

擦亮作风建设这张“金色名片”

□ 徐风娟

近日,中共中央办公厅印发《关于在全党开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育的通知》,学习教育于2025年全国两会后启动、7月底前基本结束。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央以作风建设为突破口,制定并实施中央八项规定,推动党风政风为之一新,擦亮了作风建设这张“金色名片”。高质量完成“十四五”规划目标任务,为实现“十五五”良好开局打牢基础,开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育正当其时。这是巩固深化主题教育和党纪学习教育成果、纵深推进全面从严治党的重要举措,是密切党群干群关系、巩固党的执政基础的必然要求,是推进中国式现代化的有力保障。

党的作风关系党的形象,关系人心向背,关系到党和国家的事业成败。习近平总书记强调:“工作作风上的问题绝对不是小事,如果不坚决纠正不良风气,任其发展下去,就会像一座无形的墙把我们党和人民群众隔开,我们党就会失去根基、失去血脉、失去力量。”中央八项规定从改

进调查研究、精简会议活动、厉行勤俭节约等八个方面立规矩、明导向,成为改进党的作风的“一个切入口和动员令”,全党全社会迎来了一场激浊扬清的风气巨变。十余年如一日,从紧盯违规吃喝、收送礼品礼金等“节日病”,到遏制“舌尖上的浪费”、狠刹“车轮上的铺张”、整治“会所中的歪风”,再到持续解决形式主义突出问题……一项项整治行动剑指作风顽疾,一个个数据变化见证作风之变。中央八项规定已成为新时代作风建设的“金色名片”,日益成为党员干部心中的铁规矩、硬杠杠。

逆水行舟用力撑,一篙松劲退千寻。当前,“四风”问题虽然得到有效遏制,但要清醒看到,作风问题具有顽固性和反复性,形成优良作风不可能一劳永逸,克服不良作风也不可能一蹴而就。一些党员干部违规收受礼品礼金、违规吃喝、违规接受宴请等顶风违纪问题仍时有发生,“四风”问题也由明转暗、改头换面,出现“借调研培训等名义公款旅游”“快递送

礼”等隐形变异问题。据中纪委公布的数据,2024年全国共查处违反中央八项规定精神问题225275起,批评教育和处理312907人。这警示我们,作风建设容不得半点松懈,必须持之以恒、久久为功,紧盯不放、寸步不让。习近平总书记深刻指出:“一个人蜕化变质往往是从吃喝玩乐起步的。”“‘四风’和腐败问题互为表里,是腐败滋长的温床。”守住拒腐防变防线,要从小事小节上守起,一些看似小事小节的“四风”问题,实际上却是一些领导干部丧失原则、违纪破法的开始。要以马不离鞍、缰不松手的定力,以抓铁有痕、踏石留印的韧劲,继续在常和长、严和实、深和细上下功夫,对“四风”问题露头就打,把严的基调、严的措施、严的氛围长期坚持下去,以实际行动彰显“零容忍”的坚定态度。

作风建设永远在路上,必须常抓不懈。习近平总书记强调:“制定实施中央八项规定,是我们党在新时代的徙木立信之举,必须常抓不懈、久久为功,直至真正化风成俗,以优良党风引领社风民风。”要

聚焦学习教育主题,认真学习领会习近平总书记关于加强党的作风建设的重要论述,学习领会和贯彻落实中央八项规定及其实施细则精神,认真学习研讨,提高思想觉悟,廓清思想迷雾。要自觉对标对表,深入查摆问题,加强警示教育,深挖思想根源,坚持有什么问题就解决什么问题,什么问题突出就重点整治什么问题,立查立改、即知即改。广大党员干部要以此此次学习教育为契机,进一步增强纪律意识、规矩意识,传承党的光荣传统和优良作风,树牢正确权力观、政绩观、事业观,在遵规守纪、清正廉洁的前提下大胆干事,始终做到忠诚干净担当。

风清气正,气正则心齐,心齐则事成。我们要扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育,真正做到学有实效、干有成效,持续擦亮作风建设这张“金色名片”,以优良作风为进一步全面深化改革、推进中国式现代化提供坚强保障。

来源:《人民日报》(2025年03月25日第09版)

“AI+消费”如何打开新空间

□ 李浩燃

避免“新瓶装旧酒”,注重技术创新与应用创新同频共振,促进“互联网+”迭代升级为“人工智能+”,将极大推动消费扩容提质
着眼场景挖掘、算力统筹、安全保障等关键领域,以政策促协同、优化资源配置,才能让人工智能成为普惠型基础设施,助力中小企业共建良好消费环境

网购时的“选择困难症”,相信你我都有。

想入手电动牙刷,但产品繁多,选了几款有“眼缘”的商品放进购物车,便“束之高阁”。不久前,平台升级了智能购物系统,在输入需求后,系统通过分析浏览时长、比价频率等,识别出“注重性价比”的消费特点,于是精准推送了参与“以旧换新”的某品牌商品,价格优惠力度很大。下单之余感慨:没想到人工智能这么懂自己。

联想到春节假期去购物中心的经历。路过某品牌化妆品专柜时,爱人被智

能试妆镜吸引。轻点屏幕,便可一键切换口红色号,还能模拟不同妆容的效果,免除了反复涂抹的麻烦。“真美,这款多适合您!”在工作人员“助攻”下,她欣然买单。

看,无论线上还是线下,人工智能已化身“隐形导购员”,悄然融入生活。

《提振消费专项行动方案》提出“促进‘人工智能+消费’”,今年的《政府工作报告》部署“持续推进‘人工智能+’行动”,全国两会期间代表委员热议“人工智能+消费”的前景。消费市场加速转型升级,如何打通传统消费模式供需错配、体验单一、创新滞后等堵点?人工智能与消费相耦合,为我们提供了新的观察视角。

以新技术牵引新应用,消费新需求得以满足。从“被动筛选”到“精准捕获”,从“经验主义”到“数据驱动”,人工智能顺应了消费者新期待。不必说虚拟试衣、智能客服,也不必说辅助爬山的外骨骼机器人,单是浙江义乌商户运用人工智能大模型自动生成数十种语言的带货视频,卖出200万单袜子,就很能说明发展的趋势。

未来,人工智能可在更多领域精准洞察消费需求、有效提升消费体验。比如,面向文旅,可制定个性化的旅游攻略,帮

助老年游客进行智能健康管理;针对房产交易,可通过数智人直播、“AI经纪人”等,简化交易流程。避免“新瓶装旧酒”,注重技术创新与应用创新同频共振,促进“互联网+”迭代升级为“人工智能+”,将极大推动消费扩容提质。

用新场景打造新业态,不仅能为产业升级添助力,还能培育更多消费新模式。以开车出行为例,车主经常面临找车位的难题。如果借助人工智能打造开放平台,车主就能提前预约车位,及时获得避堵建议,平台也可根据车主日常通勤习惯推荐相应的低价充电时段等。推动停车行业从单一的停车费线上支付模式向停车经营智能化跨越,有利于车主“智慧停车”、车场精准运营。

人工智能不仅仅是技术赋能,更意味着一场产业变革。对平台与商家来说,既要善于创新,打造新鲜的应用场景和商业模式,也要强化用户思维,变“想方设法推送产品给消费者”为“帮助消费者找到对的商品”。人工智能用好了,就能成为新产品新服务诞生的“孵化器”、拓展消费场景的“放大器”、提升产业效率的“加速器”。

《生成式人工智能应用发展报告(2024)》显示,我国初步构建了较为全面的人工智能产业体系,相关企业超过4500家,核心产业规模已接近6000亿元。这为发展“人工智能+消费”打下了坚实基础。推进人工智能产业链强链、补链、延链,还须瞄准芯片、算法、数据、平台、应用等上下游关键环节,进一步强化政策供给、凝聚政策合力。

同时,消费领域中小企业众多。供需错配、算力资源短缺与数据安全风险等,是其拥抱人工智能面临的共性问题。着眼场景挖掘、算力统筹、安全保障等关键领域,以政策促协同、优化资源配置,才能让人工智能成为普惠型基础设施,助力中小企业共建良好消费环境。

以人的价值为圆心,以技术创新为半径,画出提振消费的同心圆,激活经济“一池春水”,我们的生活也将更加美好。

来源:《人民日报》(2025年03月24日第06版)