

把“老老人”“小小孩”搁在心尖上

■ 树立和践行正确政绩观

黄明朗

今年全国两会上，在回应“十五五”时期怎样办好民生服务时，国家发展改革委主任郑栅洁表示，将尽力而为、量力而行，办好大家期待的民生服务。重点是照顾好两类人群、做好三项服务。两类人群，就是“一老”和“一小”，尤其是“老老人”和“小小孩”。三项服务，就是医疗、教育和就业。

“老”是社会的财富，“小”是国家的未来。但同时，65岁以上尤其是伴有失能、失智、独居或空巢等高风险特征的“老老人”，以及0岁至3岁的“小小孩”，又是最脆弱、最需要特殊照护的群体。目前，我国高龄人口规模持续扩大，失能半失能老人数量不断上升，传统家庭照护功能明显偏弱，专业化、普惠性的居家社区养老服务需求呈现刚性增长。婴幼儿照护基本上以家庭照护为主，存在年轻父母分身乏术、祖辈力不从心、雇用保姆经济压力较大等问题，需要更多社会托育服务。民之所望就是施政所向。

国家相关部门直面痛点，把民生短板作为“置顶”事项，聚焦“老老人”“小小孩”重点人群，就是与群众最朴素、最迫切的愿望精准对接。

厚待“老老人”和“小小孩”的大政方针确定后，国家相关部门便送出政策大礼包：编制地市级“一老一小”整体解决方案，将老旧小区加装电梯纳入“两新”支持范围，支持养老机构设备更新，推动长期护理保险制度试点；支持每个地级市至少建成一家托育综合服务中心，努力提供更多普惠托育服务，实现婴幼儿家庭送得起、送得放心等。这些政策不是盆景，而是从“补缺兜底”“碎片化项目”，迈向覆盖全人群、全生命周期的人口服务体系，并且立说立行、紧抓快办，彰显发展成果公平惠及全体人民的强烈信号。

厚待“老老人”和“小小孩”需要大量财力物力投入，否则就是“口头政绩”“纸上富贵”。认清人的全面发展愈加重要、迫切的大趋势，破除路径依赖，端正投资方向和理念，“投资于物”和“投资于

人”兼顾，同时不搞大水漫灌，不搞平均主义，聚焦于育幼、养老等关键领域，这就把好用钢用在刀刃上。

厚待“老老人”“小小孩”，不是一桩“亏本生意”呢？当然不是。这么做，不仅是用刚性措施回应社会的刚性需求，更是一件功在当代、利在千秋的宏大事业。一是解除“一对夫妻照顾四位老人及孩子”的现实困境，减轻家庭经济上、精力上的重负，让中年人有更多“喘息空间”，保持家庭稳定，释放人口发展潜能。二是完善生育支持政策体系、建设生育友好型社会，降低生育、托育、教育成本，人们不再担心“生不起”“养不起”，有利于提高生育率，缓解老龄社会风险，稳固人口高质量发展基础。三是提升“老老人”晚年生活质量，彰显社会主义制度优越性，不再担心“老不起”，持续擦亮民生底色的心理预期，提高居民消费意愿。四是释放银发消费潜力，拓展就业新版图，开发经济增长新动能。完善“一老一小”服务，将人的发展作为经济增长的手段，更作为发展的最终目的，不仅能提升人民的获得感、幸福感，还

能形成经济发展和民生改善的良性循环。

当然，形成这样的转变和共识并非易事，少数党员干部的政绩观出现偏差，加之受全球大环境影响，地方经济社会发展中需要解决的问题很多，于是“不怕群众不满意、就怕领导不注意”，处心积虑追求“显绩”，甚至不顾地方财政承受能力和群众真实需求，不惜血本打造“盆景工程”，反而觉得解决“老老人”和“小小孩”的事，投入大、见效慢，很难直接反映在GDP增长上，似乎不是“火烧眉毛”，于是能等就等、能拖就拖，这必然导致行动“走样”。

开展树立和践行正确政绩观学习教育，广大党员干部必须深刻理解和国家“发展为了人民、发展依靠人民”的治理智慧，从实际出发，致力于造福人民。这样，政绩才不再只是写在纸上的数字，更是绽放在群众脸上的笑容。

智慧城市的里子是为民、便民、惠民

新华时评

蒋成 杨欣

智慧灯杆十盏亮四盏，大数据演示厅常年锁门，协同应用系统因“数据饥饿”而瘫痪，便民App无法打开……记者在基层调研发现，有地方昔日轰轰烈烈上马的“智慧城市”项目，如今静悄悄“沉睡”，沦为闲置的“半拉子工程”。

从智能交通缓解拥堵，到智慧安防守护平安；从数字政务让“数据多跑路、群众少跑腿”，到社区云平台便利生活，智慧城市建设已成为不少地方推进城市治理现代化、提升城市竞争力的重要抓手，既为市民生活增添便利，也为企业发展创造利好。

让人民群众共享发展红利，这本是智慧城市建设的初衷与价值所在。然而，个别地方做起来却“走样”“跑偏”：有的在建设之初因缺乏科学规划，盲目跟风、贪大求全，不顾本地实际需求与财政能力，一味追求“高大上”的技术与项目；有的重建轻运，只注重硬件铺设与软件搭建，却忽视后期维护，导致项目建成后无人问津、逐步荒废；还有的地方重宣传、轻实效，“样板工程”光鲜亮丽，实

际上无法真正解决城市治理的痛点难点，甚至出现于项目闲置率超80%的尴尬局面。

成了中看不中用的“花架子”、浪费资源的“无底洞”、脱离需求的“空摆设”，有的智慧城市建设代价沉重。一方面，大量资金投入打了水漂，浪费了财政资金；另一方面，这些“半拉子工程”给群众生活带来不便，影响城市形象。更值得警惕的是，这种建设模式极易陷入形式主义误区，无形之中侵蚀了群众对数字政务的信任。

智慧城市建设外衣再炫，里子都不能脱离为民、便民、惠民，关键要实用、好用、能用。

树立和践行正确政绩观，在推进智慧城市建设时，坚持实事求是，因地制宜、量力而行，把有限的资金和资源用在刀刃上；还要强化系统思维，推动数据跨部门、跨层级融通，让应用系统真正发挥协同效能，确保项目建成后能持续稳定运行；更要问需于民、问计于民，让智慧城市建设和群众期盼、真正聚焦城市治理的堵点卡点，解决百姓关心的痛点难点。

坚守为民初心、注重实效，科技才能真正赋能城市发展。杜绝“政绩盆景”，唤醒“沉睡工程”，让智慧城市成为提升群众幸福感、推动城市治理现代化的有力支撑。

莫让“小便宜”酿成大麻烦

江南羽

打开外卖App点餐，弹出“分期立减几元”；打车付完款，页面推来“低息借款”；充个视频会员、给手机交话费，也能看到借贷页面的入口。如今，各类生活服务平台App里，借贷诱导无处不在，本应慎之又慎的金融借贷行为，变成了一不小心就可能触及的操作。

借钱这么重要的事，变得像点外卖一样容易，但一不小心就踩坑——轻则背债，重则影响征信，如此乱象必须刹住。

那些App里的诱导套路大同小异。先拿“优惠”当幌子，用“额度高、秒到账、利息低”勾人，再靠隐蔽按钮、绕人条款，让人稀里糊涂点了申请。就像浙江王先生，刷刷时随手点了下贷款广告，很快就收到20万元获批提示。这不是个例，很多平台故意藏起风险，不说明年化利率、服务费，还用“免费VIP”骗跳转，说白了就是利用一些人图便宜、怕麻烦的心理，变相劝人借钱消费。

背后逻辑很简单，借贷业务利润高，成了不少平台的摇钱树。有些平台无视监管，打着“助贷”“便民”旗号，把借贷入口嵌进生活场景，用算法降低人的防备心，本质是在打擦边球。更让人忧心的是，诱导专挑金融知识薄弱的人下手，一旦逾期，高额罚息、暴力催收接踵而至，征信留污点，维权更困难。

守住金融安全，需多方发力。监管须硬起来，落实助贷新规，督促平台明示年化利率，清理隐蔽入口，对违规者严惩不贷。平台需守底线，别为了赚钱坑用户，分清生活服务与金融服务，杜绝过度诱导。

对普通人而言，则应绷紧风险弦。面对优惠诱惑，多留个心眼，不随便点陌生链接，不泄露个人信息，仔细看条款、算成本。金融安全无小事，一次随手点击，可能就是债务隐患。

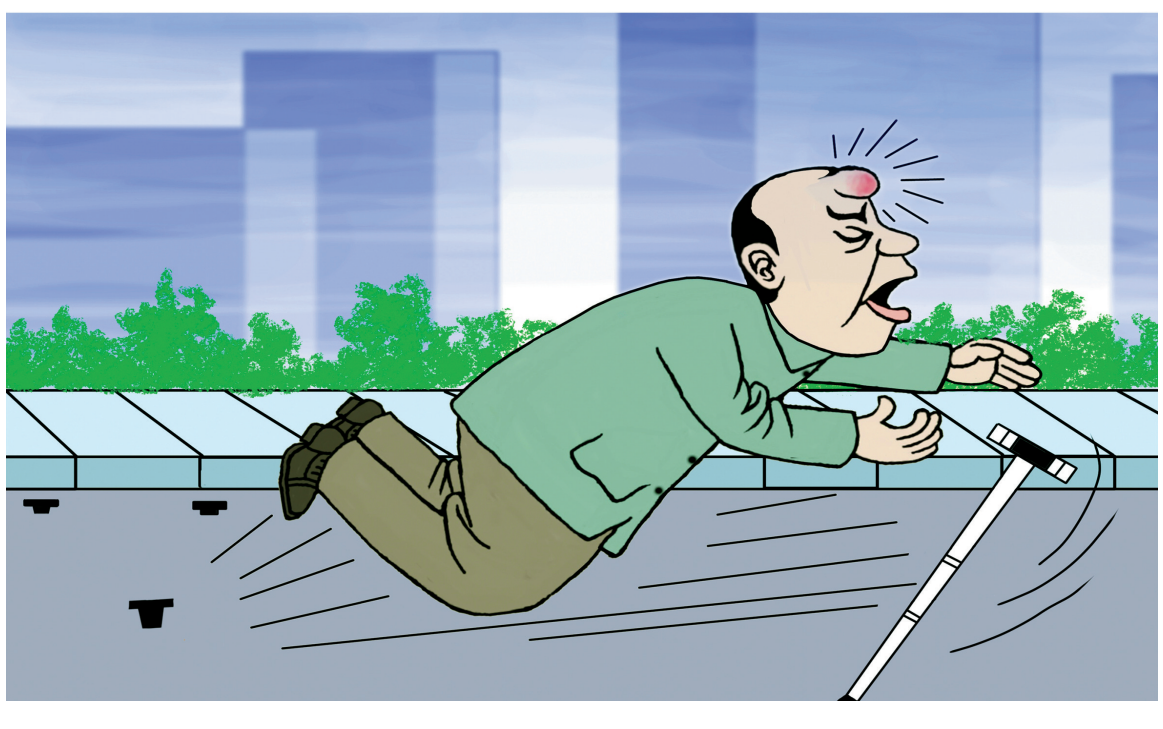
生活App本是为了便民，不该沦为借贷陷阱的载体。唯有监管不松动、平台守底线、个人多留心，才能斩断诱导链条，让金融回归本源，守护好每个人的“钱袋子”。

漫画角

“暗器”

最近网络平台上有关清障、拔钉的视频走红。不少路面残留着截断的钢管、废弃的钉子等障碍物，它们大都高出路面几厘米，看似不起眼，却容易使人绊倒、划伤，还容易扎到车胎，影响出行安全。于是不少网友自带工具，自发寻找并清理这些障碍物，引发广泛关注（4月8日《北京日报》）。

王少华 绘



医学科普呼唤“笑声里学知识”

郑建钢

“人间值不值得我是不知道，但我知道我们的脑子必须值得。”“我们ICU的医生护士有时候就像汽修师傅，入院后得先看看您的‘机油’——也就是抽血化验。”3月31日下午，慈溪市庵东镇浦东村文化礼堂内笑声满堂，宁波前湾新区第三届医学科普大赛在此火热举行。13组医护人员化身脱口秀达人，登上乡村礼堂的简易舞台，将专业医学知识揉进接地气的段子与鲜活表演中，让专业健康知识在欢声笑语中变得通俗易懂、入脑入心（4月2日《宁波晚报》）。

一谈起医学科普，大众的普遍印象是，专业人士在台上讲的都是医学术语，观众安安静静在台下听，一场讲座下来，基本上是医学

知识满堂灌，但蒙圈的听众不少。组织者关注的，往往是举办了多少场学术报告，发放了多少份资料，有多少人次参加。至于科普之后的实际效果怎么样，观众有哪些反馈，关注的人恐怕不多。

有研究表明，传统健康讲座的平均记忆留存率不足20%，而采用故事化、娱乐化方式的科普，记忆留存率可提升至60%以上，讲座的活跃氛围大不一样，观众感受到的实际效果也完全不同。宁波前湾新区举办的科普大赛，一改医学科普单向灌输的模式，将脱口秀表演引入专业的医学知识普及领域，把复杂的医学知识包装成段子，一个“包袱”就是一个容易让观众记住的知识点，这种“笑声里学知识”的形式，能够让科普实现“破圈”，是医学科

普传播方式的革命。

一场医学脱口秀，收获了满堂的笑声与掌声，不只有“笑果”，更有效果，凸显了医学科普生态的变迁，这也是健康中国战略在基层医疗机构创新的一个缩影。当然，这样的医学科普，不能仅仅局限于在文化礼堂表演，还应该与线上传播结合起来，把它制作成短视频，在抖音、B站、快手、小红书等平台进一步传播，让更多观众分享，不断扩大影响力。

对于医疗机构来说，医学科普宣传，无论采取何种形式，只要是群众喜闻乐见的、贴近生活的表达，都可以运用“拿来主义”，让专业知识活起来、火起来，拉近与群众的距离，增强患者的信任，取得预期的实际效果。

相比传统医学关注疾病治疗，

现代医学更看重的是疾病的预防和健康生活的普及。医学科普的推广，不但是疾病预防的好帮手，而且是构筑良好医患关系的重要纽带。打造一支既熟悉专业知识，又擅长医学科普的队伍，把医学科普从单向灌输转变为双向互动，构建可持续的医学科普新生态，不但是医学科普宣传推广的创新，而且是医患关系的升华。

宁波通商银行：金融为民守初心 消保筑盾向新行

作为新生的小型城商行，宁波通商银行始终坚持以人民为中心的发展思想，始终坚守金融为民初心，始终做到消保体系建强根基。2025年以来，该行进一步将消费者权益保护融入全行战略布局，从体制机制、全流程管控、纠纷化解、金融宣教四大维度系统发力，构建起全方位、多层次、专业化的消保工作体系，以高水平消保服务守护金融消费者合法权益，为全行高质量发展注入持久动力，用实际行动诠释了城商行的责任与担当。

完善体制保障，构建全方位消保工作格局
宁波通商银行始终将消保工作置于经营管理的突出位置，构建“上下联动、左右协同、全员参与”的消保工作格局，推动消保理念融入经营管理“血脉”。

将消保工作融入全行发展战略，定期召开专题会议部署推进重点工作。尤其是基于重点领域消保形势，行党委专题研究制定消保及信访工作质量提升行动方案。同时，总行领导班子带头践行“浦江经验”，通过“行长接待日”等形式直面消保难点问题。

强化风控为本，筑牢全流程消保安全防线
宁波通商银行秉持“预防为主、防控结合”原则，以消保安全架构建

设为核心，将消保管控嵌入产品研发、营销宣传、业务办理等全流程，推动消保工作从被动响应向主动治理转型。

紧跟监管政策导向，持续完善消保事前审查体系，结合助贷新规、适当性管理等监管要求，动态更新审查要点手册和敏感词库，从源头防范消保风险。

以数字化转型为契机，全力推进消保安全架构建设，完成“流管控+面监测”体系部署，消保管理系统一期成功上线，完成投诉处理、审查管理等重点模块升级改造。常态化开展消保、个人信息保护等专项检查，推动问题整改闭环。建立合作机构专项消保能力评估机制，加大对重点关注类机构的督导力度，实现合作业务消保风险全流程管控。

丰富多元解纷，践行新时代“枫桥经验”
宁波通商银行深入践行新时代“枫桥经验”，坚持“源头治理、多元化解、提质增效”工作思路，让金融服务更有温度、更具质感。

人调解机制，让消费纠纷化解在基层、解决在源头。2025年，通过调解手段化解的纠纷数量较上年大幅提升。

提升宣教特色，打造多维度金融知识普及体系
宁波通商银行坚持“常态化宣教+专项活动”双轮驱动，创新形式、丰富内容、拓宽渠道，让金融知识走进千家万户。

打造“节气+消保”特色宣教IP，将防范电信诈骗、理财风险提示等内容与传统文化相结合，让消保知识融入日常。围绕养老金金融、理财销售“三适当”等社会关注热点，通过手机银行等线上渠道精准推送，让消保知识触手可及。

积极响应监管部门部署，扎实开展“3·15金融消费者权益日”“5·15全国投资者保护宣传日”等专项活动。行领导带队参与集中宣传，各分支机构同步开展“五进入”活动，借助公交、地铁等公共载体开展线下宣传，通过主流媒体等平台开展线上推广，实现线上线下全覆盖。将队伍建设作为消保工作重要支撑，构建分层级、全覆盖的消保培训体系，常态化开展消保政策法规等培训，宣贯全员消保理念，让每位员工都成为消费者权益的守护者，推动金融消费者权益保护工作走深走实。

花钱买的“富豪人设”不骗人才怪

冯海宁

在刷社交软件时，你是否曾被一些人光鲜亮丽的“生活实况图”吸引？世界环游、雪山徒步、豪车出行、精致晚宴……仿佛他们都过着令人羡慕的生活。然而，这些看似真实的“富豪人设”，有可能并不是他们本人的生活记录，而是花钱买来的“素材包”（4月7日中国之声）。

在购物和二手交易平台上，一批商家正公开售卖各地的风景、运动、生活等“实况图”，甚至提供“展示面拍摄”服务——通过租赁豪车、拼团游艇，为买家量身打造“富豪”或“成功人士”的人设。

这类服务分两种，一种是简单售卖“素材包”，里面是国内外的旅游风景、购物美食等生活日常图片，以及单人进行高尔夫、滑雪等运动的实况照，用于满足部分人

“装饰”朋友圈的需求。有的买家可能只是弥补个人缺憾、表达个人兴趣爱好，而有的买家目的是营造生活惬意、涉猎广泛等人设。

如果说“素材包”服务的主要是正常需求——我们应允许、包容部分人按自己喜欢的方式打造朋友圈，但另一种服务——提供“展示面定制”的商家，通过打包日常照片搭配定制化的旅游照、摆拍商务照，将服务对象包装成“富豪”“成功人士”，方便其恋爱交友或商业活动，就涉嫌帮助买家蓄意欺骗。

无论是恋爱交友还是商业活动，显然诚实、诚信才是“必杀技”。因为恋爱交友是婚姻的开端，任何不诚实的行为都可能为后续交往乃至婚姻埋下隐患。商业活动则是诚信为本，任何不诚信行为最终都是对合作方的伤害。然而，“展示面定制”服务打造的，恰恰是一种虚构、夸大的“富豪人设”。不可否认，在现代社会中，部分人向往更好的生活，希望与富豪

恋爱交友甚至嫁入豪门。不少商业人士也渴望与更具经济实力的富豪合作，加速实现财富梦想。“展示面定制”服务就是满足这两类需求。但通过造假打造的“富豪人设”，如同沙上建塔，经不起考验，很容易发生坍塌。

比如，在恋爱交友中涉及诈骗问题越来越多的今天，大多数人开始吸取教训谨慎对待人生大事，不会轻易相信对方的某些承诺或者呈现出来的人设。在商业合作中，大家对安全风险也日益重视，不会因为对方在朋友圈展示“富豪人设”就相信对方。一旦采取相应背调行动，很容易戳穿其骗人的把戏。

无论是提供“素材包”“展示面定制”的卖家，还是购买这类服务的买家，都存在一定风险。比如未经授权售卖、使用他人图片，涉嫌侵犯他人著作权、隐私权等，轻则进行赔偿，重则面临行政乃至刑事处罚。所以，经营朋友圈“精装”生意的卖家别逾越法律红线，买家也要清楚造假的后果。