

代表委员访谈



□ 本报记者 解 磊

翠绿的山峦、金黄的麦田、清澈的溪流……乡村孩子们画笔下的和美乡村，在流光溢彩的三彩釉画上显得格外生动。今年全国两会期间，全国人大代表、中国工艺美术大师、洛阳三彩艺术博物馆馆长郭爱和带来了一件由乡村孩子们的画作烧制成的三彩釉画，他告诉记者，美育不仅培养审美能力，更是价值观念塑造和文化传承的核心载体。今年，他继续围绕“乡村美育”普及提出建议，推动美育教育优质均衡发展。

一直以来，郭爱和艺术实践都与文化传承和美育息息相关。自2015年以来，郭爱和带领团队在洛宁县罗岭乡建设三彩陶艺村、推动举办“中国当日艺术展”，在山区孩子心中撒下美育的种子。郭爱和认为，当前，我国美育发展仍存在城乡资源不均衡、师资力量薄弱、社会参与度不足等问题。尤其在乡村地区，美育课程“开不足、开不齐、开不好”的现象普遍存在。

对此，郭爱和建议，通过多种方式、多种渠道推动“乡村美育”普及，比如，鼓励艺术家到农村中小学校设立工作室，组织城区中小学美育名师定期到乡村学校授课；在乡村校园安装大型电子屏，课余时间播放各类美育教育经典影视作品；推出“美育云课堂”，邀请优秀艺术教师讲授美育课程；组织城乡学校“美育结对”，通过线上线下相结合的方式共享优质美育资源。“希望通过全民参与、城乡协同、社会联动，让美育之光照亮每个乡村孩子的成长之路，进一步推动美育普及，深化全民美育意识。”郭爱说。

全国人大代表柳江：

加快可信数据空间应用落地

□ 本报记者 王 洋

今年政府工作报告指出“加快完善数据基础制度，深化数据资源开发利用，促进和规范数据跨境流动。”

今年全国两会期间，全国人大代表、长虹控股集团董事长柳江带来的建议便与加快可信数据空间应用落地相关。他认为，加快可信数据空间建设与应用落地对促进数字经济发展意义重大，是推动数字经济赋能实体经济的关键抓手。

在柳江看来，目前，数据流通利用以公共数据和社会数据的开发利用为主，依赖企业数据、个人数据的规模化利用尚未形成，对AI技术应用的支撑效果尚不明显。实体经济数字化转型经历了业务贯通、数智决策阶段，正在进入数据要素第三次价值释放阶段，即数据流通赋能阶段。“多方数据跨界融合需求明确，但大规模数据流通利用场景仍在探索。”柳江称。

柳江告诉记者，数据要素市场化生态亟待建立。目前，全国范围内已批准建设智算中心超250个，结合网络基础设施，为数据流通利用网络的建立提供了基础条件。借鉴欧盟国际数据空间协会(IDSA)的发展经验，规模化的数据流通利用，需要建立商业化的数据要素生态，围绕行业和领域的独特需求，构建不同主体基于市场化逻辑的数据连接。国内鼓励实施可信数据空间能力建设，正在通过标准化方式推动数据“多级互联、多域互通”，并充分利用工业互联网标识解析体系、区块链公共服务网络等基础设施，逐步实现数据资源统筹规划和协同发展。

“目前存在可信数据空间技术路线和标准不统一、数据要素市场机制不健全、法律法规滞后和跨领域协同难度大、人才短缺等问题。”柳江告诉记者。

那么，该如何解决上述问题呢？柳江给出的答案是：构建企业、行业、城市、个人和跨境等类型可信数据空间，为数实融合创新提供数据基础设施，加快应用落地。

“首先，加快技术标准化，加强互联互通。”柳江建议，引导权威机构牵头，联合行业协会、科研机构和企业，共同制定可信数据空间相关技术标准，凝聚行业共识，有效降低数据流通利用技术壁垒，促进可信数据空间平

让美育之光照亮乡村孩子成长之路

全国人大代表郭爱和：



本报记者 赵 曦 □ 唐 瑞

世界卫生组织数据显示，预计2050年全球60岁以上人口数量将达21亿，其中包括4.26亿80岁以上的老年人。随着年龄增长，老年群体在感知、体力和认知等方面，将不同程度地出现功能衰减甚至失能。记者从全国人大代表、

全国人大代表张淑芬：

“体育+养老”助力老有所乐

河北易水砚有限公司工艺设计师张淑芬处获悉，今年全国两会期间，她带来了与我国人口老龄化进程加快和老年健康问题相关的建议。

张淑芬表示，当前，我国人口老龄化程度不断加深，老年体育工作和文化活动的重要性及紧迫性进一步提升。而作为“幸福产业”“绿色产业”，体育与养老产业在产业链上有深度交叉、重叠，两者融合发展前景广阔。

但在广泛调研后她了解到，由于缺乏经验证据的支撑，体育与养老产业融合发展尚处于初步阶段，大多养老机构和社区仍未将体育、文化纳入健康养老的议事日程，体育设施不足，体育活动和文化活动单一。因此，她建议构建老年健身服务体系，助推养老产业健康发展。

《全民健身场地设施提升行动方案(2023—2025)》要求“各地新建的健身设施原则上应100%配置老年人健身设施”“公共体育场馆应100%提供老年人健身活动场所”。张淑芬认为，老年人参与体育锻炼的主要制约因素除了老年人健身意识不足，场地设施、健身指导和活动组织等服务供给无法满足老年人的需求也是重要原因。因此，她建议加大适老化健身场地设施供给，把普及程度较高的适老化运动项目和非遗传文化体验的场地建设纳入公共体育场地设施建设的推荐内容或必选内容；同时也要加强老年健身指导体育服务供给，例如加强门球、广场舞、健身气功等适老化运动项目以及老年人力所能及的剪纸、编绳、刺绣、绞胎瓷制作等非

遗体验项目的普及，帮助他们提高健身意识，培养健身习惯和对非遗文化的热爱；加快运动健康中心的建设推广，加强对老年体育服务，弘扬非遗文化人员的队伍建设，建立老年运动健康管理指导人员队伍。此外，还需要丰富和完善老年体育竞赛体系。张淑芬说：“参与及观赏体育竞赛能够激发老年人的体育锻炼热情，引导老年人形成良好的运动习惯。”

就产业发展而言，张淑芬告诉记者：“发展产业最根本、最重要的就是提供符合市场需求的产品与服务。传统体育产品在老年细分市场比较单一，不能满足老年人多样化的需求。因此，要做好适老化文体产品开发工作、促进养老产业康体结合。”



全国人大代表屠红燕：

建议打造历史经典产业品牌“国家馆”

□ 本报记者 闫 利

丝绸、茶叶、瓷器、中药、工艺美术等历史经典产业，是中华文明的文化符号，更是国家软实力的重要载体。作为一名全国人大代表，特别是传统实体经济的一份子，万事利集团董事长屠红燕认为，无论是国际还是国内，市场的竞争已从单一的产品竞争转向“文化+品牌”的复合竞争。我国历史经典产业虽承载千年文明底蕴，却普遍面临“有文化无品牌、有技艺无溢价”的发展困境。

“以丝绸产业为例，我在调研后发现，中国是全球最大的丝绸生产国和出口国，丝绸产量占全球80%以上，出口额占国际市场60%以上。然而，中国丝绸虽然在规模上占据绝对优势，从业人

员超百万人，但是以中小企业居多，产业呈现出小、散、弱的分散格局，缺乏龙头品牌和具有影响力的产业品牌矩阵，在国际标准制定中话语权薄弱。”屠红燕说，除此之外，大多数中国品牌还停留在“原料供应商”或者“工艺产品”定位，缺乏将丝绸与中华文化和非遗技艺深度绑定的品牌叙事和品牌输出能力。同时，中国丝绸品牌在新时代数字化营销方面的能力欠缺，缺乏利用新媒体平台、元宇宙、AI智能平台等新兴技术提升品牌宣传和影响力的能力和敏锐度。

文化是历史经典产业的灵魂，品牌是市场核心竞争力。如何汇聚各方优势，重塑历史经典产业新辉煌？屠红燕给出了自己的答案，在推进历史

经典产业向大众消费领域拓展的进程中，建议打造历史经典产业品牌“国家馆”，并将此馆升华为国家文化符号，增强民族文化自信，塑造中国品牌国际话语权。

屠红燕建议，历史经典产业品牌“国家馆”定位为国家级品牌聚合平台，入驻品牌由国家部委牵头遴选，并建立“中国经典”品牌库，实行准入认证与动态管理，设立统一对外输出的“国家馆品牌标识”。同时，要加大对扶持力度，培育产业领军品牌，如政府对入驻“国家馆”的企业品牌实施专项税收优惠、人才补贴等政策；设立专项基金，遴选一批代表各自行业最高水平的历史经典标杆品牌，让“国家馆”成为代表“中国匠心”的文化制高点；浙江先行示范落



□ 本报记者 王 洋

促进消费成为了今年两会热议的高频词。今年全国两会期间，全国人大代表、河北奥润顺达集团总裁倪海琼带来的建议也与之有关。

“近年来，国家将扩大内需、促进消

全国人大代表倪海琼：

建议加大节能门窗改造补贴力度

费作为推动经济高质量发展的重要抓手，2024年安排3000亿元超长期特别国债资金全力支持“两新”，2025年发布家装厨卫“焕新”政策加力扩围，拉动经济增长的效果持续显现，但节能门窗改造作为住房“焕新”的最大市场，目前还没有被开发，政策支持力度相对不足制约了消费潜力的释放。”倪海琼说道。

在倪海琼看来，当前“以旧换新”主要集中在家电、汽车等传统行业，而节能门窗改造消费潜力巨大，却因未列入家装厨卫“焕新”政策补贴商品目录，导致消费者无法享受补贴。

倪海琼进一步向记者解释称，我国城镇现存662亿平方米既有建筑面积，按照10%以上的节能门窗改造面积计

算，可实现改造66亿平方米以上，按照每平方米2000元改造价格计算，将形成约13万亿元的市场规模。

他表示，根据国家发改委、财政部发布的《2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策》，“积极支持家装消费品换新”仅提到对旧房的装修补贴，并未明确对门窗产品给予支持，且部分省市门窗改造补贴限额为2000元，补贴金额远远不能满足居民改造需求。

“以北京100平方米的房子为例，整窗传热系数满足1.1的节能门窗改造总价约6万元。最高限价金额与节能门窗改造的实际成本相差甚远，导致居民改造意愿不强。”倪海琼说，节能门窗改造对提升居住品质、促进节

全国人大代表姚劲波：

家政服务数字化升级成大势所趋

□ 本报记者 刘 元

日前，中央财办有关负责同志在解读中央经济工作会议精神时指出，“要加快完善相关支持政策，鼓励各类经营主体提供多元化服务，着力满足居民在健康、养老、托幼、家政等方面的消费需求”。在此背景下，全国人大代表、58同城董事长兼CEO姚劲波持续关注“一老一小”等民生议题，并提交了《关于通过雇佣保姆抵个税等多种举措，进一步发挥家政行业惠民生、稳就业、促消费作用》的建议。

随着我国人口结构的变化，“老有所养、幼有所育”已是关乎万千家庭的“切身大事”。姚劲波认为，当前，家政行业发展存在巨大提升空间，他建议通过优化个税抵扣政策、延长税费优惠、支持家政行业数字化发展、发挥家政企业服务养老作用四方面举措，推

动家政行业高质量发展，以“小家政”托起“大民生”。

姚劲波注意到，目前我国90%的老人选择居家养老，雇佣保姆是缓解“一老一小”照护问题的有效手段。为减轻中低收入家庭负担，刺激家政消费，姚劲波建议，将雇佣保姆费用，按照每年2万元至3万元限额抵扣个税，与现有赡养老人和婴幼儿照护个税抵扣形成协同叠加效应。“参照日本和韩国经验，施行类似政策后，可扩大相关消费约20%，提高劳动者收入超过10%。”姚劲波说。

“家政服务刚需、低频、低客单价的特点非常明显，盈利和抗风险能力弱。”姚劲波称，2019年，财政部等6部门出台《关于养老、托育、家政等社区家庭服务业税费优惠政策的公告》，对社区家庭服务业免征增值税。此举有效降低了企业运营成本，增加了劳动

者的收入。鉴于政策即将到期，姚劲波建议延长政策期限至2030年。

姚劲波在调研中发现，由于居家养老的利润低、责任大、要求高，企业和劳动者进入的动力还不充足。他说，“服务老人的阿姨工资普遍比其他住家保姆、育儿嫂低，阿姨为老人服务意愿不强。”对此，他建议适当放宽门槛，如允许企业主体享受现民办非营利性养老机构的部分支持，将合格企业纳入政府养老服务供应名单。

当前，家政服务“大需求、小主体”特征明显，数字化水平普遍较低，但这种现状也意味着以“数智化应用”为核心的驱动空间广阔，行业升级和创新发展的潜力巨大。

人工智能在家政服务领域的持续渗透，为中小微企业创造了更多发展机遇。姚劲波介绍，如今，家政服务数



字化升级已是大势所趋。为推动行业数字化发展，姚劲波建议，支持互联网龙头企业加大技术研发，软硬件升级力度，通过在线面试、智能派单、AI生成简历、线上服务和经营管理等数字工具，改变传统经营方式；对家政企业购买线上营销服务、应用SaaS系统等给予财政资金支持；支持金融机构与互联网企业合作推出专项贷款产品，用于支持小微企业和个体工商户使用数字化工具。