学习《决定》每日问答

# 如何理解完善市场准入制度，优化新业态新领域市场准入环境

**新华社北京8月13日电** 《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出："完善市场准入制度，优化新业态新领域市场准入环境。"这是构建高水平社会主义市场经济体制、完善市场经济基础制度、建设全国统一大市场、推动经济高质量发展的重要举措。

市场准入制度是市场经济基础制度之一，是推动有效市场和有为政府更好结合的关键。党的十八大以来，党中央、国务院对实行统一的市场准入制度作出了一系列重要部署。2018年起，市场准入负面清单制度全面实施，公平开放透明的市场准入规则逐步建立，清单历经3次动态修订，事项大幅缩减。"全国一张清单"管理模式全面确立，市场准入效能评估稳步开展，一批人民群众关心、企业关切的典型准入壁垒有效破除。海南、深圳、横琴粤澳深度合作区、广州南沙等放宽准入政策措施出台落地，市场准入制度体系逐步建立，为完善市场经济基础制度，建设高标准市场体系，构建高水平社会主义市场经济体制提供了有力支撑。同时要看到，市场准入制度还不完善，市场准入效能评估指标体系不健全，市场准入制度落实执行存在不足，新业态新领域市场准入规则标准不明确，准入环境有待优化。伴随我国进入高质量发展阶段，对构建高标准市场准入制度体系提出新的更高要求。完善市场准入制度，优化新业态新领域市场准入环境，有利于厘清政府和市场的边界，减少政府对市场的不当干预，破除各类地方保护、市场分割等市场隐性壁垒，推动实现公开公平市场准入，营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，提高各类经营主体经济活动的可预期性，充分释放经营主体活力，为建设全国统一大市场、构建高水平社会主义市场经济体制提供制度保障；有利于为新业态新领域创造良好发展环境，促进新业态新领域更好更快发展，推动加快发展新质生产力。

完善市场准入制度，优化新业态新领域市场准入环境，要强化宏观统筹协调，持续健全市场准入制度体系，推动市场准入制度框架更加完备。一是加强市场准入制度顶层设计，推动构建开放透明、规范有序、平等竞争、权责清晰、监管有力的市场准入制度新体系。二是完善市场准入负面清单管理，严格落实"全国一张清单"管理模式，市场准入负面清单实行动态调整，清单事项内容向社会全面公开。严禁在清单之外违规设立准入许可和增设准入条件，保障各类经营主体依法平等准入。三是科学确定市场准入规则，实施宽进严管，放开充分竞争领域准入，减少对经营主体的准入限制。对关系国家安全和涉及全国重大生产力布局、战略性资源开发、重大公共利益的领域，兼顾社会效益和经济效益，依法实施准入管理。四是创新优化新业态新领域市场准入环境，按照标准引领、场景开放、市场推动、产业聚集、体系升级的原则路径，分领域制定优化市场准入环境实施方案，提高市场准入效率。五是加大放宽市场准入试点力度，围绕战略性新兴产业、未来产业重点领域和重大生产力布局，以法规政策、技术标准、检测认证、数据体系为抓手，选择重点地区开展放宽市场准入试点，分批制定和推出放宽市场准入特别措施，做好特别措施的落地实施，及时进行政策评估和推广应用。六是加强市场准入制度落实和监督管理，加强准入效能评估，实现市场准入效能评估全覆盖，鼓励地方结合实际加强评估结果应用。强化准入监管，建立与市场准入相适应的监管模式，推动形成政府监管、企业自觉、行业自律、社会监督良好格局。

## 科技育苗 助农增收

近日，建德市新安种业有限公司的组培室里，技术人员正在进行草莓原种苗的优选培育。今年，该公司创建智能无菌组培实验室，通过草莓三级育苗体系，以红颜、建德红等十余个优良品种草莓的纯优原种匍匐茎为母本培育原种子苗，确保草莓秧苗的"血统"纯正，结出的果实品质稳定、原种原味。

通讯员宁文武 摄

# 变味的"网红医生"是如何制造出来的

在灯光和布景下，摄像师调整好画面，开启镜头。一位身穿白大褂的医生盯住镜头，调节好情绪，眼神不时瞟向一侧的提词板，面带笑意，侃侃而谈。

这不是电视台在录节目，而是一些主打健康科普的医生，以拍摄自媒体视频走红网络的方式。他们在短视频平台、社交媒体上做科普、讲解健康知识，有些已被打造成有百万粉丝的"网红医生"。

这些视频账号是医生本人在运营吗？医疗健康自媒体的边界在哪里？对此，记者进行深入采访发现，这些账号背后有着一条运作链条：由医生出镜，运营部门拍摄剪辑发布内容，并负责广告投放，再由客服部门维护评论区、回复私信，通过能拉动网络流量的"话术"将粉丝转化为医院患者。在非专业、非正规团队运作下，出现了一些借提供所谓"专业服务"带货卖课、开展不当营销的"网红医生"，让有些医疗健康科普变了味、走了样。

**懂流量密码，医疗健康知识却是"小白"**

虽然不是医务工作者，但姜雨（化名）每天穿梭在医院里。早上，她从陪医生查房或坐诊开始一天的工作。她和摄像师分工明确，一人负责在医生和病人的交流中寻找选题和文案策划的灵感，一人负责拍摄素材。

姜雨是一家私立医院自媒体运营团队负责人之一，带领10名员工运营一位医生的全平台账号。她告诉记者，这位医生每天接诊几十位患者，没有时间进行视频内容更新，都是由姜雨和助手一手包办，从图文、视频和直播的选题及文案策划，编导拍摄，剪辑发布，到账号后台数据的维护、回复和用户转化，都要加以运营维护。

在姜雨看来，医院将机构或者医生个人的自媒体账号交由运营团队或者网红孵化机构（以下简称"MCN机构"）代运作，是比较常见的操作模式。而部分机构或个人，为了"出圈"、博"流量"，不惜采取一些"出格"手段。

记者发现，有的"网红医生"背后有专门的"操作"团队，平台上活跃着一些新媒体运营师，为医疗科普号增加流量"支招儿"。一位平台描述为专注医疗流量变现的MCN机构创始人在视频中声称，想做爆款视频，要根据自身专业，寻找10个流量做得好的同类IP，从他们的内容中梳理出最火的20个视频，进行1:1翻拍。诸如此类的"起号攻略"在平台上颇受追捧。

这些"操作团队"制造一个"网红医生"，从文案策划开始，提供一条龙服务。他们专门研究互联网流量密码，但在医疗健康知识上有的却是"小白"。

姜雨坦言，目前，她们团队中没有医疗专业背景的成员。"之前有一个学护理的，后来被调到客服部了。"这些非专业人士写文案时，把从网上东拼西凑的科普内容进行"加工"。医生只是在拍摄前大概看一下，忙的时候甚至拿过来就念，起不到把关作用。

不同医生术业有专攻，但记者在一些医生的视频账号中看到很多"杂谈"，例如蚊子的天敌是什么、高考志愿如何填报等不在医生专业范围内的内容。"什么内容火就蹭什么，先把用户吸引过来再说。"姜雨说，图文内容写起来更为简单，运营人员像裁缝一样各种拼接，为了攒出"爆款"，他们主打"标题党"路线，制作的标题或危言耸听或贩卖焦虑，以吸引眼球。

陈浩（化名）是一名产科医生，从2021年开始在自媒体平台进行健康知识科普。他告诉记者，科普工作占用了自己大部分空闲时间，有时凌晨1点还在拍摄短视频。由于平时工作比较繁忙，他的账号很难保持高频次更新。

去年，曾有一家MCN机构向他抛来"橄榄枝"，但他查看该机构运营的几个医生账号后，放弃了签约。"一个儿科医生却在教大家怎么选择隐形眼镜。"陈浩说，有的医疗科普账号只是为了迎合大众口味，而不是认真做专业的科普。

**为求流量不惜"摆拍、编故事"**

为了吸引更多流量，姜雨和团队成员把医学科普内容尽可能做得趣味化，甚至不惜"出剧本、编故事"。运营人员将声音进行变速等处理后，就变成长途跋涉前来问诊求助的患者。

他们会抛出诸如"儿子谈的女朋友确诊，还能娶吗""小情侣看病欺骗医生，不说实话有多可怕"这样易引发社会关注的话题，或是"丈夫患病二十载，妻子始终不离不弃"的温情故事，由此吸引眼球、制造话题。"这样的视频点赞和评论明显更多，会带动流量上来。"姜雨说，"年轻的、有表现力的医生还可以安排专门的剧本摆拍。"

类似这样的医疗自媒体摆拍现象并非个例。今年1月3日，一名拥有42.7万名粉丝的儿科医生郭某在其认证自媒体平台上发布视频：他从门诊下班后，发现候诊区有一对母女从广西坐火车赶来看病，因不会预约挂号，想在候诊区睡一宿，第二天再挂号。

郭某在视频中称，他当时"心里一酸，心情很复杂，擦了擦眼角的泪水"。他担心母女夜里着凉生病，于是加班为孩子看病。在视频的评论区里，不少网友为这位医生的行为感动点赞。

后来有网友发现，同样"温暖人心"的故事，出现在全国数十位医生的自媒体账号上。这些故事剧情高度相似，连视频开头的话都是相同的。后来，郭某在接受媒体采访时承认，这些内容系其宣传团队"添油加醋"所致，拍摄时他只是照着稿子念一遍。

除了"剧本摆拍"，一些"伪科普"更容易让人步入误区。

在某网络平台上，有些短视频创作者以"亲身经历"的方式，展示各种所谓"视力恢复"技巧。这些博主声称，只要按照他们的方法进行训练，视力就能得到显著"改善"甚至"恢复"，可以从深度近视800度好转到100度。

对此，中国互联网联合辟谣平台进行批驳，强调目前医学上尚无有效根治近视的方法，只能通过科学矫正、改善用眼习惯等避免加重。

航空总医院神经内一科主任邢岩一直致力于医疗科普工作。她认为，医生应正确对待医疗科普视频，关注社会热点和民众需求，针对常见疾病、健康误区等问题进行专业的科普宣传，而不是追求"流量为王"。同时，她提示公众保持理性，提高健康知识素养，对于网络上的医疗信息，审慎地加以辨别和筛选，避免被虚假信息所误导。

**"网红医生"开通橱窗带货功能**

在姜雨和运营团队看来，遇到一个适合打造网络个人IP（个人品牌——记者注）的医生并不容易，她所在医院有近10位医生，他们尝试为5位医生开设自媒体账号，只有两位医生的账号有"网红"潜质，目前全网均有600多万名粉丝。

"网红医生"有了流量，就可以借此"变现"。他们可以向医院引流患者，也可以在线问诊。还有的MCN机构会筛选有需求的用户，将他们匹配给合作的医生，这些医生会作为健康管理顾问，对人们的日常生活习惯、饮食习惯及健康需求进行指导。

姜雨平时经常与同行们交流，她发现，大部分专注医疗科普账号的MCN机构设有专门的客服团队。科普内容发布后，医生的账号就交由客服部接手。客服人员负责回复评论或私信，将流量引入医院。"平台不会管，因为问诊过程发生在平台之外。"姜雨透露说。

记者在某平台私信了一个由MCN机构运营的医生账号，随即收到一条自动回复的消息，其中包含一个链接，点击该链接，被引导至一个第三方平台，要填写患者确诊病种、患病时间以及电话号码等信息。次日，记者接到该医院的客服电话，对方自称是该医生的助理，发送了医院地址，邀请前来问诊。

姜雨坦言，她运营的这家医院的两个医生自媒体账号1个月可以为医院引流200位患者，"运营创收效果还是很不错的"。

此外，有不少医疗自媒体账号开通了橱窗带货功能，视频内容主打健康科普，带的货却从养生产品到生活用品、厨具等，琳琅满目。姜雨运营的一个医生账号的橱窗主页显示，在售件数2653件，有2388人跟买。

记者查看几个由MCN机构运营的医生账号内容后发现，这些机构擅长进行隐性商业广告植入。比如，医生在视频中只推荐某些成分或配方，并不提及具体产品。而在评论区，往往会有一些粉丝基于对医生的信任，询问其推荐哪个品牌，这些医生便会在置顶评论回复中加以"指引"。

以专业、合规为方向，对医疗自媒体进行综合治理十分必要。近年来，各大短视频平台严格把关医生专业身份认证和医疗健康科普发布门槛。但记者调查发现，仍有一些未认证的账号，不是医生，却打着医生旗号进行"伪科普"。

姜雨表示，受平台政策调整影响，医疗自媒体账号越来越难做。但对于某些要求，可以"上有政策下有对策"。按规定，个人账号需要具备"公立三级医院主治医师及以上资格"。对此，姜雨说，可以通过让医生多点执业（符合条件的执业医师受聘在两个以上医疗机构执业的行为——记者注）来实现平台认证。她运营的账号就是通过"挂靠"山东某医院，取得认证的民营医院医生账号，目前仍在运营中。

据《中国青年报》

## 更快突破1000亿件！中国"小包裹"实现新跨越

**新华社北京8月13日电** 突破1000亿件！比2023年提前71天！"小包裹"跑出"加速度"。

国家邮政局监测数据显示，截至8月13日，今年我国快递业务量已突破1000亿件。这意味全国人均收到快递71.43个，每一秒钟有5144件快递、每一天有4.4亿件快递在神州大地上流动着。

快递物流是反映经济活力的"风向标"，是经济发展的"晴雨表"。

"小包裹"跑起来，既有量的增长，更有质的提升。数据显示，快递业最高日业务量超5.8亿件，月均业务量超130亿件，月均业务收入超1000亿元，均创历史新高。

"小包裹"走得更快了。

新疆喀什的樱桃、浙江金华的葡萄、广东阳江的菠萝蜜、宁夏中卫的硒砂瓜……入夏以来，全国各地的时令水果，不少实现"隔日达"。

从田间地头到百姓餐桌，"小包裹"优化包装，加大冷链运输，推动原产地与消费市场高效衔接，让更多农特产品更新鲜地走进千家万户。

更快的背后，是我国物流网络越来越密了。

快递业着力构建"枢纽+通道+网络"的现代寄递服务网络体系。目前，我国快递网点基本实现乡镇全覆盖，建制村快递服务覆盖率超95%。截至2023年底，全国拥有快递服务营业网点23.4万处，快递服务网路22.8万条，打通万千串联城乡、抵达阡陌的"毛细血管"。

更快的背后，是我国快递企业不断创新。

数据显示，国内快递专用货机达188架，快递服务汽车27万辆。"小包裹"插上数字化和智能化触角，助力物流配送的"最后一公里"。

通过二维码选购物资，10分钟左右，无人机就能将物资投放在指定地点，快递"从天而降"在一些城市已成为现实。

无人快递车已经上路，在收转运派等环节，大幅度缩减末端派送时长。"寄""递"之间，人们向"快递自由"更进一步。

"小包裹"增速，藏着"大经济"。

链接千城百业、联系千家万户、连通线上线下，"小包裹"折射出我国产业链供应链的韧性。中国快递业务量连续十年稳居世界第一。2023年，中国人均快件使用量93.7件，快递支撑网络零售额13万亿元。

国家邮政局相关负责人表示，下一步将进一步加强寄递网络建设，围绕城市群建设优化寄递枢纽布局，持续推进农村寄递物流体系建设，完善国际寄递服务网络。持续深化产业协同，推动服务链条与先进制造业相融合，让快递"小包裹"推动经济"大发展"。

广告

**工器具"健康上岗"保安全**

近日，国网常山县供电公司安监部组织人员对各供电所及运检班组的安全工器具进行全面细致的检查，确保安全工器具"健康上岗"。

"检查要认真仔细，重点关注安全工器具和绝缘防护用具磨损情况以及安全工器具的合格标志、有效期限等。"在新都供电所，安监人员一再嘱咐检查人员和供电所工器具管理员。

按照要求，相关人员对绝缘手套、绝缘靴、安全帽、接地线等工器具进行检查，防止无进网资质、破损、老化、试验过期等不合格的安全工器具进入作业现场。同时将安全工器具纳入常态化管理，建立健全管理台账及报废、试验记录，及时掌握使用动态，确保安全工器具始终处于健康状态。

邓骏里 金坚军

**筑牢公路防护网**

8月9日，城白线，开化县公路港航与运输管理中心养护人员，正对沿线生锈及变形的防撞护栏半圆端头进行检修和更换，确保公路安保设施牢固齐全，有效保障车辆人员出行安全，助力全国文明城市创建。

徐曙光 余坚

**大唐金华天然气发电项目配套500kV升压站工程环境影响评价第二次公示**

为保障公众环境保护知情权、参与权、表达权和监督权，依据《环境影响评价公众参与办法》（生态环境部令第4号），现公开下列信息，征求与该建设项目环境影响有关的意见。

**一、环境影响报告书征求意见稿全文的网络链接及查阅纸质报告书的方式和途径 （一）网络链接：**金华在线网 网站http://wap.yanyuanw.cn/**（二）公众可前往如下单位查阅纸质报告书：**浙江大唐国际江山新城热电有限责任公司（地址：浙江省江山市莲华山工业园区莲华山大道33号，联系人：薛工；电话：18057006845）**二、征求意见的公众范围** 征求意见的公众范围为环境影响评价范围内的公民、法人和其他组织，环境影响评价范围之外的公民、法人和其他组织也可提出宝贵意见。**三、公众意见表的网络链接** 同环境影响报告书征求意见稿全文网络链接 **四、公众提出意见的方式和途径** 公众若有与本项目环境影响和环境保护措施有关的建议和意见，请在上述网络连接下载填写《建设项目环境影响评价公众意见表》，将填写好的表格按如下方式邮寄或邮件至建设单位。

单位名称：浙江大唐国际江山新城热电有限责任公司

收件人：薛工；电话：18057006845

地址：浙江省江山市莲华山工业园区莲华山大道33号；邮编：324100

邮箱：864442490@qq.com

**五、公众提出意见的起止时间**

本公告发布日期起十个工作日内。

2024年8月14日

**公司分立公告：**因业务发展需要，本公司2024年08月06日召开股东会并做出决议，拟以存续分立方式分立为2家公司，原海亮教育科技服务集团有限公司继续存续，新设浙江海亮教育发展有限公司（最终以登记机关核准为准）。分立前海亮教育科技服务集团有限公司注册资本为53000万元；分立后海亮教育科技服务集团有限公司注册资本为20000万元，浙江海亮教育发展有限公司注册资本为33000万元。原公司的债务由分立后的2家公司共同负担。请公司债权人自接到本公司书面通知书之日起三十日内，未接到通知书的自本公司公告之日起四十五日内，对自己是否要求公司偿清债务或提供相应的担保做出决定，并于该期间内书面通知本公司，否则本公司将视为没有提出要求。

特此公告 联系人：赵华，联系电话：0575-89006381

**海亮教育科技服务集团有限公司 2024年08月14日**

**新昌县十九峰离合器配件厂**遗失公章壹枚，编码：3306241000578 8，声明作废。

**宁波雄安财务服务有限公司**遗失公章3302060199405，声明作废。

**浙江君府酒业有限公司**遗失税务登记证，证号：330100567001733，及公章，财务专用章，法人章（潘金海），各一枚，声明作废。

**绍兴柯桥超誉软件开发工作室**遗失公章一枚编号3306031008817 9，声明作废。

**宁波北仑博然咨询服务工作室**遗失财务章3302061012896 1，声明作废。

**宁波市海曙高桥宏波建材经营部**遗失公章3302030244429，声明作废。