

提高政治站位 决胜脱贫攻坚

□ 陈发明

前不久，中央脱贫攻坚专项巡视反馈情况向社会公布。在这份涉及26个地方、单位脱贫攻坚工作的“体检”报告单中，由巡视组发现和干部群众反映的问题不少。其中，有两个“通病”：一是学习习近平总书记关于扶贫工作重要论述不够深入；二是对中央脱贫攻坚决策部署落实不够到位。这两个“通病”其实是一个“病因”——政治站位不高。

习近平总书记关于扶贫工作的重要论述是在长期实践中逐步形成的重要思想体系，既有深邃的理论内涵，也有鲜活的工作思路和方法，并随着脱贫攻坚的推进不断丰富，是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分，也是我国打赢脱贫攻坚战的行动指南。

各地在脱贫攻坚中，如果浅尝辄止，或者学而不思，就会跑偏方向。比如，有的地方没有做到深刻理解内涵，就急于求成、求快，仍然用“大水漫灌”方式扶贫，一味送钱、送物、送股份、送贷款上门，让贫困户滋生了“等着政府送小康”的心理，看起来工作做了不少，但却造成返贫率高，导致扶贫难度越来越大。正所谓“磨刀不误砍柴工”，让科学的理论和方法指导实践，真正地结合实际“学懂弄通”后，才能在“做实”脱贫工作的时候事半功倍。

《经济日报》发表评论认为，打赢一场攻坚战，不仅要有指导思想来定目标、定方向、定战略，还要制定详细的作战方案来推进实施。中央关于脱贫攻坚的决策部署便是打赢脱贫攻坚战的具体战术图。但是，

针对这些突出问题，中央巡视组已经开出整改“药方”。能不能“药到病除”，还要看各地、各单位是否提高政治站位，不折不扣“照方抓药”。“落实脱贫攻坚过程中各类监督检查发现问题整改任务”等“四个落实”情况，本来就是此次扶贫专项巡视的重点之一，如有心存侥幸者，想在整改时蒙混过关，自有下轮巡视利剑高悬等待。

打赢脱贫攻坚战还有不到两年的时间，已经进入倒计时阶段，但“亡羊补牢”的时间还有。更何况，如果思想根源上的问题不解决，攻坚克难恐怕就是一句空谈。此役能否决战决胜，脱贫成果到底牢靠不牢靠，人民群众到底满意不满意，历史检验到底过关不过关，广大干部的政治责任和政治担当是根本保障。



后果严重 朱慧卿 作(新华社发)

微言堂

多方发力纾解公众“恶补式旅游”

□ 杨玉龙

据报道，春节黄金周，很多人在家吃罢团圆饭，都选择举家出游。国内很多景点在正月初一后迎来了客流高峰，知名景区更是人山人海。为确保安全，有些景区暂停售票，并提示游客错峰游玩。

国内多个景区出现游客饱和，周边酒店坐地起价依旧预订爆满、一房难求，这样的旅游体验难免让游客不舒服。因此，游园“限流模式”有其必要性，一则景区承受能力有限，二则景区的安全不能不考虑，三则也是为了游客体验。同时，“限流模式”也是一种无奈，虽可以纾解景区的压力，却也会给游客带来不便。因而，面对扎堆休假与

“恶补式旅游”，无论是“限流模式”，还是高速公路免费通行政策，都不是治本之策。

假期旅游看人海，恰恰反映出人们休闲时间的宝贵。国庆与春节两个黄金周，对于国人而言相当宝贵，往往形成“恶补式旅游”。

纾解公众“恶补式旅游”，还须在法律落实上再给力，在相关配套措施上再给力。要让劳动者真正享受到休假权，相关法律法规的有力实施是基础。以带薪休假难为例，一方面，用人单位应履行好法定责任，劳动保障监察部门应强化带薪休假日常执法检查；另一方面，应积极倡导和鼓励错峰休假、弹性作息，赋予劳动者更多休息娱乐的机会。

车企数字化转型要用好并购手段

□ 李东红 徐亚丁

自中国宣布进一步扩大开放的一系列新举措以来，放宽外资在华汽车行业股比限制等新政相继落地。面对即将到来的汽车业全面开放和竞争，中国车企应抓住政策过渡期，通过快速的转型升级和技术创新，尽快实现突破。并购同类产业中的技术先进企业，从外部获取战略资源和核心能力，成为传统车企快速获得所需创新资源的最佳途径。

事实上，汽车技术尤其是关键、核心技术落后是中国汽车业处于全球二流水平的根本原因。面对全面开放和市场化竞争压力，中国车企必须要通过技术创新，尤其是颠覆性创新，迅速提升产品和服务质量。

然而，技术的积累和创新的突破很难一蹴而就，并购同类产业中的技术先进企业，从外部获取战略资源和核心能力，成为传统车企快速获得所需创新资源的最佳途径。

在全新数字技术驱动下，智能网联汽车领域涌现了一大批技术驱动型初创公司。这些初创企业掌握着新技术、新模式和新思维，有可能为传统车企提供其不具备的技术能力、人才组织和文化，从而满足中国汽车产业数字化转型的需求。

对于中国汽车产业而言，如果能够很好地运用并购手段，将有利于缩小与传统车企巨头在技术创新方面的差距，在智能网联汽车这一全新跑道上展开追赶和竞争。

APP 收集信息应有认证标准

□ 余 颖

近日，中央网信办、工信部、公安部、国家市场监管总局联合宣布，将于2019年1月~12月在全国范围内针对消费者集中反映的APP强制授权、过度授权、超范围收集个人信息等突出问题，组织开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理。

APP强制授权、越界收集用户隐私，已经成为移动互联网时代的“老大难”问题。众多APP胆大妄为，有企业逐利天性的因素，也有机制不健全的客观原因，因为目前我国对APP究竟能收集哪些信息并没有具体规定。

因此，遏制APP违法违规收集个人信息的乱象，首先需要有关部门综合考虑当前APP隐私保护方面的严峻形势，加

强隐私保护立法，落实具体措施，提高立法立规水平，为消费者个人信息安全提供更好的法律和制度保护，也让治理有法可依。

同时，建议相关部门建立APP个人信息安全认证制度，按照APP运营商自愿申请的原则，由具备资质的认证机构，依据相关国家标准，对APP收集、存储、传输、处理、使用个人信息等活动作出评价。对合法合规、措施得当的企业，可以颁发安全认证证书并允许使用认证标识。

对于广大消费者，相关部门应开通申诉渠道，进一步完善消费者个人信息安全问题的投诉举报制度，强化部门沟通合作，严肃查处侵害消费者合法权益的典型问题，提高APP应用商店及APP开发管理者的诚信守法意识。

找准新旧动能转换的“跑道”

□ 江 南

淘汰落后产能、搬迁关停企业，浙江杭州拱墅区腾出一片3.4平方公里的“黄金宝地”，被不少开发商“盯”着。据估算，这块地能给拱墅区带来200多亿元土地出让金收益。但是，最终这块地没有用来开发房地产，而是调整为创新型产业用地。拱墅区不光拿不到土地出让金，还要“倒贴”100多亿元，投入公共设施等建设。

这一进一出的落差有数百亿元，有人觉得拱墅区“亏大了”。2018年12月下旬，在这一地块上建设的智慧网谷数字经济小镇，迎来重点项目集中开工仪式，也让外界更加关注拱墅区这笔投入产出账，究竟是不是“划得来”。

拱墅区是杭州的老工业基地，曾占杭州主城区60%的工业产值、2/3的燃煤用量。近10年来，原来的钢铁厂、化工厂等，该搬迁的搬迁，该关停的关停，该转型的转型，累计搬迁516家工业企业。

拱墅区此次拿出“腾笼”的主城区土地建设智慧网谷，确实不容易。但换个角度看，如能通过打造新的产业平台、拓展新的发展空间，全力引进行业龙头企业，全力发展数字经济，为经济

长远发展打实基础，这次“倒贴”就非常值得了。

《人民日报》发表评论认为，淘汰落后产能，腾出“笼子”，这只是经济结构调整和发展方式转变迈出的第一步。接下来，更关键的是要看腾出的“笼子”里，是不是能引进、培育“吃得少、飞得高”的“俊鸟”。

应该说，面对经济运行的稳中有变、变中有忧，要着眼长远，确实可能会有压力。不过，推动高质量发展，更需要保持战略定力，坚定不移贯彻落实新发展理念。一些地方以往过度依赖房地产的经济结构，或许能让数字一时鲜亮，但“虚火”一过，难免被打回原形。只有在新旧动能转换、经济提质增效的路上找准“跑道”，构建更高层次、更有质量的现代化经济体系，才有可能为经济发展行稳致远打实基础。

拱墅区的选择也启示我们，要做好传统产业与新兴产业统筹协调、实体经济与数字经济相融合的辩证题。如果说实体经济是发展之基，科技创新则是战略支撑。深入实施创新驱动发展战略，传统产业改造提升和新兴产业培育齐头并进，才有可能实现经济发展的质量变革、效率变革、动力变革。



依法保护信息 王 鹏 作(新华社发)

创业公司“涸泽而渔”不可取

□ 祝 伟

近日，多家外卖平台宣布提高商户服务费率，引起业内广泛关注。据报道，美团外卖将服务费率由15%上调至22%，口碑在3年免佣金政策后开始对商家收取费用，饿了么也大幅上调商家服务费率。这次服务费率集体上调，引发了一系列连锁反应，有的商家对终端产品提价，将成本转嫁到消费者身上，还有一些商家不堪重负，黯然退出了线上业务。

过去几年，互联网创业之风劲吹，外卖餐饮市场发展迅猛，伴随着资本的大举进入，在线外卖平台也遍地开花。“平台跑马圈地、商家争相上船、用户捡钱狂欢”，曾是在线外卖行业诞生之初的生动写照。然而，在经历了多年高速增长之后，行业红利的消退和消费场景的变化，让曾经风光无限的外卖

平台面临来自市场和消费者的双重挑战。最近沸沸扬扬的服务费率上调问题，正是这一系列挑战的最新注脚。

有关研究机构发布的数据显示，当前在线订餐市场规模和用户人数增长已连续4年出现下降，其中，市场增速由2014年的71%锐减至18%，用户增速则从51%下降至15%。同时，这些年人力、物价成本提升，也推高了平台的运营成本。对许多外卖平台来说，眼下最现实的问题是如何在行业的“寒冬里”活下去。

从公开的财务数据看，对入驻商家抽成、收取服务费是当前外卖平台的主要收入来源。因此，此次多家平台同时上调服务费率，可以说是该行业应对成本压力、改善营利状况的一场“集体自救”。对于平台来说，这是一种正常的市场行为，本身无可厚非，也确实有助于改善自身的短期营利状

况。但要从根本上扭转行业颓势，重回稳健增长的轨道，上调服务费率并非长远之策。

回顾互联网经济的发展历程，这样的教训可谓屡鉴不远。互联网商业模式的优势是低成本，以至于几乎所有的创业公司拿到融资后，首先考虑的就是争抢用户，希望以规模化吞并对手。而要做到这一点，最直接的办法就是发放优惠补贴，或者提供免费服务。

但是，随着用户不断增长，线上消费习惯的建立，以及许多基于互联网的服务成为不可或缺的生活应用场景，一些企业在取得垄断的市场地位之后，不仅取消了优惠补贴或者免费服务，后期形成的价格还较互联网介入前高出许多。这样的行为迫使消费者重回线下市场，最终导致一大批互联网创业公司在“寒冬里”纷纷倒闭。

《经济日报》发表评论认

经济评论