

共享引领，全面小康不落一人

今日最强音

“十三五”时期的发展实践表明，把增进人民福祉、促进人的全面发展作为出发点和落脚点，才能维护社会公平正义，增进人民团结，不断满足人民日益增长的美好生活需要

人民，推动发展的根本力量；民生，经济发展的旨归所在；共享，引领发展的重要理念。探寻“十三五”时期我国经济社会发展取得巨大成就的原因，共享发展是一个重要密码。坚持发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，作出更有力的制度安排，使全体人民在共建共享发展中有更多获得感，这个“十三五”时期经济社会发展的宝贵经验，值得倍加珍惜，不断丰富和发展。

传媒视点

中共十九届五中全会审议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，为中国未来发展擘画新蓝图，勾勒新路径，开启了中国全面建设社会主义现代化国家的新征程。全新规划下的中国经济和社会，将迎来更高质量的发展和更高水平的开放，为疫情下的世界经济注入信心，各国为之期待。当今世界，正经历百年未有之大变局，新冠肺炎疫情大流行影响深远，经济全球化遭遇逆流，世界经济低迷，国际格局深刻调整。当今中国，正处于“两个一百年”奋斗目标的历史交汇期，全面建成小康社会胜利在望，全面建设社会主义现代化国家开启新征程，经济转向高质量发展阶段，机遇和挑战都出现新变化。如此背景下，此次全会吸引世界目光，成为各国观察中国未来发展的重要窗口。

风云变幻的国际环境需要稳定之锚。全会提出统筹国内国际两个大局，既明确了“十四五”时期经济社会发展“六个新”的主要目标，也描绘了2035年基本实现社会主义现代化的壮阔蓝图。中国对未来发展做出重大战略规划，以长远之计为动荡世界带来稳定预期。正如全球最大银行集团之一的国民西敏寺银行集团经济学家刘培谦所说，审议2035年远景目标说明，中国基于长期考量制定政策，国际投资者可以期待，未来一个时期的中国政策都将具有延续性和一致性。从坚持创新在中国现代化建设全局中的核心地位，到加快发展现代产业体系，推动经济体系优化升级；从形成强大国内市场，构建发展新格局，到全面深化改革，构建高水平社会主义市场经济体制；从推动绿色发展，

中世界新新征期程待

促进人与自然和谐共生，到实行高水平对外开放，开拓合作共赢新局面……全会针对“十四五”发展目标提出的重要举措，为贯彻落实新发展理念、构建新发展格局勾画出清晰路线图。法国《新团结》报主编克里斯蒂娜·比埃说，全会更加注重经济发展的质量和效益，在扩大内需、对外开放、绿色发展、科技创新等方面提出具体举措，将有力助推中国实现繁荣发展，也将有助于疫情后世界经济复苏。

中国的发展离不开世界，世界的繁荣也需要中国。全会提出坚持实施更大范围、更宽领域、更深层次对外开放，再次向世界发出扩大开放的强烈信号。构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相促进的新发展格局，意味着不断发展壮大的中国国内市场将吸引全球优质要素资源的聚集，将使中国进一步成为外商投资兴业的沃土，推动导致国内循环和国际循环相互促进、相得益彰，促进中国与世界各国互利共赢、共同繁荣发展。新加坡国立大学东亚研究所助理所长

陈刚认为，中国新发展格局既有利于自身持续发展，也将给世界带来更富吸引力和更加广大的市场。

新的发展阶段，高质量发展离不开创新驱动、绿色发展。本次全会提出把科技自立自强作为国家发展的战略支撑，提出促进经济社会发展全面绿色转型，建设人与自然和谐共生的现代化，向全世界释放出中国以科技创新催生发展新动能、走绿色发展之路的积极信号。

中华民族伟大复兴的关键时期，中国再次向世界发出了坚定深化改革、扩大开放、促进创新的重要信号，不仅让各国看到中国发展的巨大机遇，更让世界读懂了中国稳步前行的发展密码。宏伟蓝图下，一个敢于追逐梦想、勇于把梦想变成现实的中国必将更好造福世界。

新华社北京10月30日电

有一说一

电视节目能对家庭教育做些什么

近两年，党中央、国务院先后印发了《中国教育现代化2035》《深化新时代教育评价改革总体方案》，提出了加快信息化时代教育变革的要求，鼓励将现代技术融入人才培养过程，采用多样传播形式加大对科学教育理念的宣传解读力度，有效引导了广大家长的教育观和成才观。

家庭是人生的第一个课堂，父母是孩子的第一任老师，信息化时代教育的关键角色是家长。但是，为人父母者，不像学生有考试、员工有培训，绝大多数父母在培养孩子方面都是新手上路。如何帮助孩子扣好人生第一粒扣子、迈好人生第一个台阶，都是他们不得不面对的社会性问题。伴随着80后、90后加入家长队伍以及全面二孩政策的实施，涉及家庭教育的热点话题频频出现，

父母重言传、做身教、授知识、育品德的内在需求也与日俱增。

受制于经济条件、时空局限、表现形式等因素，书籍、讲座、课程等传统方式已不能覆盖家庭教育的全面内容，因此其必须运用更加现代化的传播手段发挥教育的功能。认知和理念的教育不是在单一传播途径中完成的，因此，在互联网时代，通过影视剧、电视节目等融合多种视听元素的新媒体形式去完成教育的功能，也成为一种重要的教育方式。近年来，不少电视剧将叙述主题对准了家庭教育和亲子关系。

如果说艺术化呈现的虚构影视作品很难让家长认可信服，那么以真实记录为主要形式的电视节目则能够打消以上顾虑。亲子教育类节目有稳定的受众群体，一直以来

很难突破固定圈层实现大众化传播，因此制作资源相对薄弱，这使得打造一档兼具热度和口碑的优质教育类节目成为难事。然而，在现实诉求愈加强烈、分众传播趋势愈加明显的当下，这种高度垂直细分的节目类型逐渐受到了制作者的青睐，内容样态正在丰富、信息输出正在提升。

如今的亲子教育节目在“真人秀的鲜活”与“观察类的深度”的全新搭配中产生了更深程度的情感共鸣，凭借对起跑线竞争等热点议题的探讨带来了更深层次的教育启迪。观照教育现实、解决教育难题，一直是亲子教育类节目的功能定位，拓展充分的交流空间来帮助解决实际问题，成为此类节目的重中之重。

围绕“孩子是否应该拥有快乐童年”“作

须不惜一切代价，我们也能够做到不惜一切代价。”这是经过战斗洗礼和实践检验的初心使命，铁骨铮铮、荡气回肠，这是“人民至上”的最好诠释，这是最自然、最朴素，也最坚定的选择。

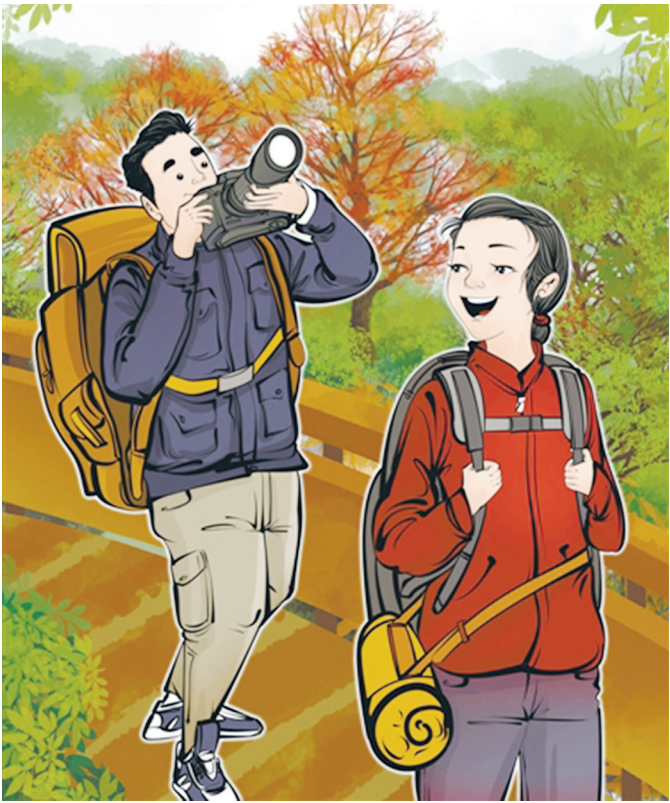
穿越百年的历史，我们依稀听到赵一曼“我的主义、我的信念，绝不更改”的生命绝唱，听到“杀了夏明翰，还有后来人”的铮铮誓言，听到李白烈士那永不消逝的电波声，感受到焦裕禄紧贴着群众脉搏上的心跳……是什么让这些共产党人视死如归、义无反顾、无所畏惧？是信仰，是对共产主义的坚定信仰，让视死如归的英雄气概绵延不绝，代代相传。2003年，非典疫情笼罩中国，坚守一线的护士长叶欣身染病毒，病重地用笔吃力地写下：“不要靠近我，会传染！”长江特大洪水、南方冰雪灾害、汶川大地震、玉

脱贫攻坚战、健康中国建设、文化教育事业发展、社会保障制度完善等取得喜人成果，短短五年时间，我们党牢牢坚持以人民为中心的发展思想，把宏观调控与基层治理关注的重点，有机结合并集中到解决发展不平衡不充分的问题上。共享发展理念如春风化雨，为经济社会发展厚植起发展优势，增强了发展动力，破解了发展难题。“十三五”时期的发展实践表明，把增进人民福祉、促进人的全面发展作为出发点和落脚点，才能维护社会公平正义，增进人民团结，不断满足人民日益增长的美好生活需要。

“民有所呼，我有所应。”党的十九大报告提出，在全面建成小康社会的基础上，再奋斗十五年，基本实现社会主义现代化。新征程开启在即，坚持以人民为中心，增进民生福祉，我们必须将书写无愧于时代、无愧于人民、无愧于历史的新业绩。

据《人民日报》

画里有话



我国森林旅游产业规模壮大

2016年至2019年，全国森林旅游游客量达60亿人次，年均增长率为15%；逐步改变以观光为主的单一旅游模式，开发出森林体验、森林疗养等新业态；产业发展助力脱贫攻坚成效显著……“十三五”时期，我国森林旅游产业规模快速壮大，成为极具增长潜力的绿色产业。

据《人民日报》

业真的是越越多好吗”等典型争议和教育难点，亲子教育类节目努力超越形式，以便给家长提供换位思考的机会，为教育痛点和育儿观念的表达构建场景。虽然几部电视节目的热播并不会产生立竿见影的效果，但当更多人意识到并开始讨论这些话题时，改变或许正悄悄进行。

尽管亲子教育类节目目前没有迎来大规模开发，但其依然在创新中稳步释放价值。具备有意思的看点和有意义的知识点，应该成为该类节目的标准配置和“及格线”。这类节目应该更加指向教育的真问题，无论是家长的做法还是节目嘉宾的观点，或许都谈不上对与错，但讨论的问题本身应该聚焦当下中国家长真实的焦虑、关键的痛点，并通过观点的整合与释放，一方面提供家庭教育的对策，一方面形成对教育改革的舆论和声。内嵌于信息化教育进程的电视教育节目，应该有这样的作为和目标。

据《光明日报》

热点热议

近年来，外资便利店加速“跑马圈地”。与之相比，不少城市本土便利店的数量在减少。

外资便利店打开的新市场空间主要在二三线城市，可以看作是市场下沉的表现。对于本土便利店而言，行业发展开始由激进战略转入稳健发展阶段。不得不承认，无论是硬件配置还是软件服务，本土便利店与外资便利店存在着不小差距。与外资便利店窗明几净的环境、相对舒适的休闲空间、别致的桌椅陈设不同，很多本土便利店挤在狭小的物理空间中。在产品供给上，绝大多数本土便利店仅提供成品与半成品，外资便利店则提供生鲜食品或者冷熟食品简单加工与加热服务。另外，除了中石化的易捷与中石油的昆仑好客等路边店提供夜间服务外，许多本土便利店一到深夜便闭门谢客，很多外资便利店则是24小时全年无休服务。不仅如此，一些外资便利店已实现用户自动便捷下单，货架上的物品也可以通过数据智能化处理即时得到更新补给，而本土便利店还停留在人工操作阶段。

需要指出的是，便利店本就是一种“重资产”运作模式，投入大、回报期长，成本压力不轻，由此必然限制了不少本土便利店的延伸空间。而且，在资本投入不如外资的前提下，本土便利店依赖门店扩容方式很难占得优势，最优选择就是将存量与增量资源集结到内涵提升层面上来。

首先是加速品牌连锁化。日本前三大便利店品牌在其国内占据了89%的市场份额，加盟店比例超过了95%。在国内，排名前10的本土便利店市场份额只有63%，加盟店占比不足50%。因此，通过特许加盟方式，实现国内便利店品牌连锁化，可提高行业规模化优势。更重要的是，这种方式能够提升一些传统杂货店的知名度与辨识度，品牌企业可以直接输出供应链、物流配送以及管理技能等核心竞争力，助力单一门店降低成本、提高效率。

其次是推广全程数字化。目前，扫码支付在绝大多数便利店得到普及，刷脸进门与支付也在部分本土便利店得到应用，但这只是数字化的初级阶段，“数字化+智能化”应当是未来的发展愿景，包括提供线上智能购物车，快捷引导消费者发现与捕捉购买目标，同时通过智能购物车实现门店动态补货。此外，还应当普及自助收银机，方便消费者自买自结等。

再次是品类供给精细化。空间场景的限制决定了便利店不可追求大而全，必须是少而精。在准确把握用户基本品类需求的情况下，本土便利店需要强化个性化的自我定制，用差异化产品形成对用户的吸引力，提高自身品牌的上柜率与占有率。

据《经济日报》

“刷脸时代”须重视个人信息安全

购物时“刷脸”支付，用手机时“刷脸”解锁，进小区时“刷脸”开门……如今越来越多的事情可以“刷脸”，用人脸识别技术来解决。不过，也有很多人认为，人脸识别技术有滥用趋势。有调查发现，在某些网络交易平台上，只要花2元钱就能买到上千张人脸照片，5000多张人脸照片标价还不到10元。

相对于手机密码和二维码，人脸识别无疑又是一次技术创新。而且，人脸识别可以广泛应用到支付、考勤、门禁、解锁等方面。但应该认识到，人脸识别的大规模应用，必须以确保信息安全为前提。否则，越便捷的技术，越有可能给用户带来麻烦，一旦人脸信息丢失或数据库泄密，就可能造成较大风险。

比如，当人们使用密码支付和二维码支付时，持有银行卡或手机这一介质，且密码和二维码均可以更改或变换。手机丢失后，可以通过挂失等方式更换密码，还可通过相关操作让丢失手机中的APP无法登录，进而确保资金安全。人脸识别则不同，因为面部等生物信息具有唯一性和不可更改性，一旦泄露，则不可能再恢复到保密状态。那么，“行走的密码”自然容易导致个人资金及相关信息被窃取。

虽然有的支付机构出台了一定的安全措施，但未必能打消人们的顾虑。比如，相关安全措施并不能确保所采集的消费者生物信息不被泄露。特别是一些小区门禁、刷脸打卡等数据系统的维护能力和安全防护能力较弱，极易导致信息泄露，甚至不排除有人刻意出卖相应信息。媒体报道的“花2元钱就能买到上千张人脸照片”，即是一个例证。

毋庸置疑，人脸识别作为一种技术创新，具有很大的便利性，但不能以牺牲安全为代价。目前，《个人信息保护法（草案）》正在公开征求意见。依法强化对人脸识别信息的保护力度，理所应当。比如，提高图像采集、人脸识别设备制造、使用门槛，避免任何机构或者个人随意采集人脸信息。同时，应强化保护力度，非经法定事由不得提供所获取的人脸信息，并严惩违规者。此外，有必要提升活体检测技术，降低“AI换脸”将照片或面具当人脸的风险，让人们真正掌握自己的“面部信息”。

据《经济日报》

本土便利店须提升内涵竞争力