

打造市场化法治化国际化一流营商环境

□ 张 坤

营商环境直接关乎一个国家或地区的经济活力、创新动力和国际吸引力。我国经济已从高速增长阶段进入高质量发展阶段,对经济运行质量、效率和动力提出了更高要求。目前,限制经营主体活力释放的主要因素包括隐性壁垒、不规范执法行为和与国际规则不完全接轨的服务体系,无形中加大了企业运营成本与不确定性,降低了投资信心和创新热情。因此,系统解决这些问题,构建真正有利于各种所有制企业公平竞争、蓬勃发展的制度环境显得十分必要。基于此,本文围绕建设市场化、法治化、国际化一流营商环境进行探索,提出有针对性的、可操作的改进路径和策略,以期为营商环境持续改善、促进社会生产力发展提供有益思考。

厘清市场要素配置 破除各类隐性壁垒

创建一流的营商环境,首先要对影响要素自由流动的地方性法规、规范性文件、内部操作细则等进行清理和修订。这就需要对经营主体准入、生产经营、招标投标、政府采购等重要环节的现行规则进行集中审查,重点梳理并废除以所有制类型、企业规模或地域来源为由而设置的差别化、歧视性的条款。审查过程要搭建公开透明的反馈渠道,充分吸纳各方经营主体,尤其是中小企业、新业态经营者的真实意愿,确保规则清理具有全面性、针对性。在此基础上,要建立全国统一的市场准入负面清单动态调整机制,保证清单以外的所有领域和行业都依法平等地向所有资本开放,保障各类经营主体的权利平等、机会平等、规则平等。

破除制度性壁垒的同时,还需完善竞争中性、信息公开的要素获取环境,推进要素市场化配置改革,深化对土地、人力、金融、创新及数据

等关键要素的市场化配置改革。以土地要素为例,可探索长期租赁、先租后让与弹性年期供应等多元化工业用地供给方式,有效降低企业初始用地成本;同时,应建立产业用地类型间的灵活转换机制,切实提高土地利用效率。劳动力要素方面,打破户籍、地域、身份等制约人才流动的壁垒,健全技术技能评价体系,畅通职业发展通道。资本要素方面,应着力构建多元化的资本结构体系,拓宽直接融资渠道,推进地方金融机构的规范化运营与可持续发展,提高对中小微企业的信贷可获得性。技术要素方面,则要健全职务科技成果产权制度,完善知识产权评估和交易机制。数据要素方面,要保证安全与隐私,在此基础上探索建立数据产权界定、流通交易、收益分配等基本制度,促进数据资源的合规高效利用。这些措施的落实,有助于减少要素获得的制度性交易成本,让市场在资源配置中发挥决定性作用,更好发挥政府作用。

规范执法司法行为 筑牢权益保障底线

规范执法行为的关键是实行标准化和精细化监管,全面推行行政执法量权基准制度,将法律法规中有裁量幅度的行政处罚、行政许可、行政强制等条款进行细化量化,并向社会公布。大力推行“双随机、一公开”监管同信用监管的深度融合,依照经营主体信用风险等级,差别化、精准化地安排检查频次和监管手段,降低对守法诚信企业的影响。对新技术、新产业、新业态、新模式,探索实行包容审慎的监管政策,在守住安全底线的基础上设置合理的观察期和容错机制,为其成长留出空间。应严格遵循行政执法公示、全过程记录及重大执法决定法制审核这三项核心制度,充分运用信息化手段对执法活动的关键环节进行

精细化动态监管,从源头上防止随意执法、选择性执法。在司法环节,建立商事案件审判机制,实行繁简分流制度,推进小额诉讼程序的完善工作,减少商事纠纷诉讼费和诉讼时间。同时,创建知识产权法庭、金融法庭等专门的审判机构,提升对繁杂商事案件的处理水平。在司法执行环节,建立解决执行长效机制,加强网络查控系统和联合信用惩戒体系的联动作用,保证胜诉当事人合法权益及时实现。此外,还应健全破产法律制度,拓宽经营主体的挽救途径和退出通道,实行破产案件简易程序审理程序,提高破产审判效率。为使各类经营主体获得平等的法律保护,必须严格落实防止干预司法“三个规定”,通过健全和完善司法责任制,保证法官独立公正行使审判权。依靠司法活动的规范化、专业化、高效化,稳定经营主体的长期预期,使其安心经营、放心投资。

提升服务供给质效 衔接国际通行规则

在服务流程方面,实行“一网通办”“一窗受理”,打通部门壁垒,促进跨层级、跨地域、跨系统、跨领域、跨职能的数据互通与业务协同,实现政务数据的深度融合与流程再造。具体而言,应依托企业从设立到注销的全生命周期,整合关联事项,推出更多的“一件事一次办”主题集成服务;通过持续削减各类证明事项,推行告知承诺制,最大程度缩减企业办事所须提交的材料和往返次数。同时,需形成常态化政企沟通机制,包括企业家座谈会、营商环境监测点等形式,对企业的合理诉求和困难及时回应、加以解决。政务服务效能的评价权应交由经营主体来行使,以企业满意度为标准构建营商环境评价体系,将评价结果当作改进工作的依据,实现“评价一反馈一改进一提升”的良性循环。

在服务标准衔接方面,主动研究并借鉴世界银行新版营商环境评价体系(B-READY)以及其它国际高标准经贸规则的主要内容,重点在知识产权保护、跨境贸易便利化、争端解决机制等方面加强改革力度。在知识产权保护方面,健全行政执法和司法保护相衔接的机制,加大侵权行为的惩罚性赔偿力度,为企业提供快速审查、快速确权、快速维权的一站式服务。在跨境贸易便利化方面,加大国际贸易“单一窗口”的建设力度,推进口岸监管部门之间的信息互认、监管互认、执法互助,以缩短进出口环节的合规时间与成本。在争端解决方面,则要积极发展国际商事仲裁和调解机构,支持引进国际知名仲裁机构,健全涉外法律服务体系,为企业提供多元化、国际化的纠纷解决途径。此外,要重视培养和引进懂国际规则、会外语、懂法律的专业人才,为经营主体提供高水平的国际化商务法律服务,提高经营主体对国际化营商环境的适应能力与竞争力。

打造市场化、法治化、国际化一流营商环境是项复杂的系统工程,需从要素配置、权益保障、服务对接三个方面共同推进。从系统性消除隐性壁垒、严格规范执法司法、积极衔接国际规则等方面实质性降低制度成本,稳定市场预期,调动社会各方面创新创造的积极性。随着数字技术的深入应用以及全球治理体系的演变,未来,改善营商环境要更加重视智能化监管和服务、更高水平的制度型开放,在绿色低碳、包容性发展等新领域探索出新规则和新标准,契合新需求。

【作者系中共锦州市委党校副教授;本文系辽宁省地区2026年度辽宁省委党校系统决策咨询课题:《关于打造市场化法治化国际化一流营商环境研究》(编号:2026KTSJ26)阶段性研究成果】

□ 滕艳娇

习近平总书记明确指出,“十五五”时期,必须把因地制宜发展新质生产力摆在更加突出的战略位置。这一重要论述,为我国经济高质量发展指明了方向,提供了遵循。人工智能作为引领新一轮科技革命和产业变革的核心驱动力,是发展新质生产力的重要引擎,更是打通企业产品供给与顾客需求对接堵点、赋能企业提质增效的关键抓手。当前,新疆依托特色资源禀赋,企业发展势头良好,但在供需对接层面仍面临需求洞察不精准、产品适配性不足、品牌影响力有限等短板,制约了其高质量发展步伐。企业作为经济社会构成的重要微观主体,发展的核心在于产品与市场需求的紧密契合。立足新疆实际,以人工智能赋能企业营销全链条,助力供需有效对接,推动生产运营模式现代化、智能化,不仅是顺应新质生产力发展规律的必然选择,更是新疆企业提升竞争力,实现可持续发展的重要路径。

人工智能赋能需求挖掘 精准定位

需求是企业开展营销活动的起点,需求调研与分析则是企业营销策略制定的基本前提。传统调研方式耗时长、成本高,数据易受人为因素影响,结果存在偏差。人工智能能够快速进行数据挖掘与获取,并开展多类型数据分析,包括传统数据分析方法中不易分析的消费者个性化行为、文本、视频等非结构化数据,进而精准掌握顾客需求。同时,人工智能调研还具备速度快、准确率高的特点。

新疆企业可基于自身经营范围与特色品类,借助人工智能算法在电商平台、社交媒体、本地生活平台等多种渠道的数据抓取能力,定向挖掘企业经营产品品类的消费数据,梳理客户消费频次、偏好倾向、价格敏感度等需求状态,精准预判潜在消费诉求与市场趋势。同时,利用数据建模为不同客群绘制精准用户画像,并进行市场细分,清晰界定不同客户群体对特色农产品、棉纺产品、旅游产品等产品的差异化需求,为后续产品研发、定制化供给提供精准依据,从源头规避盲目生产风险,筑牢供需高效对接的基础。

人工智能赋能产品设计 效率提升

产品是企业满足顾客需求的具体载体。棉花和纺织服装产业既是新疆的优势产业,又是特色产业集群之一。目前在新疆纺织产业中,以棉花种植为主的上游产业发展成熟,以纺纱和织造为核心的中游产业持续扩张,但以印染和制衣为主的下游产业仍不具规模,同时存在产品品种单一、同质化竞争普遍、产品设计研发处于萌芽期等短板。

利用人工智能提升服装企业产品设计能力,既是对纺织产业链的有效补足,更能够激发企业发展内生动力,提升企业竞争力,破除同质化竞争困局。可依托“衣问”“衣影”“iMuse”“VALI”等垂直服装AI设计平台,以人机协同的创新模式,深度参与面料与图案设计、成衣设计、成衣虚拟展示及陈列空间设计预览等全流程,既能有效提升企业研发设计能力,又能大幅缩短设计周期,降低研发试错成本,契合服装市场需求多元化且变化迅速的特点。还可基于AI生成的多种设计进行“无实物预售”,对产品设计进行市场投放测试,最终仅对数据表现理想的款式进行量产,降低企业库存积压风险。

人工智能赋能品牌传播 降本增效

品牌传播是刺激顾客需求转化为购买行为的重要驱动力。生成式人工智能作为营销生产力的革新力量,能为企业在提高创意设计、增强

内容生产效率、丰富传播方式等方面给予助力。新疆企业多为中小微企业,资源有限,品牌影响力不足。基于人工智能进行品牌传播,是其实现低成本高效率提升品牌影响力的有效途径。

在内容生产方面,企业可依托AI工具生成适合不同场景传播的多类营销内容,涵盖品牌文案、产品宣传图、短视频、直播脚本等多元化营销内容。同时,融入民族文化元素与地域特色,让内容兼具商业属性与文化认同感。

在传播形式方面,基于大数据用户画像结果,有针对性地投放传播内容,增强受众对传播内容的关注度,提升传播效果。企业还可构建数字代言人,利用AI技术实现“千人千面”的个性化沟通,让品牌传播从“单向输出”变为企业与顾客之间的“双向奔赴”。

在运营成本与效率方面,企业可利用人工智能开展采编、排版分发、流量投放等工作,有效缩减品牌传播的人力、时间与物料等多维成本。同时依托AI开展传播数据分析,实时优化投放策略与内容方向,精准把控营销投入产出比,实现品牌传播全流程降本提质、增效赋能。

人工智能赋能渠道建设 畅通供需

渠道是顾客完成消费行为的重要通道,更是企业与顾客之间搭建信任、实现价值传递的桥梁。新疆企业地处边疆,与内地市场距离较远,线下渠道建设面临成本高、覆盖范围有限、拓展难度大等现实困境,而人工智能技术为线上渠道深度建设提供了突破口,让顾客在线上也能实现“眼见为实”,增强消费者的信任与信心。

企业可依托AI技术构建商品3D模型、虚拟货场,融合AR、VR等技术打造多感官交互的沉浸式购物体验。如对于特色林果产业,消费者可通过VR技术“走进”果园,直观感受果品生长环境,甚至模拟采摘过程;对于纺织服装等品类,虚拟试穿功能可辅助消费者作出购买决策,有效降低消费预期偏差风险,提升线上购物体验。

同时,企业可借助AI优化物流管理体系,保证顾客收货时效。通过智能算法精准规划运输路线、合理调配仓储资源、实时追踪物流轨迹,在复杂地域环境下保障货品配送时效,让产品高效触达全国消费者,筑牢供需对接的渠道根基。

人工智能赋能客户服务 周到满意

服务作为无形的产品,是提升顾客满意的有力抓手。对于新疆企业而言,优质服务既能弥补地域距离带来的沟通隔阂,更能强化品牌口碑。人工智能则能够辅助实现服务质量与客户体验的双重提升。企业可将人工智能深度融入售前、售中、售后全服务场景,构建智能化服务体系。

一是搭建智能化客服系统或企业智能体,依托自然语言交互技术,在售前为顾客精准推荐适配的产品,售中协助解答选品、物流等疑问,售后高效处理退换货、使用咨询等事宜,以7×24小时不间断响应、稳定高效的服务质量,破解传统人工客服人力不足、响应滞后的痛点。二是运用数字人开展直播服务,结合产品属性与顾客需求,与客户进行个性化互动,实时答疑解惑、辅助决策,既降低企业对主播个体的依赖、控制运营成本,又能通过数字人的标准化形象强化品牌认知。

三是借助人工智能分析用户反馈数据,深度挖掘产品使用、服务体验等维度的痛点与建议,反向推动产品优化与服务流程迭代,形成“服务一反馈一优化”的闭环,持续提升客户满意度与品牌认可度,为企业长期发展奠定坚实客户基础。

(作者单位:新疆科技学院)

□ 李菲菲

道德作为一种社会意识形式,依靠信念、习惯、传统和教育等方式参与到社会文明建设中。随着网络空间在现实社会关系中的逐步延伸,道德的作用场域也随之扩展。网络社会的虚拟性、匿名性等特征,削弱网络道德的约束力,也影响网络道德判断力与选择力。道德判断力与选择力以道德教育与道德修养为支撑。因此,网络道德教育是塑造公众的精神面貌、思想觉悟与道德情操、伦理责任的重要方式。随着网络道德场域的复杂化,加强道德领域治理协同力度,是应对技术伦理失序的必然选择。

网络空间公共性的道德秩序要求

网络空间作为现实空间的延伸领域,是人们学习、生活、交往的重要组成部分。网络公共空间引发网络道德问题,需要网络道德维护秩序。网络道德秩序的构建既是维护公共利益的内在规定,也是保障多元主体协调发展的基石。

互联网是信息传播渠道,也是公众参与社会交往、表达价值诉求的核心场域。为维护网络主体的基本利益和诉求,网络道德教育具有现实必然性。网络道德教育是网络文明建设的重要内容,引领规范全域网络空间秩序。网络道德教育通过规范人的行为,在社会公共领域发挥广泛的约束作用。网络道德教育广泛约束性决定了网络道德秩序的建立离不开各主体间互惠合作的规范性系统。这一规范性系统的构建,需要政府、平台、社会组织、网络公民等多元主体的协作参与。

然而,网络道德主体性的弱化,增加了网络道德教育难度。道德教育需要把握主体自身的特殊性,即道德教育主体与客体间互为条件。当前,数字网络发展虽然为网络道

德秩序提供支撑,但也造成了网络道德主体功能弱化的问题,影响网络道德协同治理效果。例如,网络治理专业人才短缺造成网络治理不足的风险;部分教师因技术应用能力提升速度落后于数字素养的需求速度,造成教师话语权正面临不断被消解的风险;家庭作为道德秩序建立的基础场景,面临技术使用悖论风险;互联网企业在追求利益中相对忽视社会责任的风险;普通网民由于公众缺乏专业技能、社会资源有限等因素,造成难以有效参与到深层次网络治理中的风险。面对日益复杂的网络道德问题,亟需运用系统思维维护网络道德空间秩序。

网络空间虚拟性的道德他律要求

网络道德的约束力在网络匿名下的影响力逐渐被减弱。网络空间的虚拟性虽赋予个体表达自由,但也容易导致线上线下的身份割裂,使网络主体陷入“数字人格”与“现实人格”的冲突,造成个体身份的符号化。

虚拟性的网络空间放大了人性的弱点,弱化了网络公民的道德自律能力。道德作为一种规范,既是社会对个体的外在约束,也是主体的内在自我要求,以他律性和自律性的形式表现出来。网络空间看似虚拟,实则扎根于现实社会的土壤。网络空间同现实社会一样,既要提倡自由,也要保持秩序。自由是秩序的目的,秩序是自由的保障。因此,若要求网民主动承担道德义务、道德责任,坚守良心与德性,网络空间需遵守社会道德规范。网络空间道德秩序本质是现实社会公序良俗的延展,道德自律与道德他律共同起作用的结果。因此,网络道德教育的协同治理并非是对自由的限制,而是对自由的捍卫。只有在他律的保障下,网络自由才能真正推动文明的进步。

网络道德虚拟性造成道德教育

主体的去责任化风险。道德作为一种特殊的行为规范,其约束力不具有强制性,主要依靠社会舆论、传统习俗、内心信念来维持。道德约束力依赖于道德主体对道德规范的认同与内化,实现从他律到自律的转变。脱离了现实环境,道德规范的约束力会随之受到影响。道德主体受道德规范约束过程也是道德主体的客体性表现。网络空间的虚拟性、匿名性使道德客体脱离现实社会的身份约束开展活动,进而弱化了现实社会的道德约束力。网民作为道德客体,在网络空间中处于匿名的、非熟人的环境下,缺少了现实社会舆论的道德监督。

可见,网络道德既要遵守传统道德的要求,又要兼具数字化生存规范下的新型行为准则。相较于现实社会而言,网络道德健康环境的维护对人们的道德自律性要求更高。网络道德约束的自主性增加,加大了网络道德客体的去责任化风险,进而引发协同治理难度。在网络空间中,道德自律低的人极可能出现恶搞、低俗、网络暴力等明显违背公序良俗等行为,却游走于道德与法律的灰色地带。因此,网络道德约束的弱化会影响网络道德教育主体间的协同合作。

网络空间多元性的共治要求

网络是现实社会的空间延伸。网络道德困境,不仅扰乱网络空间秩序,也削弱着现实空间的道德影响力。网络道德困境是人的道德弱化在网络空间中的反映。因此,破解网络道德困境,需整合多元主体力量,共同承担治理责任。

网络空间形成了以涵盖技术开发者、平台运营者、网民、社会组织、政府监管部门等多元主体的交往关系。这种多元交往关系容易引发道德责任分散、伦理标准模糊等问题。因此,网络主体也应承担起道德

责任。另外,网络道德问题的复杂性与经济、政治、文化、社会等因素关系密切。从经济层面来看,恩格斯指出,“人们自觉地或不自觉地,归根到底总是从他们阶级地位所依据的实际关系中——从他们进行生产和交换的经济关系中,获得自己的伦理观念”。从文化层面来看,“文以明道”“文以载道”体现了文化对道德的导向作用。落后、低俗的文艺作品也容易传递不健康的道德观念。因此,为了建立和平、安全、有秩序的人际交往环境,网络空间亟需通过网络道德教育的协同治理整合各方力量。

网络空间的多元性引发网络道德教育分众化不足的风险。当前,网络道德教育内容存在群体适配的缺陷,本质上是网络道德教育供给滞后于社会结构深度转型过程中引发的群体分化。随着城乡差异、教育背景分层及职业类型多元化等现实因素影响,不同群体的认知框架与价值取向日益呈现多元性。网络空间技术进一步加剧了这种分化。一方面,算法推荐下的信息茧房固化了人的认知偏见;另一方面,数字鸿沟引发的信息获取能力差异造成群体差异。因此,在网络空间的大舆论场下,如果继续保持道德教育内容的无差异性,将难以反映多元群体诉求,难以有效解决网络道德问题,进而削弱网络道德教育的协同治理效能。因此,需要了解不同群体的多元需求,进而有针对性地开展网络道德教育。例如,在培育社会主义核心价值观的基础上,可针对从事科研活动的群体加强学术诚信教育、科技伦理教育;城乡群体之间需要从弥合城乡网络素养鸿沟上下功夫,增强乡村群体的数字素养。

【作者系山东财经大学马克思主义学院讲师;本文系山东省高等学校哲学社会科学研究项目研究成果(项目批准号:2025ZSZX048)】