

# 为全面建成小康社会跑好“最后一公里”

## 中央财经委员会第四次会议释放重要信号

新华社北京4月22日电(记者陈伟伟、姜琳、高敬、申铖)22日召开的中央财经委员会第四次会议强调,聚焦全面建成小康社会的短板弱项,实施精准攻坚;勇于破题、善于解题,落实好中央经济工作会议精神。在全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年,此次会议为推动经济社会发展明确方向和重点。

### 补短板:集中优势兵力打歼灭战

现在距离全面建成小康社会收官还有不到两年时间。会议强调,要集中优势兵力打歼灭战。要全面完成脱贫攻坚任务,把扶贫工作重心向深度贫困地区聚焦,在普遍实现“两不愁”的基础上,重点攻克“三保障”面临的最后堡垒。会议还提出解决好重点地区环境污染突出问题、加快民生领域工作推进、健全社会保障机制等。

中央党校(国家行政学院)教授徐祥临说,这充分体现党中央统筹协调、精准施策,把准了全面建成小康社会的重点、难点和工作着力点。

会议强调,要在科学评估进展状况的基础上,对全面建成小康社会存在的突出短板和必须完成的硬任务进行认真梳理,主要是老弱病残贫困人口、深度贫困地区等方面短板明显,要切实加大工作力度。

国务院扶贫办主任刘永富说,今年扶贫工作重点关注两个方面:一是攻坚克难,聚焦深度贫困地区、特困人口和影响“两不愁三保障”的突出问题;二是巩固成果,稳定脱贫,持续发展,坚持摘帽不摘责任、摘帽不摘政策、摘帽不摘帮扶、摘帽不摘监管,督促已退出的县持续用力。

“只有真正瞄准短板弱项,集中优势兵力解决重点问题,才能有力推动各项任务落实,使全面建成小康社会得到人民认可、经得起历史检验。”徐祥临说。

### 解难题:深化供给侧结构性改革

一年一度的中央经济工作会议是党中央领导经济工作的重要方式。此次中央财经委员会会议强调,对中央经济工作会议提出的一些重大思路,举措要进行细化,突出抓好重点工作落实。

会议强调,要深化供给侧结构性改革,国家发展改革委副主任宁吉喆认为,要着力巩固“三去一降一补”成果,持续加大“破”“立”“降”力度;着力增强微观主体活力,充分发挥企业和企业家主动性、积极性;着力提升产业链水平,大力推动产业迈向中高端水平;着力畅通经济循环,加快建设现代化经济体系。

会议还强调,要强化宏观政策逆周期调节,财政政策要加力提效,减税降费要尽快落

实到位,货币政策要松紧适度,根据经济增长和价格形势变化及时预调微调,加大对实体经济和金融支持。

中国国际经济交流中心学术委员会委员、中原银行首席经济学家王军说,要通过宏观政策逆周期调节,为经济平稳运行提供有力支撑。同时,要牢牢抓住供给侧结构性改革这条主线,提升要素配置效率,推动经济高质量发展。

### 抓机遇:善用高水平开放倒逼深化改革

会议提出,要推动改革开放取得新的重大成果,善用高水平开放倒逼深化改革,提升市场化法治化营商环境。

“几天前中央政治局会议提出要以高水平对外开放促进深层次改革,今天会议再次提出善用高水平开放倒逼深化改革,表明改革开放已成为当前我国经济发展高质量发展的重要抓手。”北京大学国家发展研究院副院长余淼杰说,今年以来,外商投资法出台、金融业开放政策密集落地等,显示我国以开放促改革的决心,这将为中国经济发展带来更多红利。

会议还提出,要抓住用好新机遇,加快经济结构优化升级,提升科技创新能力,深化改革开放,加快绿色发展,参与全球经济治理体系变革,更多在推动高质量发展上下功夫。

“当前我国经济下行压力仍存,除了改革开放之外,创新是另一个破解之道。”余淼杰说,中国需要进一步从“要素驱动”转向“创新驱动”,激发内生动力,培育创新活力,“这是中国经济保持健康稳定发展的关键”。

### 强落实:破除形式主义 防止弄虚作假

实现既定目标,关键在落实。会议提出,要善于把党中央精神同本地区本领域的实际有机结合起来,把党中央要求具体化。要坚决破除形式主义、官僚主义,防止口号喊得震天响,落实起来轻飘飘;防止弄虚作假、投机取巧。

“在政策执行过程中,关键是要因地制宜,实事求是。”华夏新供给经济学研究院首席经济学家贾康表示,要避免形式主义的、贴标签式的简单思维产生的政策执行偏差。

专家分析,在全面建成小康社会的关键之年,发展不进则退,越是这个时候,越要不折不扣抓落实。

一方面,各级领导干部应加强责任感和紧迫感,对标中央各项决策部署和目标任务,早做安排、综合施策、精准发力;另一方面,要从严从实把督导检查、问责关,倒逼各地各部门增强政策落地能力,从而为全面建成小康社会收官打下决定性基础。”中央党校(国家行政学院)马克思主义学院院长张占斌说。



“潜规则” 新华社发 徐骏 作

据新华社上海4月22日电(记者赵逸赫、陆文军、王辰阳)明码标价77万多元的车辆,提车则需另外加价30万元,不加价买不到车……“新华视点”记者近期走访多家汽车4S店发现,部分高档车型加价销售成为市场“潜规则”。加价销售合规、合法吗?加价的钱进了谁的口袋?

### 明码标价之外公然加价成市场“潜规则”,不加价买不到车

上海吴先生近期买了两辆丰田某款热销高档车,在77万多元的车价之外,他每辆车又加价18万元左右。“高档热销车加价是市场‘潜规则’。”吴先生说。河南洛阳的田先生最近也有类似遭遇。“买了一款某日系LX570(5座版)汽车,原价141.7万元,加价30万元。去了好几家经销商,都需要加价,不加价就提不到车。”田先生说。

记者实地走访了上海几家经销商,咨询丰田某款热销车的报价。一家位于闵行区的经销商给记者提供了报价单,报价单上“车价”一栏显示售价77.4万元,另外还有“加价”一栏标写着“20.8万”。在另一家经销商给的报价单上,“原车价”一栏写着“77.4”,优惠后车价写着“77.4+28.5”。销售人员说,28.5万元是加价。

记者又咨询了另外几家经销商,该款车型的加价幅度在25万元至35万元不等。记者调查发现,目前,在明码标价之外加价才能提车,已经成为部分高端车型销售的“潜规则”。比如,部分地区奔驰某款高档越野车提车需加价50万元左右。

### 加价有的不给开发票,有的开发票承担税点

2017年7月起实施的新汽车销售管理办法规定,经销商应当在经营场所以适当形式明示销售价格、配件及其他相关产品的价格和各项服务收费标准,不得在标价之外加价销售或收取额外费用。业内人士介绍,事实上,经销商也知道加价销售属于不正当行为,因此,多数在销售汽车时,不会让“加价”字样明确出现在相关销售协议、票据中。

记者调查发现,有的经销商加价不给消费者开具发票。河南田先生说:“分两次交了共计170多万元,但只拿到了一张141.7万元的发票,加价的钱不给开发票。”河南一位购买了某日系LX570型车的董先生也向记者证实,购车加了钱,但是经销商只开了车价部分的发票,加价部分并没有在发票上显示。

有的经销商表示,如果加价部分要开发票,需要另外交补税点。上海闵行区一丰田销售人员告诉记者,加价部分如果开发票,需要承担13%的税点。记者统计多家经销商报价发现,所加税点从13%至17%不等。加价部分发票可以开在车价上,这样,意味着消费者要多交购置税。如果加价部分另开发票,发票的项目只能开服务费、装潢费、维修费、配件费等。

加价的钱进了谁的口袋?多位销售人员告诉记者,这部分收入主要还是进了经销商的口袋。多款加价销售的车型都是市场中的“紧俏货”,经销商拿货后,自然会抬高价格。

中国汽车流通协会常务理事贾新光表示,汽车经销商在某种程度上形成价格同盟,消费者在购车时处于弱势,这是导致出现经销商加价销售现象的原因之一。

### 加价侵害消费者自主选择权,应加强监管规范市场

上海段和段律师事务所律师刘春泉表示,根据消费者权益保护法,消费者有公平交易的权利。经销商在公布零售价的情况下加价再收费,侵犯了消费者公平交易的权利。

上海市消保委汽车办负责人表示,在没有明示的情况下加价且消费者无法进行选择,明显侵害了消费者的自主选择权。根据汽车销售管理办法规定,经销商不得在标价之外加价销售或收取额外费用。违反规定的,由县级以上地方商务主管部门责令改正,并可给予警告或3万元以下罚款。

北京海润天睿律师事务所律师张文斌介绍,汽车销售管理办法规定的警告和3万元以下的罚款,相对于动辄加价几十万元,处罚力度较轻,难以真正起到警示作用。经销商不开票或者随意拆分开立其他名目类票,有偷税漏税的嫌疑。

值得注意的是,近年来,在几起消费者与经销商因加价售车引起的纠纷中,法院支持了消费者维权诉求。2016年北京百得利之星汽车销售公司因加价14.5万元销售奔驰某款高档越野车,被消费者起诉至法院,北京市海淀区区人民法院一审判决,百得利之星汽车销售公司退还消费者14.5万元。随后百得利之星汽车销售公司不服判决上诉,2018年北京市第一中级人民法院二审驳回上诉,维持原判。

业内人士建议,相关监管部门应督促经销商对车辆、相关服务明码标价,并公开其中包含的具体服务项目,杜绝“打闷包”的行为;支持消费者对加价销售进行投诉,通过法律途径进行维权。另外,消费者也应按规定对加价行为说“不”,从源头端阻断加价“黑手”。(参与记者张梦洁、周蕊)

# 汽车4S店明码标价外动辄加价几十万

高档汽车销售再曝“潜规则”,不加价买不到车



# “悦读”中国:从“数字化”走向“智慧化”

据新华社北京4月22日电(记者史竟男、柳玉敏、冯源)随时随地打开手机或电子阅读器,“万卷书”触手可及;夜幕降临时,“有声故事”陪伴无数小读者安然入梦;戴上虚拟现实设备,就能身临其境“穿越”时空……

4月23日“世界读书日”,让我们再次聚焦阅读。如今,阅读已不再仅仅是打开一本书,科技发展,让阅读的世界无比宽广,出现更多可能。

### 新变化:数字化阅读成主流

不久前的2019中国数字阅读大会上传来消息——2018年我国数字阅读用户规模达4.32亿,人均数字阅读量达12.4本。中国数字阅读市场规模已经达到254.5亿元,其中,大众数字阅读占比超过九成。

“数字阅读持续保持高速发展态势。”在掌阅创始人张凌云看来,随着移动互联网的普及、用户体验的提升和数字化内容的丰富,让数字阅读能够在e时代续写“开卷有益”。

据全国国民阅读调查数据显示,2018年我国国民综合阅读率为80.8%,数字化阅读方式包括网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读等的接触率为76.2%。

中国新闻出版研究院院长魏玉山表示,过去十年,数字化阅读方式接触率从24.5%增长到76.2%,增长明显。数字化阅读的发

展,提升了国民综合阅读率,推动了整体阅读人群持续增加。调查还发现,有超过半数的国民倾向于数字化阅读方式。

“如今,我们已经身处‘屏万卷’的数字阅读时代。”中宣部出版局副局长冯士新说,数字阅读作为全媒体时代的新型阅读方式,从应运而生到蓬勃发展,蔚然成风,极大丰富了人民群众的阅读体验和精神文化生活。

随着数字化信息内容在网上海量生成、流动式发散、分享式阅读,以及线上线下多层次的阅读方式,阅读不再受时间和空间的限制,阅读场景也由单一形式向多元化形式转变。

### 新趋势:新技术引领“智慧阅读”

点开阅读器上《丝绸之路》一书,遇到看不懂的词语,只要选定该词就会跳出词典释义和英文,再点击“百科”便能看到更全面的关于该词的释义和知识背景。如今,这种文本“超链接”方式已广泛应用于数字化阅读,帮助读者拓展了阅读的广度和深度。

张凌云告诉记者,为了便于读者理解内容,掌阅最早尝试在内容中链接中英文词语解析,还可以边读边记,分享阅读心得。即将推出的AI朗读等,通过文化和科技的深度融合,打造更加智慧化的阅读平台。

从木牍、竹简、帛书、纸张到数字化载体,阅读介质的变迁重塑了各个时代的阅读生

态。“从纸质到数字,从PC到移动,从读书时代到读屏时代,每一次阅读方式的发展进步,都是创新驱动的产物,代表了阅读的发展方向。”冯士新说。

翻开一本秦兵马俑图册,屏幕上立即展示各种秦俑立体造型;戴上VR眼镜阅读一本关于航天的图书,宇宙飞船近在眼前;手机端下载APP,机器人开始为孩子朗读智能绘本……日前在杭州举办的第五届中国数字阅读大会上,5G、人工智能(AI)、增强现实(AR)、虚拟现实(VR)、云计算等新技术纷纷亮相,充分展现了未来阅读的无限可能。

业内人士预测,随着5G技术落地、虚拟技术提升和人工智能的快速落地,数字化阅读将向智慧化方向发展。

湖南联通网络规划与优化部总经理夏巍认为,在5G高速、低延时、大容量的带动下,未来的数字阅读将使用内容的展现形式更加立体、更加多元,变成融合各种感官体验的沉浸式阅读,用户的阅读体验将大幅提升。

### 新期待:阅读让生活更美好

悬梁刺股、凿壁偷光、囊萤映雪……在科学技术不发达的古代,古人留下了许多抓紧机会读书的故事。而随着科技的进步,

图1:4月22日,一名妈妈带着孩子在山东烟台一家书店内读书。新华社发(唐克摄)

图2:4月22日,陕西汉中市南郑区城关小学的学生张天泽(中)、邓一笑(右)和杨译凡在体验在线阅读。新华社记者李一博摄

图3:4月22日,海南琼海一名读者在书店看书。新华社发(蒙钟德摄)

图4:4月22日,贵州丹寨县扬武镇民族小学的学生在读书。新华社发(黄晓海摄)

图5:4月22日,贵州省铜仁市玉屏侗族自治县的小学生们在诵读国学经典。新华社发(欧秀灯摄)

