

地方两会“摆摊”，让社会治理既“接天线”又“接地气”

◎ 韩超

核心阅读：一系列促进基层声音更高效汇集的创新实践，体现出“公开透明—压力传导—协同解决”的治理逻辑。这是一种工作态度 and 思维的可喜转变，凸显出政府部门提升治理效率的不懈追求。

徐汇区人大推出“政务咨询活动”，24家单位“摆摊设点”听取意见建议；广东两会“提办对接”现场活动今年实现了多项扩容升级——增加场次和参加单位、新增线上咨询、邀请列席会议的在粤全国人大代表参加。类似做法名称各异，核心都是将政府部门的咨询窗口直接搬进会场。职能部门负责人的一句“答完你的答你的”，代表委员的一句“终于排上了”，生动体现了现场的热络氛围，也折射出此类做法的精髓——既“接天线”又“接地气”，民主协商，直接对话，使民意更直接、快速进入决策视野。

这是“全过程人民民主”的生动实践，其积极效应值得期待。职能部门可进一步增强相关工作的公开透明度以及对民意的敏感度。代表委员现场获得部门的初步反馈甚至解决方案，有助于提升其履职效率。某种意义上，这种机制创新是开辟建言献策的“绿色通道”，加速相关问题的解决进程。

从传统的蹲点调研、开座谈会，到开设“市长热线”“领导留言板”，再到将职能部门“摆摊”、代表委员“赶集”引入地方两会会场，一段时间以来，一系列促进基层声音更高效汇集的创新实践，体现出“公开透明—压力传导—协同解决”的治理逻辑。这凸显出政府部门提升治理效率的不懈追求。

未来，如何在基层声音更高效汇集的同时，也能确保高效率的转办、交办、督办，让社情民意落地有声、让每条评论都不被辜负，考验着相关部门的智慧与能力。

可以预见，当越来越多民意收集与互动成为更多地方的“标配”，当曾经的急难愁盼问题能更快得到重视和解决，势必会让人民群众更有获得感、幸福感、安全感，凝聚起逢山开路、遇水架桥的更强大力量，助力经济社会高质量发展——这是实现科学高效社会治理的题中应有之义。

(原载《工人日报》)

新闻微评

●@新华网：#89名副会长# 近日有媒体曝光，某地一行业协会竟有89名副会长，后虽澄清“实际为53人”，仍远超相关规定上限。此事引发公众强烈质疑：一个行业协会，真的需要这么多副会长吗？目前当地已要求立即整改，但暴露出的深层问题值得深思。

微评：行业协会本应是沟通企业、服务行业、建言献策的公共平台，但一些协会拿头衔做交易，用来换会费、拉关系，这样的协会不仅偏离了初衷，也容易失去公众的信任。行业协会的生命力，不在于有多少个副会长，而在于能为行业做多少事，必须强化监督规范，让协会回归服务本职，发挥其应有的作用。

●@北京日报：#弹幕“注水”# “老粉路过，点赞反馈”“不饿不动，瘦了十几斤”“产品很牛，这次是来回购”……直播间里，这些看似真实的“买家说”，极有可能出自“职业弹幕人”之手。在北京市市场监督管理局查处的一起直播电商“职业弹幕人”案件中，12小时的直播里弹幕总量超过1000条，其中虚假弹幕占到七成。

微评：弹幕“注水”，本质是造假和欺诈，商家失信受谴责，平台为了数据支撑估值选择纵容，也是“帮凶”。治理弹幕造假，既需要平台完善内部治理，更需要监管力量强力介入，通过严格执法、加大惩处力度，提高造假违法成本，树立法律权威和威慑力。

●@工人日报：#AI广告# 记者浏览社交平台发现，近期多位AI助手用户表示，在使用AI工具的过程中遭遇广告“投喂”。原本聚焦防骗、营养等领域知识获取的提问，AI工具的回复直接给出品牌推广。随着大众对AI工具推荐机制的深入了解，一些更加主动的营销策略出现，有越来越多的广告被商家刻意塞入AI工具之中。

微评：通过制造虚假数据或操控评价，把商业推广塞入AI工具之中，把广告伪装成AI自然推荐结果，这种营销方式侵犯了消费者的知情权，还可能构成虚假宣传或不正当竞争，扰乱了市场秩序。对此，必须突破传统的末端治理模式限制，构建全流程监管框架，紧盯数据源头，斩断AI广告灰色链条，让AI回归服务本质。

●@华声在线：#体验课套路# “1元体验两小时羽毛球”“9.9元试听英语课或乐器培训”“编程入门”等低价体验课在平台上有可观的销量。然而，除了便宜这个优点之外，课程质量参差不齐、续费之后服务缩水、营销套路层出不穷等问题也随之而来，让不少消费者陷入“想尝试又怕踩坑”的两难。

微评：体验课是商家与消费者之间的一座桥梁，一方面能降低消费者试错成本，另一方面也为商家提供了展示服务内容的窗口。以体验课的形式引流本身没有错，但留住消费者的从来不是一时的低价，而是实打实的品质与服务。唯有商家守住经营底线，监管层面做好规范引导，才能打造更安心的消费环境，保障行业有序健康发展。

●@经济日报：#网上年货节# 商务部会同相关单位共同指导举办的“2026全国网上年货节”现已正式开幕，将一直延续到3月4日。本届年货节围绕弘扬传统文化、丰富品质供给、焕新消费场景、联通内外市场四大主题，组织各地各平台推出一系列群众喜闻乐见的特色活动。

微评：随着互联网购物的兴起，线上“一站式”采购逐渐成为年货市场的主流选择。不过，无论是线下集市还是线上电商，文化都是年味的核心。今年的年货节在各个环节都突出了文化要素，把“动手手指”的线上购物，打造成一场暖心的“文化盛宴”，让“烟火气”跨越时空，促进“新经济”释放“新”热度。

●@央广网：#含地名商标# 近日，一则“顾客带宠物狗进火锅店”的新闻引发社会关注，涉事餐厅后被证实为假冒“宏源南门外肉”的门店，这一乌龙事件不仅令无辜的正牌品牌声誉受损，也再次将含地名的商标维权复杂性及紧迫性置于公众视野。

微评：自1994年创立以来，“宏源南门外肉”虽然使用“南门外”这一地名，但经过近三十年的深耕经营与口碑积累，已在消费者心中建立起品牌与名称的强关联，并于2012年成功注册“宏源南门外肉”核心商标，依法享有商标专用权。假冒门店打着“南门外肉”的名号，本质是在“傍名牌”“搭便车”，妄图攀附正牌商誉攫取短期利益。要遏制此类乱象，企业需做好知识产权布局与防伪公示，平台要筑牢商户审核防线，消费者应主动核验门店真伪，只有形成多方合力，才能减少仿冒行为的发生，净化市场环境。

(本报综合)

新闻热评

“我对托育特别关注，想了解公办幼儿园办托班的进展”“养老助餐点还没有做到全覆盖，希望尽可能满足老人的就餐需求”……据1月26日《人民日报》报道，1月24日晚7时，一场被称作“摆摊”的北京市人大代表询问、政协委员咨询活动在一个个问答中开场。北京市人大常委会各工作机构、市政府相关部门和市中级人民法院、市人民检察院等47个部门在北京会议中心会议楼“摆摊”，与代表委员面对面交流，共同探讨解决问题的办法。

一年一度的地方两会近期陆续召开，上述北京市人大代表询问、委员咨询活动，让职

能部门与代表委员加强了面对面交流。代表委员来自各行各业，有着丰富的群众基础，在发现问题的同时还能提供不少好点子，而接受询问和咨询的部门则做好了准备，对于法规政策咨询等问题予以现场快速答复，对部分无法现场答复的问题，也会记录在案、会后跟进、抓紧落实。在不少职能部门的“摊位”上，“政策包”“服务包”成为“摆摊”必备，一些“摊位”甚至变成“带货”现场，为代表委员带来政策宣传、项目推介、规划展望等满满“干货”。

实际上，多地两会近来都推出了类似的职能部门与代表委员面对面交流活动。上海

让劳动者更有尊严，也是投资于人

◎ 逯海涛

核心阅读：无论是传统意义上的劳动者，还是新就业群体，除了为他们创造更多岗位、增加更多收入这些有形福祉，也要让每位劳动者感受到理解、归属与尊重等无形福祉。

据《工人日报》报道，近日，温州一家制造企业发布通知：春节放假35天，按时离岗返岗员工奖励5000元。据了解，这家公司这样的放假模式已坚持多年，“拼搏11个月，最后一个月应该留给人”，主持人白岩松也在央视节目中点赞这家公司。

不少网友纷纷表示羡慕，当然，每家用人单位情况不同，只要自家公司的休假制度合理合法，也不需要盲目攀比放假天数。与其说人们为这家企业放长假点赞，倒不如说是为这家企业的用人理念点赞。劳动者不是流水线上的机器人，而是有亲情牵挂、有休息需求、有精神追求的活生生的人。当企业把“陪伴家人”

纳入发展考量时，换来的不仅是员工的归属感与尊严感，更是企业长期发展的凝聚力，是“拼搏”与“休整”的良性循环。

让劳动者更有尊严地劳动，其实是用好的制度与环境“投资于”人。

劳动，不只是谋生，还关乎人的尊严与价值。有尊严的劳动环境，是社会发展的底气。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出，坚持惠民和促消费、投资于物和投资于人紧密结合。前不久召开的中央经济工作会议再次强调，必须坚持投资于物和投资于人紧密结合。“投资于”人，不仅仅是把“真金白银”投向教育、医疗、就业、环境等领域，更广泛地说，还包括不断用制度和环境，增进人民福祉，促进人的全面发展。无论是传统意义上的劳动者，还是新就业群体，除了为他们创造更多岗位、

增加更多收入这些有形福祉，也要让每位劳动者感受到理解、归属与尊重等无形福祉。具体来说，包括休息权得到尊重、健康权得到保障、人格权得到维护等。

但是，最近爆出的不少职场热点事件，却引发公众吐槽。比如，山西运城给环卫工人佩戴定位器工牌就登上微博热搜，虽然当地进行了回应，但也很难撇清其包含“加强监控”的目的。媒体甚至发问，这么好的“安全神器”，城管局的领导戴了吗？无独有偶，在广州一家科技公司任客服的张女士，在因病拒绝公司安排的一次出差后，工位上方被安装了一对一的监控摄像头。此外，引发公众关注的32岁程序员猝死事件，涉事公司从始至终的冷处理态度，也让不少同为打工人的劳动者心寒……

用人单位的这些做法，事实上造成了对劳动者尊严和人格的伤害。这般操作，背离了不

断增进人民福祉，促进人的全面发展的理念，更触碰了保护劳动者权益的价值底线。劳动保障部门应该亮明态度、及时出手。劳动者自身也要增强维权意识，学会运用法律武器保护好自身权益。

建立人性化、规范化的劳动环境，不仅是民生问题，也关系到经济高质量发展与社会和谐稳定，仍需从各个层面持续发力、久久为功。日前，据人力资源社会保障部披露，我国将制定和修订《职工带薪年休假条例》等一批劳动保障领域的法律法规。这是劳动者之福，也将为经济社会发展带来更多信心和动力。

劳动的本质是为了创造更美好的生活，而劳动本身也应当成为这一美好生活的组成部分。愿职场多一些人性的温度，在为生活奋斗的路上，每个人都值得被温柔以待。

(原载《浙江日报》)

机器人再上春晚，进万家还远吗？

◎ 张悦

在一众娱乐明星确认参加总台春晚后，又有三名科技明星官宣将亮相春晚。据报道，来自北京海淀区的银河通用机器人，成为春晚指定具身大模型机器人；魔法原子成为春晚智能机器人战略合作伙伴；宇树科技成为春晚机器人合作伙伴。今年春晚舞台，人形机器人将为观众奉献精彩的节目，给千家万户送上新年的祝福。

具身智能机器人并非春晚新面孔，2025年蛇年春晚，一群穿着花棉袄的机器人跟着音乐节节奏扭秧歌、转手绢，让人忍俊不禁。如果说这群“伙计”去年春晚只是露个脸，主打观赏性与趣味性，那么今年可能要展现更高实力了。据银河通用机器人相关负责人透露，今年春晚，观众看到的将不是预设程序的重复动作，而是具备环境感知、即时反应与“温暖服务”体验的智能体。也就是说，机器人将在春晚舞台展现“能干活”的一面。干什么活、怎样干活、活干得如何，还处于保密阶段。但从“比画两下”到“露两手”，春晚舞台上机器人的蜕变，正是中国具身智能机器人产业飞速发展的缩影。

让机器人扭秧歌，已经了不起。摒弃预设程序的重复动作，让机器人在多变的舞台环境中完成自主决策和高效协作，复杂性可想而知。人形机器人产业发展之迅猛，人形机器人成长速度之快，超乎想象。具身智能机器人，正从观赏性向实用性迈进，从格斗、跳舞类表

演，日渐转向与老百姓日常生活息息相关的实际落地场景。据报道，银河通用即积累了丰富的“干活经验”：建立全球首个机器人全自主服务的快闪店；与知名三甲医院深度合作病房、药房、康养等落地场景；夺得世界人形机器人运动会——医药场景分拣项目冠军等。

发展机器人产业的目的是“服务于人”，机器人深入日常生活、服务社会公众，才是其核心价值。在春晚这个亿级观众关注的曝光场上“干活”，对机器人而言是一次检验本领、回应公众关切的挑战。千变万化的舞台环境、实时调整的需求，对机器人的环境感知、自主决策、协同配合能力提出了极高要求。这恰恰与日常生活中的场景高度契合：每家每户的居住环境不同，每个人的服务需求各异，每次“干活”的具体要求也千差万别。能在春晚舞台上从容应对复杂状况，正是机器人走向家庭、走向生活的重要前提。

至于“温暖服务”，提供情绪价值，则是消费者对人形机器人的全新要求，既要有形，更要懂人性。只有当机器人不只是冰冷的智能设备，而是能感知需求、传递温度的“生活伙伴”，才能真正实现与人类生活的深度融合。春晚都上了，走进千家万户还远吗？现在登上舞台亮相拜年，未来会不会和我们一起守岁过年？

(原载《北京晚报》)

这个小孩哥的“求职广告”为何火了？

◎ 陈文杰

前不久，一张手写的“求职广告”在网上走红，上面详细列出了数学、足球、钢琴等五门培训课程的时长、费用、教学形式等信息，而教学人竟是11岁的小学生“尧哥”。原来，尧哥在两年前不小心打碎了家里的液晶电视屏，面对6000元的换屏费，他决定“创业”赚钱，而且仅花费两个月便成功“还债”，如今更是在小区内拉起一个足球俱乐部。

“竟然被一个小孩哥震撼到了！”相信这也是不少网友看到这段经历后的第一反应。确实，在如此年纪，犯错误后不躲不闪，勇于承担责任，已然值得一个大拇指。更难能可贵的是，尧哥多才多艺，还能将自己的才艺变现，获得他人的认可。尤其是足球课，身为市青少年足球队的他，将自己所学的基本功倾囊相授，既专业又“对口”，超出了不少家长的预期。试问这样一个有担当、执行力更强的小孩哥，谁能忍住不夸一句呢？

但把目光只停留在“孩子优秀”还不够。更值得被看见的，是背后那位“经纪人”——母亲程女士。现实中，孩子提出要用技能弥补错误时，部分家长可能容易走向两端：要么急着替孩子“摆平”，事事为孩子“兜底”；要么一味严厉，把“还债”变成惩罚性劳动。程女士的难得之处在于，她把一次意外变成一次真实的教育：让孩子承认后果、允许孩子尝试解决，同时

在旁边给出边界、节奏与安全感，自己只充当一个合格的记录者。孩子因此能学到的，是“自己犯错自己找补”。这一感悟，可比换屏费值钱得多了。

同样值得一夸的，还有小区家长们的支持。孩子“创业”能成，离不开一群“有爱且不扫兴”的大人：愿意给机会、愿意试一节课、愿意用消费表达认可，也愿意在过程中给足反馈、帮助完善。某种意义上，这是一种温暖的社区协作——不急着重压、不嘲笑“幼稚”，而是用合理的方式托住孩子的好奇心，让他在可控范围内体验规则、反馈与成长。一个孩子的勇气，常常需要一群大人的善意来护航。

说到底，这份特殊的“求职广告”之所以打动人，是因为它提供了一种更健康的教育想象：当孩子犯错时，大人不急着重压或一罚了之，而是把后果讲清楚，让孩子在真实而温暖的环境里学会担当。这样的家庭引导、这样的社区支持，或许不失为另一种“把孩子养成人”的靠谱方式。孩子的成长，是一段被允许试错、被及时纠偏、被温柔托举的路。

(原载《广州日报》)

新闻锐评

新闻漫评



网红“画马”徒步路线野路居多，风险重重。



“加速包”实为噱头，北京日前查办了全国首例平台虚假“抢票”案。