

坚持人民至上确保民生无忧

■新华社记者 刘夏村

新冠疫情给我国经济社会发展带来冲击，也给人民群众生活带来影响。面对当下复杂局面，党中央旗帜鲜明地强调人民至上、生命至上，强调千方百计确保人民生活不受疫情大的影响，保基本民生被置于更突出的位置。各地各有关部门要采取积极举措抓紧落实党中央各项保民生、惠民生政策要求，兜住民生底线，办好民生实事。

一方面，坚持底线思维，编织好社会保障网。首先，民以食为天，各地要从农牧业生产、供应、销售等各个环节入手，采取有效措施确保“米袋子”“菜篮子”货足价稳。其次，今年疫情加剧经济下行压力，部分地区又遭受严重洪涝灾害，强化困难群体基本生活保障格外重要。对此，要进一步加强对低收入群体精准识别和追踪，对符合低保条件的城乡困难家庭做到应保尽保；进一步完善和健全社会

救助制度，多措并举帮扶残疾人、零就业家庭等困难群体就业。

另一方面，抓紧落实好国家各项惠企政策，激发市场活力。经济发展是推动民生事业发展的根本动力，保基本民生，就要在疫情防控下加快恢复经济社会正常秩序，稳住上亿市场主体。今年以来，国家已经在财税、金融等诸多方面出台了一系列纾困惠企政策，当下关键是要把这些政策落细落实，让市场主体有实实在

在的获得感，同时要深化“放管服”改革，持续优化营商环境，激发市场更大活力。

一言以蔽之，路不险则无以知马之良，任不重则无以知人之德。各地各有关部门要把人民至上的理念化作实实在在的行动，确保“兜”住困难群体，“保”好基本民生，与人民同甘共苦、与人民团结奋斗，让接下来的日子越来越好。

(新华社北京7月11日电)

画中有话

信用惩戒



为进一步规范共享单车停放秩序，黑龙江省住建厅近日施行新办法，对多次违规停放、信用评级低的不良信用信息，将可以会同运营企业推送至有关部门，实施个人信用联合惩戒。

新华社发 朱慧卿 作

全面小康要盯着“长板”补“短板”

■新华社记者 苏晓洲 刘良恒

城镇新增就业1352万人，农村贫困人口减少1109万，贫困发生率降至0.6%……过去的一年中，党带领全国人民书写出一份创造美好生活、奔向全面小康的精彩答卷。

今年，是决胜全面小康、决战脱贫攻坚之年。要彻底实现中华民族千百年来为之奋斗的这一梦想，还有一些“硬骨头”要啃：从人群看，主要是老弱病残贫困人口；从区域看，主要是深度贫困地区；从领域看，主要是生态环境、公共服务、基础设施等。

“木桶理论”告诉我们，组成木桶的木板如果长短不齐，那么木桶的盛水量取决于最短的那一块。实现全面小康尚存的一些“硬骨头”，正是我们的“短板”。有目标才更有动力，我们迫切需要盯着“长板”补“短板”。

补“短板”，需要抓住主要矛盾。值此决战决胜全面小康关键时刻，要一鼓作气，尽最大努力把扶贫工作重心向深度贫困地区、深度

贫困群众转移，着力解决当前精准扶贫工作中存在的一些突出问题。此外，还要不断巩固已经取得的扶贫成果，坚决杜绝“数字脱贫”“报表脱贫”等形式主义，防止脱贫户返贫和边缘户掉队。

补“短板”，需要借鉴“长板”经验。“长板”之所以“长”，固然有其先天优势和各方面有利条件，但与后天奋斗有直接关联。在帮扶深度贫困地区时，有必要学习、借鉴“长板”的“长”综合施策，有效激发贫困地区和贫困群众奔小康的内生动力，增强致富技能，让扶贫效果更巩固持久。

补“短板”，需要科学辩证施策。“补”要秉持科学动态思维和长远眼光，不能刻舟求剑、形而上学。例如，解决“两不愁三保障”的同时，要着手开展农村人口素质教育；借“脱贫摘帽”之机，大力加强农村基层组织建设、完善公共服务设施、培育乡村经济促进充分就业等等。

啃下“硬骨头”，把“短板”补长，我们走向小康生活的步伐将更加坚实、有力。

(新华社长沙7月10日电)

近视矫正市场需“矫正”

■王君平

近期，一些医院眼科门诊中小学生就诊人数明显增加，不少孩子出现视力下降甚至近视症状。这一方面是由于疫情防控期间一些门诊关停，或是家长出于安全考虑没有及时带孩子就诊；另一方面则出于长期在家上网课、复课后课业压力加大等原因，没有保障好用眼卫生。儿童青少年近视问题令人揪心，视力纠正产品市场的问题也值得关注。

儿童青少年近视，不仅仅是教育问题、卫生问题，也是社会问题。我国学生近视呈现高发、低龄化趋势，严重影响孩子们的身心健康，这是一个关系国家和民族未来的大问题，必须高度重视。世界卫生组织公布的一项研究报告显示，中国近视患者达6亿人，青少年近视率居高不下。庞大的“小眼镜”群体，催生出旺盛的“摘眼镜”需求。

然而，市场上的近视矫正产品令人眼花缭乱。有的商家推出视力矫正产品，宣称能有效提高视力，“快的一个月改善50度，慢的两个月改善50度，100%有效”；有的商家自称使用了“3D训练”“5D热敷”等“先进技术”，制造概念吸引家长掏腰包；有的青少年护眼机构开出高价，一些套餐产品每疗程价格高达万余元。我国广告法规定，医疗、药品、医疗器械广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证的内容；除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。然而，从线上商城到线下商家，一些机构搞虚假宣传，以护眼之名行骗钱之实。近视矫正市场良莠不齐，亟待治理。

净化市场环境，更好保

障儿童青少年权益，就要坚持有法必依、执法必严，整合力量、强化监管，重拳出击、落实措施，坚决查处无效产品、无良商家，狠刹虚假宣传、欺骗性消费的歪风。与此同时，也应注重引导，帮助家长和孩子理性看待近视现象和近视矫正，避免“有病乱投医”。家长希望一劳永逸地摘掉近视孩子的眼镜，这种心理经常被不良商家所利用。此前，国家卫生健康委办公厅联合多部门发布《关于进一步规范儿童青少年近视矫正工作切实加强监管的通知》明确：“在目前医疗技术条件下，近视不能治愈。”所谓“康复”“恢复”“近视治愈”等表述，纯属误导。对家长来说，与其急功近利地去寻找视力矫正产品，莫如在帮助孩子提升健康素养上下功夫，努力培养孩子科学用眼、爱眼护眼的良好习惯。

除了依法打击、有力引导，也要从根源上铲除儿童青少年近视滋生的土壤。目前，人们对近视的严重性还重视不足，一般只是把近视等同于“戴眼镜”。事实上，近视也是一种疾病，高度近视不仅是致盲和视力损伤的重要原因，因其具有遗传性，还会影响下一代的健康。教育部、国家卫健委等八个部委联合印发的《综合防控儿童青少年近视实施方案》明确将儿童青少年总体近视率纳入政府绩效考核。切实提高认识、加快行动，把降低孩子近视率摆到更加重要位置，将视力健康纳入素质教育，把课余时间真正还给孩子，让他们走进大自然、远望星空，才能给孩子一双明亮的眼睛。

健康是社会文明进步的基础。医学证明，新生儿的双眼处于远视状态，是一种“远视储备”。合力呵护好孩子们的视力，就是保护民族的“远视储备”，以视觉健康推进健康中国建设。