

把发展好势头延续下去

黄明朗

据《宁波日报》报道，我市一季度GDP同比增长5.6%，经济运行实现良好开局。“好的开头等于成功一半”，如果从激发斗志的角度出发，这话颇有道理。不过，由于未来面临诸多不确定因素，必须发挥主观能动性这个最大变量，在不确定甚至不利的条件下把发展好势头延续下去。

看得到问题。当前，世界格局深刻演变，各类新挑战层出不穷：中东地区美伊对峙持续，能源、原材料价格上涨，对全球经济造成严重冲击；贸易保护主义抬头，美欧诸国频繁采取单边制裁和“长臂管辖”措施；国内有效需求不足，部分企业经营承压……受此影响，一些企业供应链、产业链不同程度出现问题，面临诸多困扰。正如如意股份创始人储吉旺在参加广交会时表达的：只有观时代之变、察行业之势、知自身不足，才能静待企业乘风破浪、生生不息。一方面，我们应该看到各种挑战对经济社会发展影响有限、可控；另一方面，不能盲目乐观，而要抬望眼，充分预见风险，既想到最坏，又积极求

变，奋发有为，将压力转化为前进的动力。

把得住方向。大海航行必须披正航向，干事创业也要把握方向，差之毫厘，将谬以千里。社会主义市场经济体制，赋予企业自主经营、自主决策的广阔空间，当发展遇到瓶颈，企业理应找寻新的出路，面对多元化的市场选择和发展路径，必须坚守正道、履行社会责任，切不可病急乱投医。宁波中孚高科股份有限公司是家“土味”十足的预制菜企业，也曾面临“房地产开发来钱快”等诱惑，但秉承“择一事，终一生”的理念，不为赚钱所动，不瞎折腾，不另起炉灶，决定坚守主业，对落后产能进行脱胎换骨的创新改造，研发自动焊接机器人，改造传统桩基施工工艺，凭借这独门绝技，施工效率大幅提升，成为预制桩行业的全国“单项冠军”。

拿得出办法。“市场不相信眼泪”，市场机制以效率和结果为根本导向，其残酷性在于企业不能取胜就会失去价值。面对同样的市场环境，有的人如鱼得水，逆势而上，有的人则一筹莫展，消极沉沦。面对挑战，仅凭“壮怀激烈”

的决心远远不够，关键在于将决心转化为系统、务实且可持续的应对策略。譬如，作为制造业大市，宁波一些传统产业遇到困难，没有怨天尤人，而是顺势而为，打破思维惯性，通过科技创新发展新质生产力、构建现代化产业体系，加快产品更新，引领制造业再攀新高。再如，作为外贸大市，在“不出海，就出局”的背景下，面对中东乱局，宁波外贸人不动声色，而是积极采取让利措施与老客户分担成本，线下联系困难，就寻求线上渠道交易；同时，积极开拓新的客源地，加快海外设计研发、生产制造、营销渠道、物流运输等全产业链建设，将运营模式从“产品贸易主导型”重塑为集制造、贸易、投资等于一体的综合服务，成为叩开全球市场的新钥匙。近来，一些过去将订单转移到东南亚的欧美企业悄然回流，原因是，东南亚制造业综合成本已高过中国，且效率太低，像宁波20天就能交货的产品，东南亚一些企业可能要拖上四五十天。

下得了苦功。吃得苦中苦，方能甜上甜。优柔寡断，举棋不定，只能坐以待毙。义无反顾，全力以赴，以确定性工作应对外部风险的

不确定性，才能把一个个不可能变成可能，积小胜为大胜。宁波企业素来敢闯敢干，加上扎实的产业基础、良好的营商环境，只要坚持不懈练好内功，就能全力实现更好更快发展。在宁波杭州湾汽车智创小镇，集中了大量工程师、研究员，他们每年获发明专利千余项，年均承担或参与国家级、省级、市级课题15项。其中，吉利汽车研究院研发人员多达1.9万人，是沃尔沃欧洲研发中心的5倍。当地党委、政府的“无形之手”“有为服务”，与企业共同应对严峻复杂的国内外形势成效显著。去年，该小镇以占前湾核心区工业用地4.6%的面积，创造了整个前湾汽车制造业产值的11.54%，实现科技服务业营收198.4亿元，占全市的35%。如此团结一心，实干争先，善作善成，就一定能够巩固经济发展良好势头，交出高质量发展精彩答卷。

多措并举齐发力 激发企业新活力

新华时评

于佳欣

近期公布的几组数据透出暖意：3月制造业采购经理指数重返扩张区间，前两个月规模以上工业企业利润增速稳步回升，2月中小企业景气度持续走高……向好指标展现企业运行的积极变化，凸显宏观政策落地显效、营商环境持续优化、各类企业主动作为等多方发力的成效，为进一步激发广大经营主体活力提供了启示。

稳住来之不易的回升势头，关键在于多措并举、综合施策。当下外部环境更加复杂严峻，国内供需矛盾矛盾仍存，不少企业面临“订单不足”“增收不增利”等难题，日子过得并不轻松。对此，更需靶向攻坚、协同发力，持续打通堵点难点，不断激发企业发展动力。

政策发力，贵在精准。企业的痛点就是政策发力点。从安排2000亿元超长期特别国债资金支持大规模设备更新，到设立1000亿元财政金融协同促内需专项资金，从科技创新和技术改造再贷款额度提升，到构建促进专精特新中小企业发展壮大机

制，今年以来，财政、金融、产业等政策直击企业所需，助其减负松绑、强壮筋骨，为长远发展积蓄势能。下一步要继续将政策落实落细，让政策红利真正转化为企业发展的动能。

深化改革、持续优化营商环境，是涵养企业活力、厚植发展根基的长久之策。要纵深推进全国统一大市场建设，破除市场准入壁垒，更大力度整治“内卷式”竞争，深化要素市场化配置综合改革，完善政企常态化沟通交流机制，使要素配置更活、企业服务更优、市场竞争更公平，营造更有利于企业成长的环境。

让活力持久迸发，更需加强培育壮大新动能，使企业在向“新”而进中锻造硬核实力。当前，高技术制造业增速领跑，“新三样”产品出口强劲，网上零售增速良好。诸多发展亮点印证：那些找准赛道、持续深耕，在降本增效、产品迭代、模式创新上拿出真招实招的企业，方能在激烈的竞争中站稳脚跟。这进一步启示，要持续引导和激励企业围绕“新”字做文章，以思维创新开眼界，用技术创新增底气，厚植竞争新优势。

亿万经营主体是经济韧性与活力的根基。用心呵护各类经营主体的梦想，让它们在健康发展中打开更多成长空间、在持续创新中迸发更多内生动力，必将凝聚起推动中国经济高质量发展的澎湃力量。



漫画角

名不副实

“五一”假期，不少人会选择徒步、爬山等户外运动。近年来，通过互联网等渠道组织的团队户外活动越来越多，不过，活动中的领队并没有强制的职业资格认证，一些组织者会采取安全措施或者签订免责声明，一旦出现意外，可能产生法律纠纷（4月28日中国之声）。

闵汝明 绘



让宁波成为国潮出海的桥头堡

方舟

4月29日至5月2日，“购在中国 乐享消费”老字号出海暨第六届“船说·大运河”国潮消费嘉年华在宁波天一广场举行。全国120家知名老字号企业齐聚天一广场，国货潮品云集，非常值得去打卡（4月28日《宁波晚报》）。

老字号是千百年商业文明的活态载体，“五一”假期，古老的大运河与120家知名老字号在天一广场相遇，碰撞出节日的消费火花，打造一场可逛、可玩、可赏、可品、可购的沉浸式国潮消费嘉年华，与其说是一次商品大展销，还不如说是一种文化出海的大展示。

汇聚京杭大运河沿线八省市老字号力量，以全国首个“大运河+老字号出海”为主题的大型品牌推广活动在宁波举办，意义非同一般。宁波是中国最早开埠口岸之一，又是海上丝路东方始发港，自古以来因港而兴，更有“无宁不成市”的美誉。“江海交融、文商并济”的宁波，能够举办如此高水准的国潮消费嘉年华活

动，既是实力展示，也是责任担当，显示了宁波在全国尤其是在长三角城市群中的重要地位。借此，宁波或将成为国潮出海的桥头堡。

本次国潮消费嘉年华活动，构建多层次体验空间，是一种展览形式的创新，既集中展示了老字号的博大精深与文化底蕴，又为消费者提供了丰富的互动体验，更是对文化叙事与消费心理规律的深度把握，有助于提升老字号国际知名度。

活动期间，《浙江老字号集聚发展三年行动方案（2026-2028年）》将发布，揭晓老字号出海八法及国货潮品优秀案例。这些内容的加持，使得活动成为一个行业交流、政策宣传、经验分享的平台，为老字号发展指明方向，为区域协同提供政策框架，为老字号出海打下扎实的基础。

120家老字号集体亮相宁波，既相得益彰，又互相竞争，实现差异化定位，构建起跨省市的品牌联盟与供应链协作。避免同质化，需要参展各方共同努力。“五一”假期过后，围绕继续保持老字号市场热度，参展企业需未雨绸缪，筹划节后的品牌运营策略，做到常态化运营，以进一步助推老字号出海。

景区摆渡车 岂能沦为宰客工具

丁家发

近日，文化和旅游部召开第一季度例行新闻发布会，回应当前旅游景区游客反映的问题，并计划深化集中整治。其中，游客反映较多的景区摆渡车问题是这次整治的重点。综合近年来景区摆渡车的网络舆情、游客投诉和负面评价，多个景区因摆渡车线路设计不科学、价格不合理、排队时间过长、服务态度较差等被文旅部点名，如吉林的长白山、安徽的天柱山、四川的稻城亚丁等（4月28日《北京晚报》）。

景区摆渡车的设立本意，在于优化游览路线、提供便利服务、丰富旅游体验并保护生态环境。尤其在山地、自然保护区等特殊地形景区，摆渡车能有效减少私家车进入带来的生态压力，同时节省游客体力与时间，提高游览效率。然而，在经济利益的驱动下，部分景区逐渐背离初心，将摆渡车异化为宰客的工具。此次文旅部集中整治这一痛点，彰显了维护游客权益、提升服务质量的决心，也让公众看到了旅游市场迈向良性发展的希望。

从游客反馈和媒体报道可见，景区摆渡车乱象频出。一些景区故意将停车场设置在远离入口或核心景点的位置，迫使游客

必须乘摆渡车；有的线路规划混乱、站点布局不合理，导致游客绕行耗时；有的摆渡车票价虚高，甚至超过门票本身，且缺乏退票机制，重复乘车需多次付费；更有甚者，司乘人员服务意识淡薄，对游客合理诉求冷漠应对。以上种种乱象，不仅增加了游客的经济负担，严重损害旅游体验，也侵蚀了景区的声誉和行业公信力。

文旅部此次集中整治，并公开点名批评，无疑是对上述乱象精准“开刀”。通过梳理负面舆情、游客投诉与网络评价，锁定问题景区，体现高度的针对性与实效性。通过提级督促整改、常态化暗访检查、景区等级复核挂钩等措施，构建起“发现问题—整改落实—监督反馈”的闭环管理机制，尤其是等级评定挂钩机制，对问题多发、整改不力的景区将加强质量等级动态管理，该降低等级的降低等级，该取消等级的就取消等级，使整改不力面临降级或摘牌风险，倒逼景区真正重视服务质量，不敢再变着法子宰客敛财。

诚然，集中整治不可能一劳永逸，仍需常态化持续发力。此次集中整治的意义，也远不止于解决摆渡车本身的问题，更在于为整个旅游行业的规范化发展树立标杆：旅游服务的核心是游客，唯有坚持以人为本、坚守服务初心，才能赢得市场认可与健康发展。

花钱删差评实在没必要

曲征

夏宇岩（化名）在一家川菜馆用餐后，因吃出菜品异味，还出现了腹泻，他给这家餐厅打了一星差评。但近日他想找出这条评价时，发现差评已经消失了。实际上，多个平台存在差评“消失”的情况。记者调查发现，有偿删除差评已形成一条产业链，单条删除费用从60元到1500元不等，一般流程是先删除差评再付款（4月28日南方网）。

消费者对商家的真实反馈，正被明码标价的“删评生意”悄悄抹去。有偿删差评这条黑产业链，不仅欺骗了消费者，践踏消费公平，

更触碰了法律红线。

很多商家觉得，差评是经营路上的“绊脚石”，删了差评就能保住口碑。可他们忘了，消费者的差评，并非恶意刁难，而是最真实的消费反馈；或许是菜品有异味，或许是服务太敷衍，或许是被强行推销办卡。这些声音，本是商家改进服务的“清醒剂”，可个别商家选择花钱掩盖。这样的操作，删的是差评，丢的是诚信。

更让人担心的是，有偿删差评已经形成了成熟的黑产业链条，有人对接商家谈价格，有人技术操作删评价，甚至还签订合同、承诺“不成功不收费”。这些删评人打着“正规申诉”的幌子，钻

平台审核的漏洞，一边骗取商家的钱财，一边剥夺消费者的话语权，破坏了市场的公平秩序。当评论区全是好评，消费者再也无法通过真实评价判断商家好坏，消费决策便没了参考，权益也没了保障。

不少商家以为删差评是“小事”，却不知道这早已涉嫌违法。商家委托他人删除真实差评，属于虚假宣传，违反《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》，轻则面临罚款，重则可能被吊销营业执照。那些声称“绝对安全”的删评人，要么是欺骗商家的骗子，要么是涉嫌非法经营的投机者，最终只会让商家得不偿失。

客观而言，不管是产品质量还是服务质量，不可能做到十全十美，也不可能让每一个消费者完全满意，所以有一定比例的差评实际上难以避免，尤其是在很大比例的差评中有几个差评，反而能反映消费者评价的真实性，从侧面增强可信度。假如清一色好评而无一个差评，反而显得不真实。有网友直言：如果看到全是好评而无差评，就感觉虚假有诈，东西也不想买了。

说到底，商家的口碑不是靠删除差评“装”出来的，而是靠实打实的产品和服务赢来的。与其花钱掩盖问题，不如正视消费者的反馈，及时整改不足。

用刑事制裁遏制职业闭店恶行

史洪举

预付了几年的会费，健身房突然关门，消费者的充值款打了水漂，这背后可能并不是商家经营不善，而是“职业闭店人”有意为之。上海虹口检察机关公布了一起“职业闭店人”合同诈骗案件，被告人陶某在不到1年的时间里，零元接手4家濒临倒闭的健身机构，收取75万余元会费后卷款跑路，造成数百名消费者权益受损。2026年1月，虹口区法院以合同诈骗罪判处陶某有期徒刑5年，并处罚金10万元（4月28日红星新闻）。

在健身、餐饮、美容、教育培训等领域，预付费模式已成为大部分商家的首选，一些商家甚至将其

作为消费门槛，消费者只有预先充值方可享受相应服务。然而，预付费行业“跑路”事件逐渐增多，“退费难”纠纷频频发生，侵害了消费者权益。尤其是职业闭店人的介入，一定程度上加剧了无良商家的跑路冲动，严重扰乱市场秩序。对这些专门“干脏活”的职业闭店人，非常有必要启动刑事追责。

职业闭店人的存在早已是公开的秘密，有的号称“服务”过数百家机构。他们通过钻法律空子，帮企业逃避债务，或者干脆自己上阵操刀，让众多消费者陷入维权困境，退款无门。职业闭店人的一整套工作流程，看似合规，实则投机取巧、违法失信。如企业突然更换了法人，但并不能逃避经营者义

务，只不过是让愚昧无知且没有经济能力的人充当新法人，沦为商家赖账的替罪羊。

预付费商家囤钱跑路现象，是对法治社会和诚实守信市场法则的践踏，更是对世道人心的伤害。消费者被无良商家“割韭菜”，会让人们对监管部门的监管能力和公信力产生怀疑，对市场秩序产生怀疑，不利于经济发展。而职业闭店人的存在，必然会助长商家的作恶和行骗冲动。因为一些商家原本可能并无囤钱闭店跑路念头，只是经营不善后不敢面对要求退款的消费者。正是有了职业闭店人的撑腰和出谋划策，才会助长其作恶冲动；甚至一些职业闭店人专门接手即将倒闭店铺后，低价优惠引诱消费者办卡续费，等聚拢大量资金后就关

店跑路。

维护市场秩序和消费者权益，势必从严惩处恶意跑路商家，更要狠狠处罚充当帮凶的职业闭店人。用刑事手段制裁职业闭店人，无疑有着标杆意义。其他地方有必要加以借鉴，在预付费商家不告而别，关门跑路后及时介入，层层穿透，追查并惩戒凶手。

从长远来看，面对较为频发的预付费商家跑路现象，立法部门和监管部门须主动作为，健全预付费规则，赋予商家更重义务，提高更换法定代表人门槛，避免职业闭店人充当法人。对于不告而别关门跑路商家以犯罪论处，毫不留情地追究其刑事责任。如此，方可大幅度提高商家恶意闭店跑路成本，避免消费者沦为受害者。