

# 坚持有效市场和有为政府相结合

## ——牢牢把握“十五五”时期我国发展必须遵循的重要原则⑤

■ 向贤彪

党的二十届四中全会立足“十五五”时期经济社会发展的战略全局，把“坚持有效市场和有为政府相结合”确立为必须遵循的六个重要原则之一。这既是对改革开放宝贵经验的科学总结，更是应对未来挑战、开创发展新局的关键所在。

处理好政府和市场的关系，是经济体制改革的核心问题。《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》作出明确部署：“坚持有效市场和有为政府相结合。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，构建统一、开放、竞争、有序的市场体系，建设法治经济、信用经济，打造市场化法治化国际化一流营商环境，形成既‘放得活’又‘管得好’的经济秩序。”这一重要要求为我们进一步处理好政府和市场的关系，加快构建高水平社会主义市场经济体制提供了根本遵循。

一些现实生活中发生的事情，恰恰折射出处理政府和市场关系的深层逻辑。比如，某地曾经有多家餐饮店因销售“拍黄瓜”被认定为超范围经营，被监管部门处罚。原本合规的监管行为，却在无形中给小微企业经营和群众生活带来不便。2024年以来，从国家到地方主动回应群众诉求，相继出台优化政策，对“拍黄瓜”等简单食品制售行为简化许可流程、放宽准入限制，既减轻了小型餐饮店的经营负担，又激活了微观主体活力，更便利了百姓日常生活。这一转变生动地说明处理好政府和市场的关系，既要警惕“一放就乱”的风险，更要破解“一管就死”的困局。该由市场配置的资源，必须放足放到位，让市场活力充分涌流；该由政府承担的职责，必须管好管到位，为市场运行筑牢底线。唯有如此，才能实现“放得

活”与“管得好”的有机统一，达到相得益彰、利国利民的良好效果。有效市场关键在于“有效”。市场是最稀缺的资源，超大规模市场是我国的优势所在。建设全国统一大市场，正是激活有效市场的关键举措。我们需聚焦全国统一大市场建设中的卡点、堵点问题集中攻坚，以更大力度的改革举措破除地方保护主义、市场分割等体制机制障碍，加快实现各类要素在全国范围内自由流动、高效配置，充分发挥市场规模效应和集聚效应。同时，要坚定不移维护市场公平竞争秩序，加快推进法治经济、信用经济建设，持续擦亮市场化、法治化、国际化一流营商环境金字招牌，让各类经营主体有更广阔的发展空间，让全社会创造财富的活力充分迸发。有为政府关键在于“有为”。政府越是积极作为、规范履职，各类经营主体的积极性、创造性就越能充分激发；政府行为越是边界清晰、高效透明，市场在资源配置中的决定性作用就越能充分发挥。从《全国统一大市场建设指引（试行）》的出台，到《市场准入负面清单》的五版迭代优化；从清理妨碍建设全国统一大市场和公平竞争的各种规定和做法，到持续提升宏观政策取向一致性评估工作的质量效率……近年来，各级政府始终在政策引导、清障铺路、优化服务等方面持续发力，为我国经济发展增强了韧性、注入了动力。面对“十五五”时期的发展目标和艰巨任务，各级政府更要统筹好有效市场和有为政府的关系，处理好活力与秩序的动态平衡，既在加强和优化政府监管、提升政府服务水平等方面加大力度、积极作为，也要充分尊重市场规律，坚决防止对微观主体经营活动的不当干预，不断提升政府执行力和公信力，以高效履职为高质量发展保驾护航。

性就越能充分激发；政府行为越是边界清晰、高效透明，市场在资源配置中的决定性作用就越能充分发挥。从《全国统一大市场建设指引（试行）》的出台，到《市场准入负面清单》的五版迭代优化；从清理妨碍建设全国统一大市场和公平竞争的各种规定和做法，到持续提升宏观政策取向一致性评估工作的质量效率……近年来，各级政府始终在政策引导、清障铺路、优化服务等方面持续发力，为我国经济发展增强了韧性、注入了动力。面对“十五五”时期的发展目标和艰巨任务，各级政府更要统筹好有效市场和有为政府的关系，处理好活力与秩序的动态平衡，既在加强和优化政府监管、提升政府服务水平等方面加大力度、积极作为，也要充分尊重市场规律，坚决防止对微观主体经营活动的不当干预，不断提升政府执行力和公信力，以高效履职为高质量发展保驾护航。

## 厘清“差评”与“恶评”的边界

■ 戴先任

### 热点透视

装修公司施工后，客户发现家中电视屏幕破裂，遂在社交平台上发布多条避坑图文，呼吁大家避开“无良商家”，装修公司以名誉权被侵害为由要求客户赔偿。法院判决驳回装修公司的全部诉讼请求。消费者的“差评权”，早已被法律明确赋予并予以保护。《最高人民法院关于审理名誉权案件若干问题的解释》明确规定：“消费者对生产者、经营者、销售者的产品质量或者服务质量进行批评、评论，不应当认定为侵害他人名誉权。但借机诽谤、诋毁，损害其名誉的，应当认定为侵害名誉权。”在此案中，被告的评价建立在电视损坏这一客观事实基础之上，是对服务过程中存在过

失的质疑与吐槽，并非无中生有的诽谤、诋毁，不应被认定为侵害名誉权。正如人民法院所指出的，“本案中，电视损坏发生在装修公司提供服务期间，姜某的‘不负责任’‘无良商家’等用语虽带情绪，但其发布的内容是基于自身真实消费体验和主观感受所作出的评价，并未超出合理限度和范围，不构成名誉侵权”。人民法院的判决本质上是对消费者合法“差评权”的依法守护，让消费者不必因担心法律追责而不敢表达真实感受。在市场经济中，消费者的评价是衡量商家产品质量与服务水平的重要标尺，而“差评”更是商家发现问题、改进服务的镜子。如果消费者因担心被起诉而对不良服务噤若寒蝉，商家就可能失去自我规范、自我革新的压力，市场环境也可能陷入劣币驱逐良币的困境。相反，赋予消费者

合理范围内的“差评”自由，能倒逼商家正视服务短板，以更严谨的管理、更优质的服务回应消费者期待。就像这起案件中的装修公司，若能在纠纷发生后积极排查问题、协商解决方案，或许能收获截然不同的结果。当然，“差评”自由并非毫无边界的任性评价，消费者的评价权也需在法律框架内行使。所谓“差评”与“恶评”，核心区别在于是否基于客观事实。基于真实消费体验的批评、“吐槽”，属于合理评价；无中生有、捏造事实、恶意指控，或以此要挟商家获利的“恶意差评”，则超出了合法边界，可能构成对商家名誉权的侵害，需承担相应法律责任。此前就有消费者因“恶意差评”被商家起诉并被判赔偿的案例，这恰恰说明，法律既保护消费者的正当评

价权，也绝不纵容滥用权利的行为。厘清“差评”与“恶评”的边界，既是对消费者合法权益的保护，也是对商家合法权益的维护，更是对健康消费生态的守护。对消费者而言，行使评价权时应坚守客观真实原则，避免使用侮辱、诽谤性语言，不能借机牟取不当利益。对商家而言，应增强对合理“差评”的容忍度，正视消费者的质疑与不满，通过良性沟通化解矛盾、改进服务，而非动辄以名誉侵权起诉施压，关闭与消费者互动的大门。对司法部门而言，需持续精准界定评价行为的合法边界，让合法的“差评”得到保护，让恶意的诋毁受到规制。唯有如此，才能构建起消费者与商家之间的良性博弈关系，让消费生态在法治的护航下更加健康、有序、充满活力。



评论

### 众议

## 文化的生命力在于创新

■ 刘小玲

从南昌首演到北京百场，从纽约联合国总部舞台到瑞士日内瓦世界知识产权组织总部，从悉尼歌剧院到雅典圣诞剧场，舞剧《天工开物》正以通俗的舞蹈语言，让中国古代科技智慧和中华优秀传统文化在新时代焕发出蓬勃生机。创新创造是文化的生命力。探究舞剧《天工开物》的创新密码，对于激发赣鄱文化的创新创造活力、助力江西文化强省建设，具有启示意义。锚定时代主题，深挖文化根脉，讲好中国故事。舞剧《天工开物》立足宏大的国家叙事和深厚的文化底蕴，锚定时代脉搏挖掘创作内核。该舞剧以明代科技巨著《天工开物》为蓝本，将稻作农耕、冶金锻造、制瓷烧造等古代技艺转化为具有视觉冲击力的肢体语言，将历史科技题材与当代中国的创新精神深度融合，将数字信息技术与中华优秀传统文化有机贯通，既生动再现中国古代卓越的科技成就，更高扬了中华民族的文化主体性，是推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展的成功实践。努力追求思想精深、艺术精湛、制作精良相统一。在思想上，该舞剧以宋应星六次科考失利后潜心著书、记录中国古代农业与手工业技术的人生轨迹为脉络，生动诠释了

他的创新精神和济世情怀。难能可贵的是，舞剧并未局限于个人命运的描摹，而是将主题升华至对科学探索精神、人与自然和谐共生的哲学思考，增强了作品的思想力量。在艺术上，该舞剧打破传统舞剧创作边界，细腻挖掘人物的心理内核，让故事表达更具感染力；突破时空限制，以“舞蹈+科技”“现代视听+古代科技”的融合演绎方式，实现了传统文化元素的现代表达。在制作上，该舞剧在舞美设计、音乐创作、服装造型、舞蹈编排等环节精益求精，为观众带来了很好的观赏体验。文化的生命力既在于创作的深度，也在于传播的广度。该舞剧在宣传推广上始终秉持用户思维，通过线上线下多渠道与观众持续互动，倾听反馈、回应期待，让观众从旁观者变为参与者，共同推动内容的生产与传播。树立互联网思维，形成全方位、多层次、宽领域传播格局，让舞剧的影响力突破剧场边界。“艺术是人类共通的语言。”该舞剧以“省内深耕、省外拓展、国际传播”的三级推广体系为依托，主动走出国门，为海外观众打开了解中华优秀传统文化的窗口，促进文明交流互鉴，为提升中华文明传播力影响力作出了积极贡献。

## 拓宽博物馆文创想象力

■ 关育兵

近期，多地博物馆先后开设食堂，推出创意美食。河南安阳殷墟博物馆的“甲骨文面条”、湖北省博物馆的“编钟牛肉面”、河北博物院“长信宫灯板面”等，吸引了不少游客。文物元素融入一碗面中，使游客有了别样体验，博物馆文创也步入一个更有想象力、更贴近生活的新阶段。饮食与博物馆的联姻堪称一次美妙的文化结合。它将凝固于展柜的千年文明，转化为可品尝、可感知、可分享的生活体验。比如，“长信宫灯板面”里用蛋壳复刻的“中华第一灯”，其精巧设计体现着西汉的环保智慧，当游客品尝时，古代匠人的巧思便以最真切的方式被理解、被记住。饮食作为一种通用语言和记忆载体，使文化传承从被动的视觉观瞻，升华为主动的、多感官参与的沉浸式对话，有效拓展了博物馆教育的广度与深度。这版“文物+美食”的风潮还打开了博物馆文创的思路。以前提起文创，大家想到的多是摆件、笔记本这类静态产品，而现在文创的触角延伸到了最有烟火气、最容易传播的饮食领域。比如，湖南省博物馆把文物纹样、器型等授权给文化、餐饮机构，让文物元素与甜品、菜肴相互融合，受到消费者好评，其中，“淘气小狸猫”巧克力慕斯

的灵感就来自“君幸食”漆盘中的狸猫纹样，做成了3D立体的样子，仿佛小狸猫从古老的图案里跳了出来，活灵活现，甚至让人舍不得品尝。博物馆文创应拥抱一个更为广阔的世界。其边界之宽广，在于载体形式的无限可能，从实物到数字体验，从静观到动态参与，均可囊括其中；其内涵之丰富，在于它不仅是文化商品的开发，更是要搭建一种连接古今的生活美学，让千年文明滋养当下的生活、慰藉现代人的心灵；其使命之深远，就是要让那些藏在博物馆里的文物、散落在大地上的文化遗产，真正火起来，融入我们日常的生活住行，成为能一直延续下去的文化脉络。人们在博物馆里吃着一碗“编钟牛肉面”聆听历史的回响，或品尝“甲骨文面条”触摸文字的起源，其实都是在参与一场跨越千年的文明对话。这缕从历史深处飘来的烟火气，带着独有的温度和味道，为我们架起了一座连接过去与现在的桥梁。文化传承不再是严肃的口号，而是藏在每一口品尝里的生命力。博物馆的这场文创探索，正用一道道色香味俱全的美食，为“何以中国”这个宏大的命题，写下生动又鲜活的当代答案。

### 感悟

## 生活远比流行语辽阔

■ 王军荣

近日，《咬文嚼字》编辑部发布2025年十大流行语，“韧性”位居榜首，“具身智能”“苏超”“赛博对账”也高票入选，说明这一年度的社会热点，都得到了广泛关注。一年一度的流行语盘点，总能拨动大众的心弦。这些凝练的词汇恰似时代的速写笔，精准捕捉着当下社会的情绪脉搏，勾勒出集体心境的轮廓。它们曾被无数人脱口而出，成为连接你我心意的语言纽带，让散落在不同角落的人们，能借着寥寥数语，触碰彼此共通的时代感受。诚然，十大流行语描摹出了年度社会图景的一抹底色，但究其本质，流行语大多是对集体经验的浓缩与简化。受限于“十大”的数量边界与评选标尺，诸多同样在坊间流转、映照生活的词语未能跻身榜单，而且即便将流行语悉数收纳，也无法丈量每一个个体独有的生活轨迹。真正的日常生活，从来不是几个流行语就能勾勒完整的。每个人的生活轨迹各有不同，能概括其日常的词汇也千差万别。那些构成生命本真质地的，可能是无数细碎、具体，甚至无法被命名的瞬间。它们没有爆点，不具话题性，却在日复一日中构成了生活最真实的样子。流行语或许能概括我们共同经历了什么，却难以描摹如何感受、如何爱人、如何在平凡里咬牙坚持的个体心境。更何况，并非所有流行语都能与个体生活产生共鸣。有人对“谷子”这类流行语感到陌生，却依然循着自己的节奏与喜好认真生活。每个普通人都在属于自己的境遇里，以独有的韧性支撑着日常，书写着自己的生活篇章。面对年度流行语，我们不妨多一份清醒与淡定，既欣赏其捕捉时代情绪的敏锐，也不盲从、不附会，更不必强求自己与热词“绑定”。真正读懂生活，从来不是记住几个热词那么简单，而是愿意俯身走进那些未被命名的生活角落，倾听那些未曾被转发的心声，珍视那些无法被简化的细腻情感，因为生活远比流行语辽阔。



大字吸睛



小字埋雷

## “小字陷阱”广告乱象该休矣

### 图说世事

手机产品“逆光之王”的广告语下，藏着“逆光之王是产品设计目标”的小字注解；汽车标榜“2200MPa超强钢”，注解则称“超强钢指材质项目名称”……近期，不少品牌商品广告中的“小字陷阱”频频引发消费者“吐槽”。“大字吸睛、小字埋雷”的广告乱象源于商家逐利心理以及对消费者认知习惯的利用，不仅直接侵害消费者知情权、诱导冲动消费并增加维权难度，还破坏市场公平竞争秩序、透支品牌与行业信誉。隐藏标注的小字不能成为商家免责的挡箭牌，须通过完善广告标注硬性标准、强化技术化监管与处罚力度，督促企业建立广告审核机制、强化合规自律，畅通消费者维权与社会监督渠道，多方协同破解营销陷阱，切实维护市场秩序与消费者合法权益。（朱慧卿 文图）