

山西：转型发展蹚新路 表里山河焕新颜

太行山再高，也高不过人们对美好生活的向往；吕梁山再深，也挡不住人们跨越贫苦日子的脚步。

在山西这片厚重的黄土地上，3700万干部群众铆足一股劲接续奋斗，战贫困奔小康，让三晋大地富起来秀起来。乘着新时代的发展东风，这里的人们重整行装再出发，踏上转型发展蹚新路的新征程。

摘掉穷帽子，黄土地不再“贫瘠”

谷雨过后，吕梁山草木吐翠，春意盎然。

“五一”前的一天，吕梁市柳林县薛家湾村村民胡在忠在儿孙的簇拥下庆祝百岁生日。在宽敞亮堂的二层楼房里，看着一大桌子精心准备的菜肴，胡在忠感慨万千，给孩子们讲起自己过去不同时代心里的愿望：吃一碗白面、穿一件新衣、盖一间砖房、买一辆车子、来一次旅行……

“少年时一家人挤在山坡上的破旧土窑洞里，经常饿肚子，衣服上全是补丁。”胡在忠回忆道，新中国成立后，成为乡村教师，每次开学，都要步行20多公里的崎岖山路去黄河岸边的学校。

时光如梭，胡在忠家的生活随着时代的变迁发生了翻天覆地的变化：吃穿不愁、盖了新房、孩子们开上了小汽车，还坐上动车和飞机出门旅游……“过去的心愿全都实现了。”胡在忠说，现在的愿望，就是要多享几年福。

过去几十年，特别是党的十八大以来，三晋大地处处发生着像胡在忠家一样的嬗变。

太行、吕梁两山夹峙的山西，一度是全国脱贫攻坚的重要战场。2015年全省贫困发生率达8.33%，近一半的县是贫困县。赵家洼、椿树沟、万年窑、如意洼……一个个存续了千百年的贫困村村名，无言地诉说着老百姓恶劣的生存环境以及他们对美好生活的向往。

脱贫攻坚战打响以来，山西近5万名干部奔赴贫困地区，跟群众一起想出路、建设施、忙搬迁、兴产业。短短几年间，全省329万贫困人口全部脱贫，贫困人口人均纯收入从2015年的2327元增长到2020年的9592元，过去住沟洼峁梁里的贫困群众搬出大山，渴望吃饱肚子、过上如意生活的老百姓终于圆了梦想。

脱贫后的山西省忻州市岢岚县宋家沟村村民周明则当起了护林员，学会了编织，还迷上了唱歌。上山巡林的路上、游客聚集的村头、微信里的歌友群，时常能听到他的歌声。“日子好了才有心思唱歌，过去那恓惶日子，谁有心思唱呢？”他说。

作为一个易地扶贫移民村，宋家沟如今已被打造成AAA级旅游景区，“五一”期间迎来了一批又一批游客。周明则每天帮着执勤，从早上六点忙到晚上七点半，为乡村振兴尽一份力。

披绿装补短板，表里山河重焕风采

不久前，太原市玉泉山城郊森林公园内的25万株樱花竞相盛开，形成一道“醉美”春景，吸引了众多市民。



这是太原市玉泉山城郊森林公园的景色（2020年7月19日摄，无人机照片）。新华社记者 曹阳 摄

这座总面积约13平方公里的公园，10多年前还分布着众多石膏矿、小煤窑，采矿形成的山体破坏面有200多处，矿产废弃物及各类城市垃圾形成了7个大型垃圾场，是太原市粉尘的主要源头。

引水上山、修复山体、遍植绿树……经过不懈治理，这里变成了综合性生态旅游公园。“我每周末都会来这里转转，不仅是看风景，也是感受生态环境的变化。”太原市民王凯说。

山西之长在于煤，山西之短在于水，山西之痛在于生态环境。缺林少绿、水资源不足、河道断流、水体污染、多座城市“上榜”严重污染城市，一段时期内，山西在保障全国能源供应的同时，承受着巨大的生态之痛。

全面建成小康社会，不仅要经济强起来、百姓富起来，生态环境也要好起来。近些年，山西践行“两山理论”，聚焦山、水、气、城等领域存在的突出生态短板，持续加强生态环境治理与修复，让表里山河重焕风采。

在太行山、吕梁山等重点区域，山西掀起造林绿化高潮，仅“十三五”期间就造林2300多万亩，全省森林覆盖率从20世纪50年代初期的2.4%提高到2019年底的23.18%，历史上首次超过全国平均水平。从昔日“十山九秃头，洪水遍地流”，到今天“绿树村边合，青山郭外斜”，山西筑起了坚固的京津绿色屏障。

为破解水资源困局，山西大规模建设应急水源工程、大水网工程。在有效解决水源不足、分布不均等问题的基础上，又重点实施汾河流域生态修复，加强“两山七河五湖一流域”生态修复保护。经过努力，汾河、桑干河等流域生态全面改善，晋阳湖、漳泽湖等省内主要湖泊得到有效治理，“一泓清水入黄河”的美好愿景正在逐步变成现实。

通过加快产业结构调整、能源结构清洁化低碳化等措施，山西重点城市、汾渭平原等重点区域环境空气质量也明显好转，去年全省环境空气质量综合指数平均值同比下降9.9%，优良天数比例较上年增加8.3个百分点，涌现出“大同蓝”等许多城市新名片。

厚植生态，就是厚植未来。“五一”期间，全长75公里的太原汾河景区自行车道开通运行。蓝天白云下，众多市民在绿树掩映的碧水岸边骑行，尽情享受生态向好带来的红利。

让高质量发展成为三晋最强音

作为煤炭大省，山西产出的煤炭曾经“点亮全国一半灯”。然而，长期以来“一煤独大”的资源型经济，不仅造成过度依赖煤炭的粗放发展方式，而且挤出了改革、挤出了创新、挤出了人才、挤出了山西发展的综合竞争力。

转型发展蹚新路，成为摆在山西面前的一道新的“时代考题”。

为此，山西提出实施非均衡发展战略，做强做优基础产业，培育壮大新兴产业，谋篇布局未来产业，以基础产业的有效支撑为新兴产业、未来产业发展赢得时间空间。

山西同时向改革创新要动力。近几年，山西瞄准经济高质量发展和创造高品质生活，在国资国企、行政审批、科技体制、县域医疗卫生一体化、教育布局优化调整等众多关键领域大力度推进改革，有效释放了经济社会发展的活力。

今年以来，出现在山西多地防疫卡点的“气凝胶零耗能小屋”颇受关注。“这间18平方米的小屋使用了气凝胶保温墙板、石墨烯发热膜地板和能发电储能的光伏板，全都是华阳集团自主研发的新材料。”华阳集团宏厦三建公司副总工程师王惠荣说。华阳集团的前身阳煤集团曾是知名老牌煤企。在去年山西新一轮国资国企改革中，这家老煤企告别传统煤炭业务，专攻新材料产业，成为山西加速新旧动能转换的一个典型。

数据显示，“十三五”时期，山西战略性新兴产业增加值年均增长7.8%。今年一季度，全省装备制造业、工业战略性新兴产业、高技术制造业增加值均明显快于全省规上工业增速，部分新产品产量快速增长。

经过持续发力，山西煤、焦、冶、电等传统产业正加速向智能化、绿色化转变，大数据、半导体、光电、光伏等14个战略性新兴产业集群也在加速形成并产生效益。

新征程，再出发。

从“一煤独大”到“八柱擎天”，从过度依赖要素驱动到更多依靠创新驱动，肩负着国家资源型经济转型综合配套改革试验和能源革命综合改革试点使命的山西，正朝着高质量发展的目标奋勇前行。

新华社记者 喻国政 王飞航 马晓媛

（新华社太原5月9日电）

中国大市场 共享新未来

——从四大经贸盛会看新发展格局新气象

超过30摄氏度——这是海口市的室外温度；4.8万人次——这是首届中国国际消费品博览会开馆首日，场馆内的实时“温度”。

人潮涌动、生机勃勃，首届消博会的全新平台折射中国经济“热度”。

4月，第129届广交会“云”上举办；5月，消博会火热进行；2021服贸会、第四届进博会也在紧锣密鼓筹备中……四大经贸盛会轮番登台，释放扩大开放的鲜明信号、搭建互利共赢的合作平台，勾勒出新发展格局下中国经济的活力与魅力、信心和底气。

构建“四轮驱动”的国际化大市场

8日上午，营养品公司康宝莱的展台前人头攒动。已连续三年参加上海进博会的这家美国企业，如今又“转场”消博会。

“中国消费升级的商机、不断成长的市场、主动向世界开放的决心，给了企业在华发展的契机。”康宝莱中国区总裁、全球高级副总裁郭木说。

已经有了广交会、进博会、服贸会，中国为何还要举办消博会？

“消博会可实现全球买家、卖家的直接交易，引进国外优质消费品，弥补国内高端供给不足，是畅通国内大循环的载体；联通两个市场，推动商品、服务和要素顺畅流动，也是促进双循环的载体。”商务部副部长王炳南这样阐释。

中国国际经济交流中心总经济师陈文玲说，广交会主要聚焦货物出口，进博会侧重货物和部分服务的进口，服贸会侧重服务业扩大开放，消博会则定位位于国际消费精品的全球展示和交易平台，“四大经贸盛会共同构成了国家级商务会展体系，形成中国国际化大市场的‘四轮驱动’。”

在新冠肺炎疫情全球蔓延背景下，四大展会尽管定位不同，但都是中国克服困难、履行对外开放承诺的坚实行动。

广交会已经连续三届线上举办，中外客商热情不减——第129届广交会采购商数量稳步增长，来源地再创新高。

去年9月服贸会上，中国宣布了一系列推动服务业扩大开放的措施，如今，国家服务业扩大开放综合示范区和中国（北京）自由贸易试验区建设251项任务清单已落地过半。

展馆内，伴随着此起彼伏的音乐，各大品牌新品首秀、首发、首展仪式纷至沓来，你方唱罢我登场。

进博会连续三年举办，“开放”是不变的最高频词——习近平主席三次进博会演讲，“开放”平均每场出现32次之多。

首届消博会上，8万平方米展览面积中，国际展区占25%，外资企业和外资品牌占大头，开幕以来，场馆内外人潮涌动，开放中国，魅力尽显。

彰显高质量发展的中国理念

可以“预测”10分钟后人体平衡温的体温计、测算压力指数、并提出解决方案的按摩椅，能以98%准确率翻译近200个国家和地区语种的新款翻译器……消博会上，科技十足的多项项产品纷纷亮相。

从广交会上成为主流的高端化、智能化、品牌化、定制化产品，到进博会的一项项黑科技，再到服贸会上机器人、物联网技术的扎堆亮相……新创意、新理念、新科技，是贯穿四大展会的不变主题。

“随着消费升级，健康、绿色、品质已经成为中国消费者购物车的关键词。”苏宁家乐福商品副总裁陈尚斌表示，借助大型会展平台，将促进更多全球优质商品加速进入中国。

高品质需求，不仅体现中国消费结构的转型升级，更是中国经济高质量发展的现实写照。

从广交会、服贸会到进博会、消博会，从“世界工厂”到“世界市场”，中国经济的发展之路，就是不断融入世界经济大循环、并以自身发展促进共同发展的历程。

从“汇全球”“买全球”，到足不出户“逛全球”“卖全球”，世界在共享中国14亿人口、超4亿中等收入群体的超大市场机遇的同时，更通过四大经贸盛会，直观感受到了中国创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念。

就在不久前，中国向世界交出了一份亮眼的经济“首季报”——GDP增长18.3%，两年平均增长5.0%。

“2021年全球增长的引擎！”如今，法国巴黎银行的投资策略师们这样评价中国，并指出“这得益于亚洲国家之间贸易增长以及中国向高科技和高质量供应商转型”。

搭建互利共赢的合作平台

展馆内，伴随着此起彼伏的音乐，各大品牌新品首秀、首发、首展仪式纷至沓来，你方唱罢我登场。

记者从消博会官网的国际品牌新品发布活动安排上

看到，仅8日当天，就有20余个国家品牌携新品亮相；在为期4天的消博会上，将有上百款消费精品首发首秀。

全球首秀、亚洲首展、中国首发，从进博会到消博会，这样的场景已经成为一道靓丽的风景，彰显中国市场的独特魅力。

在当前情况下，中国克服困难接连举办四场经贸盛会，展现出同各方分享发展机遇的开放姿态，为各家企业搭建了合作平台，也以实际行动成为维护全球产业链供应链稳定的重要力量。

以展会平台为契机，一批新业态新模式快速发展——

8日下午，日本美妆巨头资生堂的消博会展厅直播间内，一场推广活动正在进行，知名博主与网友实时互动，推广资生堂旗下两个高端护肤品牌。

该展厅工作人员介绍，这两个品牌有望于今年下半年进入中国市场。借此次直播推广，希望向国内消费者介绍品牌理念、试用感受，为产品上市积攒人气。

借助展会搭建的平台，直播带货这样的新业态已成为国内外参展商的“标配”。

第129届广交会上，有了前两次“云参会”的经验，参展企业表现游刃有余，海外营销更精准，直播带货更熟练，服务业务更多元。

随着大型展会越办越好，展会“窗口效应”“溢出效应”越来越强——

一场场展会架起了各方走近中国的桥梁，而与此相连接的，是中国广袤土地上，更为宽广的合作空间。

看好海南自贸港的发展潜力，美国强生不仅携旗下8大品牌亮相消博会，还成为最早与乐城国际医疗旅游先行区合作的跨国医疗健康企业之一；意大利制药企业凯西在第三届进博会结束后不久，就宣布将在上海的外高桥投资设立贸易公司……

如今，越来越多的新产品、新服务加速进入居民家中、工厂车间，新合作、新朋友的建立则让更多的外资企业坚定了在华深耕的信心。

从海南国际会展中心一路向东，在海口美兰机场附近，正谋划建设的全球消费精品中心项目，将为国内外消费精品提供常年展示交易平台，打造永不落幕的“消博会”。

“海南是一个有着巨大发展潜力的省份。”敖司堡（上海）贸易有限公司总经理何塞说，无论是海南省，还是中国政府，都采取了很多切实举措推动经济发展，这对企业而言是一个机会。新华社记者（新华社海口5月8日电）

市民吐槽网约车打车贵、司机抱怨平台抽成高，网约车平台收取服务费抽成究竟几何？你和司机对过账单吗？

新华社记者近日走访调查，对照乘客付款账单、司机收款账单明细，两者差距从25%至35%不等。围绕这些抽成，如何把“糊涂账”变为“明白账”？记者专访了网约车平台以及专家。

悄悄溜走的“抽成”

多名网约车司机对记者表示，滴滴网约车平台对网约车司机营运费用抽取平台服务费，每单抽取比例在25%左右甚至更高，而且并不透明。

记者近日在合肥的下午非高峰时段乘坐了一辆网约车，行程近10公里。到达目的地后，记者与网约车司机孙师傅比对了一下账单，记者支付了24.29元，而司机师傅实际收入18.32元，简单计算发现平台抽成5.97元，抽成比例达24.5%。而且，司机账单中仅显示扣除基础信息服务费0.5元，没有体现平台抽成情况。

晚上7点高峰时段，记者在合肥又乘坐了一辆网约车，行程3.5公里。在车上，记者跟司机苏师傅聊起平台抽成话题，苏师傅表示自己不清楚平台抽成比例，也不太关心这个话题：“反正要抽钱，你叫它少抽也不可能。”记者到达目的地后，与苏师傅比对账单，记者支付9.75元，苏师傅实际收到7.31元，抽成比例为25.02%。

北京司机贾师傅反映，网约车平台抽成不固定，也没有一个明确的账单和解释，他们一般也不方便向乘客支付了多少钱，所以对于平台抽成也只能听之任之。偶尔问乘客，就会发现在高峰期或者是长途大单时，平台抽成能达35%甚至更高。“你跟客服沟通，人家根本就不管这个。”贾师傅说。他也打电话询问过平台，但客服不是支支吾吾就是踢皮球。

一位网约车司机说，全国和他一样经常使用滴滴网约车平台的司机数以万计，每人每天都在被抽成，这是一笔巨额收入。还有的司机说，网约车平台公司运营、软件维护需要成本，公司也需要盈利，这是可以理解的。

网约车平台公开相关数据

对于网约车司机有关平台“抽成”的质疑，滴滴网约车公司对记者进行了回复。

据滴滴网约车公司CEO孙枢介绍，以2020年数据为例，滴滴网约车司机收入占乘客应付总额的79.1%。剩下20.9%中，10.9%为乘客补贴优惠，6.9%为企业经营成本（技术研发、服务器、安全保障、客服、人力、线下运营等）及纳税和支付手续费等，3.1%为网约车业务净利润。

部分网约车司机提出滴滴收“高抽成”之后再补贴司机和乘客、为何不直接降低“抽成”的意见，滴滴网约车公司回复称，为激励司机在雨雪天气、早晚高峰、节假日出行高峰、需求旺盛的区域多出车接单，平台会通过补贴激励司机多劳多得、优劳优得。如果完全按照“平均主义”，那意味着失去供需调节的弹性，高峰期和热点区域就更难打到车了。

但对滴滴的解释，一些网友并不认可，认为有大而化之、转移视线之嫌。面对滴滴网约车公司给出的服务费计价规则和清单数据，有的网约车司机认为，相对于网约车平台，司机是分散的、无组织的个体，处于天然弱势地位。平台制定、提高服务费收取标准，司机只能被动接受。

合肥市出租车司机朱师傅告诉记者，最近一年多来，网约车平台对出租车司机免费服务也变成了抽成服务费，根据每一单里程进行收费，距离越长，收费越高。至于服务费标准制定的过程中，何时开始收、何种方式收、应该收多少，司机完全没有话语权。

记者发现，网约车平台以格式合同形式向司机提供的服务合作协议中，要求司机必须同意“按照我司不时更新的费用结算标准……定期或不定期进行结算”。北京盈科（成都）律师事务所律师谢斐表示，按照民法典确立的平等主体之间民事合同作法准则，网约车平台的结算标准和内容应该清晰透明，不能云遮雾罩。同时，法律有明确规定，平台方以格式合同不合理地免除或者减轻其责任，加重司机责任、限制司机主要权利的，应视为无效。

网约车平台抽成，究竟谁来“定调”？

平台成本几何？服务费收取标准如何制定？广大司机和乘客如何表达诉求？面对网约车平台抽成，一连串问题接踵而来。

2016年施行的《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》规定，国务院交通运输主管部门负责指导全国网约车管理工作。办法还规定，网约车运价实行市场调节价，城市人民政府认为有必要实行政府指导价的除外。北京航空航天大学工业与信息化法治战略与管理重点实验室办公室主任赵