

坚定信心 鼓足干劲

——“持续增强经济回升向好态势”系列谈①

■ 本报全媒体首席评论员 邹沛

编者按：近日，江西2024年前三季度经济数据出炉，主要经济指标增速总体好于上半年，为四季度经济持续回升向好提供足够支撑。为进一步提振信心，努力完成全年经济社会发展目标任务，本版今日起推出“持续增强经济回升向好态势”系列谈，敬请关注。



近日，全国前三季度经济数据公布后，各地前三季度经济数据陆续推出。看“江西答卷”：全省地区生产总值24149.8亿元，同比增长4.7%，增速较上半年、一季度分别加快0.2个、0.7个百分点。逐季提升的增速与一系列关键指标的持续向好，传递着经济稳定向上、结

构不断向优的信号，为努力完成全年经济目标任务提供了信心。

经济发展离不开信心的支撑。认清形势、把握大势，信心才会更坚定，行动才会更有力。2024年伊始，江西就全力以赴拼经济。实施项目带动战略“十百千万”工程行动计划，出台支持制造业数字化转型的措施，推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案……一系列举措高频推出，让江西经济不仅稳住了大盘，还在稳中有进中蹚出了新路、见到了成效。

翻开数据看，今年前三季度，高技术制造业、装备制造业增加值分别增长16.7%、15.9%，比全省规模以上工业增速高8.2个、7.4个百分点；新能源汽车、智能手机、电子计算机整机产品产量同比分别增长124.0%、45.7%、38.8%……一串串可圈可点的数字、一条条令人欣慰的上扬线无不表明，江西经济韧性强、后劲足，充满活力，正向着含金量更高、驱动力更强、获得感更足的方向阔步前进。正是这样的积极变化，积蓄起动能转换、量质齐升的高质量发展势能，构筑

起江西面向未来发展的坚实底气。

事非经过不知难，成如容易却艰辛。前三季度，江西经济承压而上，展现出强大韧性和潜力。这是以习近平同志为核心的党中央准确研判形势、科学实施宏观调控的结果，是政策措施持续发力显效的结果，是全省上下齐心协力、共同奋斗的结果。成绩来之不易、弥足珍贵。我们必须加倍珍惜、努力奋进。

“有风有雨是常态，风雨兼程是状态。”虽然发展态势总体向好，但我们必须清醒地意识到，前路并非坦途，挑战依然严峻，经济回升向好的基础仍需巩固。这背后既有全球经济不确定性、不稳定性的关联影响，也有国内有效需求不足、重点领域风险隐患较多、调整阵痛正在释放等因素的掣肘。同时，我们自身在发展中也存在一些困难和问题。只有正视困难、迎难而上，铆足干劲、拼劲和韧劲，不断破解发展中的忧患与难点，才能进一步提振市场信心、改善社会预期，打造愈加坚实的发展底座。

实打实的措施才能带来实打实的信心。9月

以来，党中央集中推出一揽子增量政策，取得了积极成效。一揽子增量政策，增的不仅是数量，也是发展质量、信心体量。这是对当前经济形势的积极回应，也是对未来经济发展的长远布局。在此背景下，江西印发《关于全面落实国家一揽子增量政策推动全省经济持续回升向好的若干措施》，明确提出26条措施，为的就是积极抢抓这一政策增量带来的机遇，用足用好一揽子增量政策，更好更快释放“政策加力”带来的“增长加速”效果。

一个行动胜过一打纲领。现在距年底只有不到60天的时间。要完成全年经济社会发展目标任务，没有捷径，唯有实干。把思想和行动统一到党中央对经济形势的重大判断和对经济工作的决策部署上来，把力量和智慧汇聚到攻坚克难的火热实践中去，锚定目标、乘势而上，开足马力、加压奋进，以钉钉子精神抓紧抓实产业发展、项目建设、乡村振兴等各项工作，我们就一定能打好打赢全年经济发展的“收官之战”，确保全年各项目标任务如期完成。

六尺巷的“和”之道

■ 徐明

价值观大家谈

前不久，习近平总书记来到安徽桐城市的六尺巷，重温张吴礼让典故，察看桐城历史文化展馆，他强调：“六尺巷承载着中国古人的历史智慧，要弘扬好中华民族传统美德，相互礼让、以和为贵，解决好民生问题，化解好社会矛盾，使我们的社会更加和谐”。

六尺巷的故事，在我国流传很广。清朝康熙年间，文华殿大学士兼礼部尚书张英在桐城的家人与邻居吴家发生宅基纠纷，张家人驰书京城向张英求助。阅信之后，张英在家中题诗一首：“一纸书来只为墙，让他三尺又何妨。长城万里今犹在，不见当年秦始皇”。张家人收到回信后主动让了三尺，吴家人深为感动，也连忙让出三尺，成就了六尺巷的佳话。有人说，六尺巷是最“宽”的巷子，原因不在于它的物理宽度，而是其中蕴含了礼让和谐、仁心善邻的中华优秀传统文化。一个“和”字，让人的心灵得到净化，成为中国人推崇的处世之道。

“和”的内涵丰富，在我国各个时代、各个领域都渗透着“和”思想。比如，人际交往强调“和气致祥”，保护自然强调“和谐共生”，经商强调“和气生财”，国与国之间强调“和衷共济”“和合共生”，等等。在六尺巷的故事里，张英身居高位却不以势压人，处理邻里关系能做到谦和礼让，为当时和后世的人们树立了典范。今天的六尺巷，放眼望去，笔直的小巷，长约百米，宽2米，青砖黛瓦卵石路，墙外两旁植香樟。巷道两端立有徽式汉白玉牌

坊，一端刻着“礼让”，一端题有“懿德流芳”，向世人展现着“和”文化的博大精深和独特魅力。

“和”是智慧的体现。现实生活中，邻里之间发生齟齬，起因往往是一些鸡毛蒜皮的小事：有的贪图小便宜，逐步分割、占据公共空间；有的不顾及他人感受，随意制造噪音；面对矛盾纠纷，有的嘴上不饶人，有的得理不饶人，结果导致矛盾激化，甚至酿成悲剧。如果我们能以“和”的智慧来处理矛盾，学会换位思考、互相谅解，就能实现“事心双解”，化冲突于无形。心宽一尺，路宽一丈。心若计较，处处都有怨言；心若放宽，时时都是晴天。据说，六尺巷故事发生后，桐城民间每遇纷争，涉事双方常以一句“让他三尺又何妨”而冰释前嫌。历史和现实都提示人们，以和谐、包容、理性的态度来做人做事，于差异中求平衡、于繁复中求有序、于矛盾中求协调，“和”的智慧就会转化为和谐的氛围。

六尺巷，不仅是一处地名、一个典故，还是一种工作方法。习近平总书记在六尺巷考察时指出：“人民内部矛盾要用调解的办法解决。”充分借鉴六尺巷化解矛盾的历史智慧，我们要把讲求礼让、以和为贵的传统美德融入现代社会治理实践，建立健全人民调解机制，引导涉事双方克服浮躁心理，心平气和坐下来沟通交流，找到双方能够接受的平衡点、契合点，推动问题妥善解决，达到“邻里和睦，社区和谐”的治理效果，为营造安居乐业的和谐社会环境汇聚正能量。



多方合力锻造大国工匠

图说世事

2035年，培养造就2000名左右大国工匠、10000名左右省级工匠、50000名左右市级工匠，以培养更多大国工匠和各级工匠人才为引领，带动一流产业技术工人队伍建设。近日，中共中央、国务院发布了《关于深化产业工人队伍建设改革的意见》，

对加强产业工人队伍建设改革作出战略性、全局性决策部署。

时代发展，需要大国工匠；迈向新征程，需要大力弘扬工匠精神。各地要积极探索实践，完善职业教育制度，加快推进产教融合，拓宽技能人才成长成才通道，锻造更多大国工匠。

(朱慧卿 文/图)

观点1+1

“跟着团长打县城”做对了什么？

■ 黄仕琼

近期，山东省临沂市沂南县红嫂家乡旅游区“跟着团长打县城”沉浸式影视体验项目火爆出圈，不少网友称其为“最适合中国人的cosplay”。这个一度让景区开启限流模式的项目，究竟做对了什么？

“跟着团长打县城”项目重现电视剧《亮剑》里的经典场景，通过把景区变为“战场”、让游客变身“战士”的独特方式，使参与者身临其境地体验抗战的烽火岁月。相较于观光式旅游，“跟着团长打县城”的沉浸式旅游满足了游客日益增长的个性化、多样化需求。配上“步枪”“大刀”，穿上“军装”，跟着“团长”和“战友”一起冲锋陷阵，耳边是“文工团战士”鼓劲助威的快板声，眼前是爆破、火焰等强烈的视觉冲击……游客们在高度还原的战斗场景里，边经历、边感受、边思考，获得了仅靠参观和听讲解得不到的独特体验。

“跟着团长打县城”的沉浸式体验还让红色文化可知可感、可亲可近。“冲锋的时候真的是热血沸腾，情绪价值拉满了”“刚开始觉得好玩，后面竟然热泪盈眶，抗战胜利都是无数先辈用生命换来的”“能不能开发‘地道战’项目？我要带孩子去体验，让他牢记那段岁月”……经历了这场“战役”，许多游客真切感受到革命先烈的英勇无畏、抗战胜利的来之不易，不啻于接受了一次深刻的爱国主义教育。

紧跟时代步伐，挖掘红色文化资源，创新体验方式，精心打磨节目和场景，让游客成为“主角”，才能让红色旅游焕发新的生机和活力，才能让红色文化更好地浸润人心。当然，在开发红色旅游项目的过程中，相关方面还应防止项目过度商业化、娱乐化，避免偏离主题、失去原味，推动红色旅游持续健康发展。

别被“第三方测评”迷了眼

■ 乐兵

法治大家谈

“双11”网购促销活动正如火如荼地进行，中国消费者协会近日发布消费提示，“第三方测评”可以为消费者购物提供参考，也可能因“跑偏”变味而误导消费者，消费者应理性审视消费需求，切勿迷信“种草”流量。

近年来，电商平台迅猛发展，在给广大网民购物带来极大方便的同时，琳琅满目的商品也容易让人眼花缭乱，造成选择困难，“第三方测评”由此应运而生。所谓“第三方测评”，通常是指非官方认证的组织或个人，宣称通过自身测试、体验或引用对比专业检测结果、分析调研数据等方式，对商品的质量、设计、成分、性价比等方面进行横向或纵向比较，并将结果通过自媒体以图文、视频或直播的形式发布推广。相较于一些商家“王婆卖瓜、自卖自夸”，“第三方测

评”可以站在中立的立场，对产品作出客观评价，为消费者提供更多有价值的购买参考。而且，随着新媒体平台的蓬勃发展，凭借通俗易懂的语言表达、贴近生活的表现形式、简单直接的效果展示，“第三方测评”往往能吸引关注，帮助消费者挑选合适的商品。同时，“第三方测评”也能对企业起到一定的舆论监督作用，倒逼其重视产品质量和服务。

但是，“第三方测评”也存在一些乱象，备受市场诟病。比如，有的测评标准不清；有的“商测一体”，既当裁判员，又当运动员，甚至假测评、真带货，只说优点、不提缺点，只谈优势、忽略不足，公正性难以保证；有的“踩一捧一”，涉嫌虚假宣传和商业诋毁；等等。凡此种种，背离了为消费者提供便利的初衷，搅乱了市场、误导了消费者、助长了不正当竞争之风，亟待治理。

当务之急，要给“第三方测评”立规矩、定标准、设门

槛。相关部门要明令禁止“收费乱评”“假测评、真带货”等行为，要求营销类测评主体标明广告属性，严查打着测评旗号进行虚假宣传、商业诋毁等行为，把消费测评导入诚信、公正的轨道。同时，相关平台也应严格履行主体责任，强化日常监管，发现测评主体涉嫌失信违法问题，就要及时处理，督促“第三方测评”组织和个人严守底线、规范运作。

要完善“第三方测评”的标准和规范。相关部门或社会团体应结合市场实际情况，制定出涵盖各个领域消费品测评通用要求、测评技术方法等公平、透明、权威、统一、适用的测评标准机制，让测评行为有章可循、有标可依。消费者应理性看待“第三方测评”结果，一旦遭遇违法违规行为，要积极维权。法规保障、监管到位、消费者维权三管齐下，就能有效规范“第三方测评”，使其更好地为消费者服务。

让AI客服和人工客服无缝衔接

图说世事

近日，社交媒体上关于“转人工越来越难了”的讨论引发不少网友共鸣。AI客服常因不能准确理解用户意图和繁琐的转人工流程而备受诟病。有网友戏称AI客服“事事有回应，件件没着落”。

当前，AI客服的算法和语料库不完善，导致其在识别和应对用户的复杂提问时常常答非所问或循环回复。有的企业为

节省了人力成本，对AI客服的不足视而不见，逃避应该承担的责任。

科技发展与人文关怀不是单选题，技术进步不应以牺牲用户体验为代价。企业拥抱人工智能技术不可能一劳永逸，不能只考虑成本和效率而忽略消费者的实际需求和感受。相关企业应不断优化算法，提高AI客服的理解能力与应变能力，同时简化转人工服务的流程，让AI客服和人工客服无缝衔接。(王楠文/图)

