

新论

# 加强境内外金融市场互联互通

张明

无论是提高我国金融业的全球竞争能力,还是更好满足实体经济发展和百姓生活需要,都必须扩大金融高水平对外开放

在守住根基、稳住阵脚的基础上积极进展,在维护国家金融利益、确保国家金融安全的原则下拓展境内外金融市场互联互通

专题研讨班开班式上,习近平总书记强调,“要加强对内外金融市场互联互通,提升跨境投融资便利化水平”。这对扩大金融高水平开放、做好新时代金融工作具有重要指导意义。

自加入世界贸易组织以来,我国金融对外开放不断扩大。从跨境贸易人民币结算试点,到外资银行、证券公司的准入,再到资本市场的“互联互通”、产品创新,我国金融业开放的脚步从未停顿。特别是新时代以来,我国有序扩大金融高水平对外开放,大力吸引国际资本,稳步推进人民币国际化,深化金融改革开放取得重要进展。同时,随着开放的大门越开越大,中国市场的吸引力与日俱增,更多国际金融机构在中国市场落地布局。截至2023年9月末,来自52个国家和地区的202家银行在华设立了机构,1110家境外机构进入中国债券市场,持有中国债券3.3万亿元人民币。实践证明,境内外金融资源的互动、境内外金融市场的互通,为我国金融高质量发展注入强劲动能,也有利于提升我国国际影响力和竞争力。

金融高水平对外开放是实现高质量发展的内在要求。无论是提高我国金融业的全球竞争能力,还是更好满足实体经济发展和百姓生活需要,都必须扩大金融高水平对外开放。加快建设金融强国,坚定不移走中国特色金融发展之路,要求我们持续深化金融领域制度型开放,拓展境内外金融市场互联互通,提升跨境投融资便利化水平。

香港作为国际金融中心,在加强境内外金融市场互联互通中发挥着重要作用。香港国际化程度高,是连接中国内地同世界各地的重要桥梁和窗口。2014年以来,中央支持内地与香港金融市场互联互通,先后启动“沪港通”“深港通”“债券通”等,取得丰硕成果,为扩大金融高水平对外开放写下生动注脚。面向未来,应继续把香港国际联系广泛、专业服务发达等优势同内地市场广阔、产业体系完整、科技实力较强等优势结合起来,提升香港国际金融、航运、贸易中心地位,努力把香港打造成国家双向开放的重要桥头堡,为拓展境内外金融市场互联互通提供强大助力。

也要清醒认识到,金融对外开放不是“一放了之”,必须牢牢守住安全底线。当前世界百年未有之大变局加速演进,世界经济复苏动力不足,外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升。在此背景下,金融对外开放必须确保国家金融和经济安全。坚持稳中求进、以进促稳、先立后破,在守住根基、稳住阵脚的基础上积极进取,在维护国家金融利益、确保国家金融安全的原则下拓展境内外金融市场互联互通,金融高水平对外开放才能蹄疾步稳、有序推进。

“稳慎把握好节奏和力度”,这是习近平总书记着眼推进金融高水平对外开放提出的明确要求。新征程上,以制度型开放为重点推进金融高水平对外开放,不断加强境内外金融市场互联互通,提高我国金融资源配置效率和能力,更好统筹发展和安全,我们一定能以对外开放的主动赢得经济发展的主动,推动金融强国建设不断取得新进展新成效。

(作者为中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员)

## 湖泊治理不能就湖论湖,而要推动“一湖之治”向“流域之治”“全域联治”转变

漫步滇池沿岸,近观良田,远眺西山,与鸥共舞……新春期间,笔者探访云南昆明市官渡区福保村,优美的环境让人流连忘返。

福保村466号曾是福保造纸厂所在地。改革开放之初,福保人乘时代东风,兴办造纸厂、铸管厂等企业。1996年,造纸厂年产值就已逾亿元。随着滇池治理工作不断深入,位于保护区内的造纸厂停产停业,并于2021年正式拆除。这里的生态之变,折射出美丽乡村建设成效,也为滇池保护治理写下生动注脚。

滇池是昆明人的母亲湖。近年来,控源截污、精准防控、科学补水、生态增绿等一系列措施形成合力,扭转了滇池水质长期处于劣V类的态势。

治湖先治水,治水先治河,治河先治污。改善滇池水质,尤其需要系统治理的智慧。滇池缺乏稳定补水水源,自我净化能力较弱,治理必须岸上岸下多头并进、上下游齐抓共管。从线上看,多数入滇河道依靠水质净化厂处理的再生水补给水源,中上游可腾出精力搞生态修复,下游则必须守住污水处理底线,确保清水入湖。从面上看,主城区要不断畅通排水管网“毛细血管”,降低汛期雨污合流的溢流污染风险;环湖区域需要持续打通污水处理“神经末梢”,实现流域内行政村生活污水治理设施全覆盖。实践证明,湖泊治理不能就湖论湖,而要推动“一湖之治”向“流域之治”“全域联治”转变。

以系统观念治理生态环境,需要部门、区域的协同推进,也离不开相关产业、配套工作的统筹协调。滇池北岸的宝丰湿地,芦苇萋萋、飞鸟翩翩,春节假期前来的游客络绎不绝。如今,星海、海东、王官等数十个沿岸湿地串珠成链,成为改善滇池水质的“过滤器”、市民假期出游的热门地,生态保护与文旅发展相得益彰。永久基本农田推广生态种植,控制农业面源污染;规划建设绿道,设定物理阻隔、打造休闲长廊;乡村以生态保护为底线,发展摄影、徒步、非遗展示等业态……滇池沿岸的治理实践表明,将生态保护与产业转型、文旅融合、美丽乡村建设等更好结合起来,可以为生态治理注入更强劲动能。

1963年出生的老马,十几岁随大船到滇池捕鱼,渔业资源减少后以种植韭菜为生,近年在村里从事绿化保洁工作;50多岁的志愿者李大姐,春节期间自发来到岸边清扫垃圾,常把“自己的家,自己爱护”挂在嘴边……保护生态环境,关键在于形成绿色生产生活方式。从靠天吃饭无度索取,到围湖造田征服自然,再到保护滇池绿色发展,人与自然的的关系不断调整,越来越和谐。如今,群众生态环境获得感和满意度逐渐提升,爱滇护滇的积极性主动性不断增强。形成民生改善和生态治理的良性循环,汇聚全民参与的合力,才能持续改善滇池水质。

今年1月,新修订的《云南省滇池保护条例》正式施行,滇池治理工作的针对性、科学性和有效性进一步增强。以最严格的生态保护制度系统推进治理工作,大观楼长联中描绘的五百里滇池美丽画卷定将再现,云南九大高原湖泊必将绽放新光彩。

(作者为本报评论部编辑)

# 系统治理,助河湖焕新

活力满满、热气腾腾的中国

石玲

人民时评

## 加强平台监管,防止“大数据杀熟”

金歆

在出行软件上预订同一间酒店,不同账号价格不同;使用打车软件,“钻石会员”价格还高于新会员,且更难打到车……一直以来,“大数据杀熟”是广大群众期待整治的问题。不久前,有网友在网上分享购买机票的经历:用3个账号,买同一趟航班同一舱位,价格最多相差900多元。春节前后,人们出行增多,大数据杀熟问题再次引发热议。

所谓大数据杀熟,是指一些企业通过掌握消费者的经济状况、消费习惯、价格敏感度等信息,对消费者在交易价格等方面实行歧视性的差别待遇,特别是利用用户不愿轻易更换惯用平台等心理,对老用户收取更高费用。据北京市消费者协会调查,61.21%的受访者认为大数据杀熟主要体现在不同用户享有不同的折扣或优惠,45.76%的受访者认为体现在多次浏览后价格自动上涨。有效解决大数据杀熟问题,才能更好保护消费者权益,推动数字经济健康发展。

大数据杀熟,是商家在利用消费者的信任和信息不对称套取超额利益,侵害了消费者的权益,背离了公平诚信的价值原则,也违反了相关法律规定。个人信息保护法规定,个人信息处理者利用个人信息进行自动化决策,应当保证决策的透明度和结果公平、公正,不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。价格法、消费者权益保护法等也对大数据杀熟可能产生的价格欺诈等作出约束,对于处于市场支配地位的平台而言,大数据杀熟还涉嫌违反反垄断法。

法有禁令,为何难以杜绝?大数据杀

熟行为具有一定隐蔽性,除非消费者十分警惕,否则很难发现;一些平台凭借信息优势地位,以时间地点不同价格会浮动、针对新用户有优惠等理由,为大数据杀熟的行为辩护,只想蒙混过关,不想改正;消费者的维权渠道也不够畅通,以诉讼方式维权费时费力,用户对算法决策缺乏技术层面的了解,也导致举证极为困难。因此,针对大数据杀熟,要切实优化监管举措,多管齐下,改变“人人喊打又办法不多”的局面。

大数据杀熟,实质就是经营者对算法的滥用。真正解决这一问题,归根到底还是要做好对平台的监管。个人信息保护法在法律层面上对自动化决策进行了规范,但相关规定还需进一步细化。要拿出更有效的监督和约束措施,促使平台切实履责。网信、市场监管等部门应主动作为,通过开展专项检查等方式,做好相关执法检查。

治理大数据杀熟事关消费者利益,必须充分发挥消费者的监督作用。要为消费者畅通投诉举报渠道,可以在各类消费平台上建立“一键维权”等机制;针对举证难问题,相关部门不妨提供一些技术支持,帮助消费者寻找、固定证据;消费者协会等组织应做好相关知识普及,提高消费者的防范意识,并为消费者维权提供帮助。

网站平台和相关企业要想获得长远发展,形象和信誉至关重要。用户一旦发现自己被歧视对待,就会抛弃这些不良平台。诚信、平等地对待每一名消费者,将依法依规掌握的消费者信息应用在改进产品和服务上,在良性互动中实现互利共赢,才是数字时代平台企业的长远发展之道。



海南省2024年春节返乡人才对接会在海口会展工场举行。图为求职者在浏览就业岗位。

新华社记者 张丽芸摄

江苏南京为大学生求职者提供免费短期住宿服务,最长可以住14天;江西赣州崇义县收集企业用工需求,为159家企业发布岗位信息;广西玉林兴业县举办现场招聘会,并提供就业创业、劳动保障等政策咨询服务……一段时间以来,各地推出多项举措,助力企业招工和群众就业。

这正是:政策发力搭桥梁,供需对接更通畅。返岗复工民生稳,经济发展动能强。

徐之文

评论员观察

挖掘培育乡村各类技能人才,既是技能型社会建设的重要内容,也是推动乡村全面振兴的重要抓手

河北省滦平县如意家园小区,丁海艳家一派热闹景象。前不久评上河北省乡村工匠名师的她,正在指导前来学习编织的姐妹们织帽子。2016年,她成立了滦平县美旺手工业专业合作社,带动周边1500余名妇女学技能、增收。后来,在当地妇联扶持下,她入驻滦平县电子商务公共服务中心,并开设了扶贫车间,通过各类平台开展培训百余场。放眼广袤农村大地,无数个像丁海艳一样的乡村工匠,扎根乡土、传承技艺,拓宽了当地群众的增收渠道。

乡村工匠,主要是指县域内从事传统工艺和乡村手工业,能够扎根农村,传承发展传统技艺、转化应用传统技艺,促进乡村产业发展和农民增收,推动乡村振兴发展的技能人才。发挥乡村工匠的带动作用,既有利于留住乡愁、盘活乡土文化资

源,也有助于带动乡村特色产业发展和促进农民创业就业。推进乡村全面振兴,需要挖掘培养一批、传承发展一批、提升壮大一批乡村工匠,激发广大乡村手工业者、传统艺人创新创业活力。

乡村振兴,关键在人。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快推进乡村人才振兴的意见》明确提出,“培育乡村工匠”“挖掘培养乡村手工业者、传统艺人”“支持鼓励传统技艺人才创办特色企业,带动发展乡村特色手工业”。可以说,挖掘培育乡村各类技能人才,既是技能型社会建设的重要内容,也是推动乡村全面振兴的重要抓手。

不同的乡村,历史各有特点,文化各有特色。激发乡村工匠队伍活力,需要在“特”字上做文章。刺绣印染、编织扎制、雕刻彩绘、陶瓷烧造等,这些充满文化气息的传统

技艺技能,也是许多地区具有代表性和吸引力的特色标识。杨云东是广西柳州市三江侗族自治县的一名古建筑营造技艺非遗传承人,13岁就开始学习古建筑修缮、古村落保护等技艺。随着工作的深入,他越来越清晰地意识到,要更好保护、修复古建筑,必须进一步提升自己的技艺。恰逢广西举办乡村传统建筑工匠培训班,他便报名参加。通过参加培训学习,他增进了对桂北民居大木构造、营造技艺和时代特征的了解,加深了对桂北民居价值判断、保护修复理念和原则的全面认识。立足本土资源,结合当地实际,挖掘传统工艺,才能更好培养技艺精湛、带动产业发展能力强的乡村工匠。

在乡村发展不容易,长期坚守更不容易。做好保障,完善乡村工匠评价体系,不断增加乡村工匠的职业认同感和归属感,十分重要。重庆市将大足石雕从业人员、

农村建筑工匠、农机合作社经理人等乡村工匠纳入职称评价体系,并对技能大师工作室平台建设等项目给予政策支持;浙江省在各类评优评先中对乡村工匠予以适当倾斜,还支持鼓励将乡村工匠纳入省内各地人才管理,享受相应政策待遇。从实践来看,营造尊重劳动、尊重人才、尊重创造的良好环境,就能更好激发乡村工匠内生动力,吸引更多年轻人加入,推动乡村工匠人才队伍不断壮大。

习近平总书记指出,“中国式现代化既要有城市的现代化,又要有农业农村现代化”。蓝图激发昂扬干劲,乡村涌动蓬勃生机。相信随着培育机制的不断完善,活跃在广袤山乡的乡村工匠,将带着一项项独具特色、承载文化、带动产业的传统技艺,为推进乡村全面振兴、农业农村现代化作出更大贡献。

周珊珊

## 传承技艺促振兴

纵横

## 从品牌下沉看县域消费活力

周丽萍

排队长等一杯奶茶,和朋友约在咖啡馆聚会,带小孩到快餐店过生日……如今,不少曾只在二、三线城市消费的品牌,纷纷“下沉”到县城。节日期间的返乡热和文旅热,让下沉市场的消费潜力进一步显现。所谓下沉市场,指的是三线及以下城市、县镇与农村地区的市场。近年来,从新兴互联网企业的流量之争,到线下品牌的纷纷布局,下沉市场已成为众多传统和新兴品牌的角逐场。

品牌为何下沉?一方面是因为县域经济的发展壮大和县域产业支撑能力的不断提升,带动了居民收入不断增加,推动了县域消费升级。另一个重要原因,则是地处“城尾乡头”的县城,随着网络和交通物流基础设施的完善,线上、线下的触达成本都有明显降低。可以说,物流时间的缩短、服务效率的提升,正推动县域消费的品质不断向大城市靠近。

有的咖啡品牌焕新新生,下沉市场是主要阵地;有的公司依靠快餐门店加快下沉,创下收入和利润新高;2023年“双11”期间,各大电商平台用户增量主要来自下沉市场……商务部国际贸易经济合作研究院发布的一份报告指出,下沉市场消费者更加注重商品品质和服务。下沉市场的繁荣反映出我国消费增长的新变化,彰显着县域消费不断向上生长的活力。进一步深耕下沉市场,将为优质品牌和产品带来新机遇。我国县域商业发展迅速,但县域消费提升空间还很大,要给予更高的重视。我国约一半人口居住在县域,有人气就能聚财气。县域消费走向品质化,对于扩大居民消费具有积极意义。加快全国统一大市场建设,推动经济要素有序流动,县域的作用都十分关键。推动县域产业提质升级、消费潜力释放,有助于进一步畅通经济大循环。

当更多品牌落户县域,当县域商圈更具活力、更有人气,县域经济活力将得到进一步激发,生活在县域及附近区域的人们也将拥有更高质量的生活。

(摘编自《四川日报》,原题为《从品牌下沉看消费在“县”》)

## 欢迎赐稿

各位读者,本版“大家谈”“暖闻热评”“中国道路中国梦”“来论”等栏目长期征稿,欢迎赐稿,请勿一稿多投。本版邮箱:rmrbpl@163.com(来稿请注明栏目名)

本版责编:刘天亮 崔妍 李铁林