、共同富裕六大维度入手，设置215项具体指标开展综合考评，确保每一家入选景区都经得起专业检验。

相应地，景区需对照标准扎实推进整改提升。像首批入选的9家高品质景区，在核心竞争力建设上就交出了亮眼答卷。其一，推进智慧化升级。9家景区新增151台数字沉浸设备、12个智慧体验空间，实现数字人民币支付全覆盖，既提升了游览效率，也让科技感融入旅游细节。其二，深化文旅融合。培育8个特色文化IP，开发32项非遗体验项目，年均开展演艺活动超100场，让文化从“静态展示”变为“可触摸、可体验”的鲜活内容。其三，创新消费模式。打造23个夜间消费项目，推出153种“门票+住宿+体验”组合套餐，将“单一门票消费”延伸为“吃住行游购娱”全链条消费，推动景区从“单次打卡地”向“深度消费目的地”转型。游客走进这样的高品质景区，享受到的必然是一流服务与优质服务。

当然，打造更多高品质景区，不能仅靠景区单打独斗。首先，需建立强有力的保障机制，我市构建的“资金扶持+标准引领+目标牵引”机制，就为景区转型提质提供了坚实支撑；其次，为景区明确发展方向与奋斗目标，结合不同景区的资源禀赋制定差异化规划，避免“一刀切”；再次，树立“合作共赢”理念——景区可加强与周边酒店、餐饮、交通等企业的联动，推出一体化旅游产品，通过多方合力形成文旅发展新格局。

在国家级A级旅游景区评级基础上进一步打造区域性高品质景区，既能推动景区“优上加优”，也能让游客获得更优质的体验，最终实现景区与游客的双赢。这种以品质为核心的发展思路，不仅能提升地方文旅品牌影响力，更能为旅游业高质量发展注入持久动力。