

让数字化转型带来真便利

■潘高峰

时事聚焦

每天坐地铁通勤,进站一般要做三件事:先展示场所码,再将随身背包过安检机,最后刷公交卡或者是凭地铁乘车二维码,扫码进站。

对于一个年轻人来说,这套流程虽然有点繁琐,熟练了也没什么,毕竟一切都是为了安全。但心里始终有疑惑:地铁乘车二维码,已经绑定了健康码,为何还要多扫一次码?

有人可能会说,扫场所码是为了确认地点,方便流调。这没错。但仔细一想还是不能理解:地铁和别的场所不同,只要进站刷卡,就会留下信

息,这不等同于场所码吗?想来唯一的答案是:地铁进站信息与健康码的数据库还没有联网。

9月28日起,上海地铁“Metro大都会”App的乘车二维码将开放至支付宝、微信等主流平台,集“健康码、场所码、乘车码”三码合一的“一码通行”功能也将一并开通,乘客可通过支付宝或微信,无须打开“Metro大都会”、无须再扫描场所码,即可轻松实现查验出示和扫码过闸乘车功能。

同时,根据实际条件,上海地铁全网选出105座工作日早晚高峰大客流车站,新增“一码通行”便民通道,进一步提高通勤乘客的进站速率,在严防疫情的同时优化高峰进站体验。

消息传出,微信朋友圈里看到很

多人转发点赞,这背后的心情,相信大家都能理解。一段时间以来,越来越多的码出现在市民生活中,有很多是必不可少的。比如,健康码诞生之前,各地搜集数据主要靠各单位填报,程序繁琐;社区人员出行靠纸质通行证,存在交叉感染的风险。健康码的推出,提高了数据搜集的便捷性,也为市民在疫情防控常态化下的生活提供了便利。同样,场所码的存在,也让流调速度加快,让跑赢病毒成为可能。

有些则让人无法理解。比如,为何有了健康码,还要有核酸码?同一座城市,不同的核酸检测点为何要求不一样?有的认健康码,有的认核酸码,有的要先看健康码,再扫核酸码。年轻人还好,老年人要学会不同

码之间快速切换,有时真的有些无所适从。

前不久,在上海市社会科学界联合会主办的东方讲坛系列讲座上,“数字社会,怎样更具‘温度’”的话题引起不少人的思考。上海市政府副秘书长、上海市城市运行管理中心主任徐惠丽的看法是:数字化高速发展带来了城市生活的快速变化,也带给人们大量的不确定性,当这种不确定性或者应急行为映射在人们身上时,有时会产生不舒适、不愉快、不满足,甚至会缺乏归属感、安全感,这样的现象,往往被统称之为“没有温度”。

徐惠丽认为,在不确定性的变化中,还有很多是没有变化的,包括对人的尊重、对事理的认识、对社会人文价

值的认同、对传统文化的坚守等等。坚守这些变化中的不变,就能给受众带来他们所需的确定性,由此而感受到城市的温度,这就是治理中的“价值判断”。她认为,有三点可以帮助治理者更好地做出价值判断:有取舍、有共情、有行动——经历了逻辑正确的取舍,有了共情的基础,最终付诸积极行动,才能让有温度的管理和有温度的互动越来越多。

上海地铁这次三码合一“一码通行”的做法,无疑就是“有取舍、有共情、有行动”的表现。这也让我们有了更多思考,如何让数字化转型带来便利和获得感,而不是困扰和剥夺感?答案很简单:人,才是目的,数字化只是手段。(来源:新民晚报)

用活消费券,消费“活”起来

■方翔

第二轮“爱购上海”电子消费券,从9月26日0时起可使用。

激活消费市场,发放消费券成为重要方式之一。从市商务委发布的数据来看,第一轮消费券核销率超85%。这个数据也得到了来自商家的印证:从线下来看,虹口区对区内16家样本企业的抽样统计,中秋假期3天共实现销售额9209.13万元,同比上涨4.32%;线上平台中,饿了么首轮消费券核销效果显著,其中“满50抵25”消费券的使用率高达78%;美团平台支持“爱购上海”消费券核销的商户超过15万家,为方便消费者使用,美团搭建“爱购上海”电子消费券优惠专区,从商家反馈的数据来看,消费者非常愿意使用消费券。

消费券只有被花出去,才能真正起到促进消费的作用,其中起到核心作用的是“乘数效应”,即每投放1元的消费券,可产生的直接消费乘数。以往,一些城市也发放过消费券,但效果并不佳,原因在于这些消费券只是发挥了“替代效应”,替代了原本用于消费的现金,而现金则被用于了储

蓄。从上海第一轮消费券的消费使用情况来看,起到了“四两拨千斤”的作用,整体核销杠杆率近4倍,配合商圈以及商家自身的优惠,效果还是十分明显:老字号邵万生的南风肉、火腿在中秋节期间的销售非常火,260元的南风肉,用南京路商圈“100团200”消费券,然后再用“50抵25”消费券,等于消费者只支出了135元。

让消费“活”起来,除了增加消费券发放的频次和金额之外,更重要的一点是要通过不断迭代,并结合节日消费以及商圈消费的特点,以更快速的业态创新、更新奇的业态组合,不断打造更新奇有魅力的商业空间,吸引广大消费者使用消费券。在刚刚过去的中秋假期,虹口区的瑞虹天地推出59元瑞虹虹赏味卡,内含160元代金券、70多家商户福利、30家品牌特权以及4小时免费停车,吸引广大消费者叠加使用消费券。在即将到来的国庆黄金周中,环球港推出“川、湘、粤、浙、闽、鲁、徽”七省每日主题活动,让消费者们足不出沪,也可以领略这些地方的文化,积极推动购物

消费。要撬动更多消费,商家也应该根据消费券的特点推出相应的服务。此次第二轮消费券新推出的“满300抵100”消费券,受到了许多商家关注,像饿了么在第二轮消费券核销期加大生鲜、商超等零售的额外红包补贴,而老字号王宝和在为大闸蟹自助餐定价时,考虑到消费券的使用,最终确定为308元/人,这样也可以让消费者得到最大的实惠。

对于发券的政府部门来说,想要更长效地发挥消费券提振消费的积极作用,应通过消费大数据及时总结,避免因规则设计上的局限而让消费券效果打折。动态优化消费券面值、券种、折扣率、有效期、发放频次等,不断提升消费券的使用体验。

消费券,由于其限期性、专用性、特定性,能在较短时期内激活消费市场。从长期来看,只有把消费券用“活”,让市场主体充分参与,充分发挥消费对经济发展具有持久拉动力,让消费者更“愿消费”。(来源:新民晚报)

法治护航民营经济高质量发展

■杨昊

民营经济是社会主义市场经济发展的重要成果,是推动经济社会发展的重要力量。颁布实施《优化营商环境条例》,开展涉案企业合规改革、启动第三方监督评估机制,推进民营经济领域纠纷多元化解机制建设……前不久,在第四届民营经济法治建设峰会上,新时代加强民营经济法治建设十大事件揭晓,引发关注。

我国经济能够创造持续快速增长奇迹,民营经济功不可没。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央坚持“两个毫不动摇”,出台一系列扶持民营经济发展的改革举措,为民营企业发展营造良好的法治环境和营商环境,进一步增强了民营企业发展活力、信心和底气。

法治是最好的营商环境。在习近平法治思想指引下,法治护航民营经济高质量发展迈出坚实步伐。颁布实施民法典,修改反垄断法,基本建立以《优化营商环境条例》为主干、以各类政策文件为补充、以地方优化营商环境立法为支干的优化营商环境立法体系;依法严厉打击侵犯知识产权犯罪;依法保障和服务民营企业健康发展;加强市场宏观调控与监管,营造市场化、法治化、国际化营商环境……民

营经济法治建设实践不断丰富,法治固根本、稳预期、利长远的重要作用充分彰显。如今,“放管服”改革持续推进,不断提升政务服务效能,进一步激发民企创造力;深入实施公平竞争政策,加强反垄断和反不正当竞争,引导各类市场主体有序竞争;各级工商联和审判机关、检察机关、公安机关、司法行政机关深化常态联系、联合调研、信息互通、多元调解协作机制基本形成。

同时,司法平等保护民营经济提升到新高度,让民营企业吃下“定心丸”。2021年3月至2022年6月,全国各地检察机关累计办理涉企业合规案件2382件,其中适用第三方监督评估机制案件1584件,对整改合规的606家企业、1159人依法作出不予起诉决定;司法行政机关携手共建“万所联万会”机制,截至今年6月底,全国已有1.95万家律师事务所与2.1万家工商联所属商会、2100多家县级工商联建立了合作关系;司法部、全国工商联联合印发《关于深入开展民营企业“法治体检”活动的意见》,对推进“法治体检”活动常态化、制度化作出部署……一个个数字、案例,彰显着公检法司机关坚决贯彻中央全面依法治国部署的决心,写照着工商联和民营企业推动法治企建

设的信心。

民营企业是全面依法治国的主要参与者,更是民营经济法治建设的推动者和受益者。前不久公布的2022年民营企业500强调研分析报告显示,民营企业500强不断提升依法合规诚信经营能力,451家500强企业已建立健全法律风险控制体系和预警防范机制,445家企业已形成讲法治、讲规则、讲诚信的企业法治文化。越来越多的民营企业企业家树牢法治意识,争做诚信守法表率,自觉按照监管要求加快企业自我改革,在合法合规经营中提高企业竞争力。矢志不渝推进法治民企建设,以法治促进企业治理现代化,也将助力国家治理体系和治理能力现代化。

法治兴则国兴,法治强则国强。持续完善法治环境是加快完善社会主义市场经济体制的必然要求。奋进新征程,进一步营造法治化营商环境、持续构建亲清政商关系、提升民企法治素养,还需凝聚合力、久久为功。广大民营企业练好法治民企内功,在合法合规经营中提高企业竞争力,坚定自信走向更加广阔的舞台,必能为全面依法治国注入更加丰富的民营经济元素。(来源:人民日报)

