评论

发展新质生产力要从实际出发

金观平

“要牢牢把握高质量发展这个首要任务，因地制宜发展新质生产力。”今年全国两会期间，习近平总书记的重要讲话为各地发展新质生产力指明了方向。

因地制宜，是靠山吃山、靠水吃水的务实选择。我国幅员辽阔，不同地区的资源禀赋、产业基础、科研条件各不相同。青海有大量盐湖，用先进技术高效提取盐湖中的锂资源，可推动盐湖开发与新能源、新材料产业融合发展。海南地处热带，五指山以南区域冬季气温超16摄氏度，为现代农业育种提供了“天然大温室”。长三角地区产业基础雄厚、人才资源足、科教实力强、营商环境好，有实力加强科技创新和产业创新深度融合，可打造具有国际竞争力的战略性新兴产业集群。只有从实际出发，先立后破、因地制宜、分类指导，探索各具特色的发展模式，差异化发展新质生产力，才能让每个地区都各展所长、优势互补，赢得高质量发展的主动权。

需要注意的是，因地制宜发展新质生产力，并不是传统经验里的靠山吃山、靠水吃水。新质生产力由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生，特点是创新，关键在质优，本质是先进生产力。也就是说，山还是那座山，水还是那片水，但是靠山吃山、靠水吃水的方式方法要与时俱进，要创新发展，要提质升级。

要以科技创新为引领。升级传统产业、壮大新兴产业、培育未来产业，都离不开科技创新的引领。在发展新质生产力过程中，科技创新越来越显现出核心要素的作用。因地制宜发展新质生产力，首先要在依据本地禀赋确定发展重点方向的基础上，努力推进高水平科技自立自强，并建立以企业为主导、需求为牵引、产学研协同创新的科技成果转化机制，实现产业链与创新链的“共融共舞”。

要以实体经济为支撑。实体经济是直接创造社会财富的经济活动，是现代产业体系的基础。新质生产力不是空中楼阁，需厚植实体经济根基，根深才能叶茂。发展新质生产力不能忽视、放弃传统产业。传统产业是不少地方的特色产业，对当地的经济基础、民生就业等起着稳定器作用。各地要坚持新兴产业和传统产业融合发展，以技改和数字化为抓手，推动传统产业向高端化、智能化、绿色化迈进，在这个过程中自然淘汰落后产能，方能做到稳中求进。

要以深化改革为动力。加快发展新质生产力，有助于我们在未来发展和国际竞争中赢得战略主动。面对新一轮科技革命和产业变革，各地必须抢抓机遇，靠改革赢得先机。要深化科技体制、教育体制、人才体制等改革，打通束缚新质生产力发展的堵点卡点。要围绕构建高水平社会主义市场经济体制，加快完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础制度。要针对各地发展中遇到的具体难点来深化改革，为新质生产力的发展持续注入强劲动力。

因地制宜发展新质生产力，落子在“实”，特点在“新”，关键在“优”。各地要察实情、出实招、求实效，挖掘区位优势，培育各具特色的先进产业集群，加快发展新质生产力。

中国记协严厉“三问”，该如何作答？

连海平

13日，河北三河燕郊发生爆燃事故，总台央视记者杨海灵在现场开展直播报道时，有两名黑衣男子上前，挡住镜头，中断了记者的直播连线采访。中国记协迅速发声表示，若网传视频为真，我们提出三个问题：记者应该进行采访吗？记者是添乱吗？一纸通稿真能代替现场报道吗？

今时今日，仍然发生粗暴对待记者正常采访、肆意阻挠舆论监督行为，而且还发生在直播镜头前，不可思议，令人愤慨！

高度重视和倡导舆论监督，是我们党的优良传统。习近平总书记强调，舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。

中国记协第一问，回答是“应该”！新闻发生，记者在场，既是新闻媒体的使命所在、职责所在，也是人民群众知情权所系、监督权所系，其合法性、正当性不容置疑，更不容剥夺。

第二问，回答是“不是”！脸脏不能怪镜子，发生突发事故，涉事方面临压力的心情可以理解，但如果把记者客观报道视为添乱，既非实事求是，亦无助于问题解决，只会让事情更糟。记者不报，问题就不存在吗？讳疾忌医反而有可能把小事拖大、大事拖炸，局面更难收拾。退一步说，在人人都有麦克风、公众监督无处不在的自媒体时代，就算记者不报道，当地想在“静音状态”下解决问题几无可能，主渠道不发声，任由一些不负责任的自媒体捕风捉影、造谣传谣，岂不更乱？

第三问，回答是“不能”！事故通稿与记者采访，发布主体不同、关注角度不同、内容各有侧重，不能相互代替，只有相互补充、相互印证，才能还原事件真相。

三答之余，还有一句话：记者正当采访权不容侵犯！揆诸现实，此类现象时有发生，如2月7日，广州日报全媒体记者到某地采访，遭一男子言语挑衅并推搡。必须指出，从本质上说，舆论监督和危机处置一样，都是为了解决问题，而不是刻意制造矛盾，因此，相关各方务必从更高站位认识、支持舆论监督。

预防和减少“小眼镜”重在“野蛮其体魄”

王志军

今年全国两会期间，教育部部长怀进鹏表示，将把德智体美劳全面培养的教育体系和优质教材建设作为重要的任务，在“双减”中做好科学教育的加法，大力开展青少年学生的读书行动，保障学生每天一小时体育锻炼和充足的课间活动，注重劳动习惯养成，采取务实管用的举措，着力解决“小眼镜”“小胖墩”和学生心理健康问题，加快实现校内减负提质增效，促进学生全面发展、健康成长。

近年来，我国儿童青少年近视率居高不下且不断攀升。以往幼儿园孩子和低年级小学生近视发病率很低，但近些年也逐渐增加。近视是不可逆性的眼科疾病，医学上只能缓解和矫正。近视患病率居高不下，不仅影响当代儿童青少年健康成长，也危害未来国民健康素质。

当下，不少教育界人士指出，学生长时间坐在教室里，缺乏体育锻炼已成为影响学生身体健康、导致视力下降的重要因素。而且，科学家们普遍认为，在诱发近视的遗传、环境、营养三大因素中，环境对近视的发生起到的作用最大。近视的发生和进一步恶化，主要集中在儿童与青少年在校期间。随着电子设备尤其是移动设备迅速普及，越来越多的儿童青少年利用零碎时间，不合理甚至过度使用电子设备，更加剧了近视发病率。

早在1917年，署名“二十八画生”的毛泽东在《新青年》杂志上发表的《体育之研究》一文，就阐述了体育强筋骨、增知识、调感情、强意志四大作用，同时提出了学校教育要德、智、体“三育并重”，体育“实占第一之位置”的思想，最终强调“欲文明其精神，先自野蛮其体魄，苟野蛮其体魄矣，则文明之精神随之”。近视，可以说是身体健康状况在眼睛上的反映。因此，减少儿童青少年过多的室内学习时间，增加和保障体育活动时间，是预防和减少儿童青少年近视的主要突破口。

从域外的情况来看，很多国家也是通过鼓励学生参加体育活动中来预防和减少近视。比如，新加坡政府特别强调户外活动对预防近视的作用，并将课外活动时间作为考核公立学校的重要指标。在日本，普通公立小学，通常下午3点半放学回家，学校留的作业非常少，几乎不用一个小时就可以完成。而且，户外活动的条件充足，比如在寸土寸金的东京，街心公园通常都有秋千、滑梯等设施。

防控儿童青少年近视，是一项系统性的公共卫生工程。教育部等十五部门联合印发《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021-2025年）》指出，凝聚政府、学校、医疗卫生机构、学生、家庭、社会等多方合力，共同推进儿童青少年近视防控。并强调，保障学生每天校内、校外各1个小时体育活动时间。鼓励基础教育阶段学校每天开设1节体育课。教学和布置作业不依赖电子产品，使用电子产品开展教学时长原则上不超过教学总时长30%等。这些，都是很好的具体举措，关键是要能够落实落地。

更为关键的是，让青少年学生在完成课业的同时多做户外活动，给眼睛“放假”，根本上要解决以考分为衡量标准的学习绩效与为此所需的更多学习时间的矛盾。这就需要真正改变教育教学模式与评价标准，切实减轻学业负担，让学生们制度性地增加离开课本与电脑的时间，才能给“野蛮其体魄”的时间和空间。同时，户外青少年活动场所设施的公共服务提供状况如何，在很大程度上影响着青少年户外活动的效果。另外，家长们是否能够养成科学、适度地使用手机的习惯，给青少年子女以良好示范，也是重要的一点。

“诚信”是“3·15”治本之道

鲁庸兴

在每年的“3·15”期间，我们几乎都能看到层出不穷、花样翻新的欺诈消费者案件被一一揭露，究其源，不外乎是一些黑心商家背弃“诚信”，置道德与法治不顾。而一年中所有消费者遇到的问题单靠这一天来解决问题，其“3·15效应”也会变得十分有限。

在新技术飞跃发展、新产品不断涌现、新的消费方式接踵而至的当下，欺诈消费者的不法行为也步步紧跟。如电子商务的出现，让产品价格、品种、质量等方面出现新型欺诈行为，消费者防不胜防。为此，弘扬“诚信、公平、法治”文化，创新消费者权益保护机制，营造让消费者能做主愿消费的良好环境，成为新常态下的新要求。维护消费者权益贵在治本，这个“本”就是“诚信”，生产者也好、经营者也好，不同业态都离不开最基本的“诚信”底线，谁背离底线就让谁付出经济和声誉的代价，要实现这一点，关键还是要建有“诚信”体制。

首先是生产者讲诚信，才能做大做强。俗话说，人无信而不立，业无信而不兴。诚实守信，是中华民族的传统美德，也是立人之本、兴业之要。作为生产厂家，绝不能靠生产假冒伪劣产品的一锤子买卖来谋求利益。要知道，这样做也许能得逞于一时，但绝对难长久。树立一个品牌不容易，需要大家齐心合力奋斗几年，甚至几十年，而毁掉一个品牌却在旦夕间。价廉物美，诚信服务，必将能赢得广大消费者的喜爱，而有了他们的信赖和支持，企业将如鱼得水，经济和社会效益必会增长。

其次是经营者讲诚信，生意才能红火。君子爱财取之有道，搞坑蒙拐骗最终只能是饮鸩止渴，自寻死路。因而商家也一定要做到诚信为本，守法经营，用良好的信誉和消费者口碑赢得更多的回头客，尤其要做好售后服务工作，真正把消费者当作上帝，自然会生意红火，效益大增。

再次是消费者讲诚信，助力建设诚信市场。不要被虚假宣传或广告蒙住双眼，买家永远不如卖家精，贪小便宜吃大亏。只要大家齐心合力，齐抓共管，就一定能加快诚信市场建设步伐，维护我们的自身权益，促进市场繁荣，社会和谐稳定，人们安居乐业。

民无信不立，市无信不兴。商品流通和消费领域如果丧失诚信的刚性原则，市场经济秩序就会生乱，消费者合法权益很难得到有效的维护。诚信已不仅仅是道德力量的自我约束，还应是法治手段的刚性规范。唯有这样，“诚信”才能形成制度的“笼子”，才会有产品质量的保证、才会有服务承诺的不打折扣，才会有消费者权益的切实保障，才能有天天“3·15”的和谐消费环境。

规范快递配送服务不能“一刀切”

廖卫芳

最新修订的《快递市场管理办法》3月1日起正式施行。其中，备受关注的就是“经营快递业务的企业未经用户同意，不得代为确认收到快件，不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施”，违者可能面临最高3万元罚款。新规一出，大家都满怀期待，快递送货上门难的问题能彻底解决吗？

近年来，随着快递业的迅猛发展，快递包裹数量呈现快速增长的趋势，这无疑是社会经济快速发展的一种体现。但随之而来的问题也很多，其中最为突出的就是快递配送问题，比如：快递放到快递柜或代收点、快递没送到就被签收、默认“门口签收”，等等。

其实，《快递暂行条例》明确规定，经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人，并告知收件人或者代收人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。

但事实上，由于快递业务量的快速上升，快递末端的激励机制没能适应目前市场化的需求，在快递末端服务这一环节中，消费者和快递员之间的矛盾日益突出。如有的快递员送达地点从家门口退至小区门口，从“门口签收”干脆变成“快递柜签收”，致使快递末端服务越来越“远”。因而，快递配送“最后一步”问题也饱受诟病。

如今，快递配送新规明确“快递上门”，这无疑有利于进一步规范快递配送服务。但笔者以为，规范快递配送服务不能“一刀切”。

首先，亟须完善配送机制。一方面，电商平台可以赋予消费者更多自主选择权，用市场机制倒逼快递企业完善管理体制。另一方面，快递行业可以通过价格来调节需求，让消费者自己选择快递服务和品牌，从而改变快递行业面临的末端配送等问题。

其次，亟须提升行业服务标准。快递企业不妨通过提升行业服务标准，优化商业模式，建立健全对快递人员的激励机制，以“标准”促服务，以“机制”促激励，让快递人员依“标”服务，按“奖”取酬，从而破解快递配送“最后一步”问题。

其三，亟须改变快递配送模式。目前，不少快递企业采用“直营模式”，虽然可实现质量最优的时效快递服务，但成本相对较高。而变“直营模式”为“加盟模式”，不仅可快速铺开市场，而且也让加盟商拥有更多主动权，这无疑利于提升网点服务质量，提高快递配送“最后一步”的效率。

此外，消费者一旦遭遇快递配送“最后一步”问题，应学会主动维权，倒逼快递企业进一步完善快递业管理法规制度，明晰市场主体相关违法行为的法律责任，从而解决快递配送“最后一步”问题，让“快递上门”真正成为一种现实。

当然，如果消费者因为长时间不在家等原因，无法及时在家接收快递时，也可提前注明并告知快递员把快递送至驿站，这既不耽误消费者接收快递，又不影响快递员配送快递，如此“两全其美”，岂不更好？

警惕『点读机女孩』背后推手

于言锋

近日，“点读机女孩”高君雨自曝患罕见脑瘤，引发大众关注。官方发布通报称，相关视频实为2023年9月拍摄，2024年2月开始剪辑制作。随后，MCN（多频道网络）机构“豁然开朗”致歉：视频配发时文案中的时间表述出现了严重纰漏，愿意接受相关部门的调查和监督。

花季少女，罹患重疾，“点读机女孩”的遭遇让人同情，网友纷纷送上祝福，这本是互联网中的温情一幕。但“库存视频”的发布闹剧却毁了这一切。平心而论，视频是“过去时”并不意味着造假，但涉事MCN机构的所作所为着实让人无法苟同。其运营患者账号，选择特定时间发布消息，各种精细的盘算背后，无非还是为了最大限度吸引粉丝、获得流量、寻求变现。从这个意义上说，无论“豁然开朗”是无心之失，还是有意为之，网友的善良已然被消费，舆论对此异常敏感并抨击指责，也在情理之中。

流量经济，一本万利。不时出现的造富神话吸引了大量公司前往淘金，也产生了专业打造“网红”的MCN机构。本来它们是连接平台、自媒体和用户的关键环节，专业化的网红孵化和IP衍生，也可为网友带来更多新鲜优质内容。然而，在利益诱惑之下，不少MCN机构无所不用其极，有的摆拍“卖惨”桥段，发布传播“公益作秀”等信息恶意渲染“视觉贫困”；有的把孩子当摇钱树，年仅3岁的“吃播”被父母喂养至70斤；还有的干脆注册大量小号形成“水军”，将一些诈骗内容炒热肆意“割韭菜”……这次“点读机女孩”事件，再度暴露了MCN这一新兴行业缺乏有效监管、亟待规范的现实。

从本质上看，MCN机构及其所运营的账号依附平台而生，是平台海量内容的重要生产者。与之相应，这些流量操盘手的种种行为，很大程度也取决于平台规则。治理网络内容乱象，平台责无旁贷，建立起正向的信息传播规则，正是治理方向更精准、治理效率更快速、治理效果更有力的关键一环。一方面，平台应当尽到内容审核义务，对于那些引发网友情绪的内容加强事实核查，尤其要将一些MCN机构代运营的账号作为核查的重中之重。另一方面，也要尽早建立MCN分级管理制度，通过入驻协议，明确MCN信息内容业务活动的标准和责任，强化违规处置，对弄虚作假者“一票否决”。

网红经济是新业态，MCN机构是新产物，其上下游链条都需要在发展中完善。这意味着，在相应管理上，没有先例可循，更无成熟模式可照搬。直面问题，尽快捋顺监管机制、明确底线红线，方能让网络空间更加清朗。

微短剧也要“高质量”

臧梦雅

去年，微短剧在市场上一炮打响。时下，微短剧行业迎来爆发式增长，围绕微短剧行业的讨论也再次升温。无论剧情，还是营销，微短剧的强势传播成为各大社交媒体上网友热议的话题。不过，随着讨论的增加，争议也在变多。1月，中国消费者协会发布《2023年第四季度消费维权舆情热点》，点名短视频平台微短剧诱导付费乱象。近日“夫妻做微短剧每月进账4亿多”的消息一出，也引发网友质疑。

那么，微短剧究竟是靠什么爆火的呢？看过的人不难发现，微短剧具有情节简单、节奏紧凑、剧情反转快等特点，这无疑契合了网友对碎片化信息的接收习惯，迎合了短视频时代观众的“胃口”。

然而，爆火背后，经不起“细究”。虽然微短剧的很多题材成为征服市场的“流量密码”，但是剧情缺乏逻辑、格调低下、抄袭盗版严重等问题，仍然制约着行业发展。有的微短剧“火”得快，“熄火”也快；有的为了追求“爆款”“爽感”，却忽视了作品的艺术价值和思想价值。

而且，微短剧创作周期短、投入成本低，却能以小博大，吸引了大量创作者加入，也引来了大量资本的垂涎。各方的涌入，使得微短剧行业乱象愈演愈烈。有业内人员表示，如今拍摄成本水涨船高，能让制作方“赚大钱”的微短剧比例很少。一些投资者为了快速引流、压低成本，只能粗制滥造、以量取胜，甚至在内容尺度上动起歪心思，这恐怕都是“赚快钱”的思维在作祟。如此一来，微短剧的作品成色，可想而知。

当然，在这样的市场环境下，仍有值得称道的优质微短剧。例如，《大过年的》《大妈的世界》取材于生活细节，收获不少观众共鸣；而《逃出大英博物馆》则创新故事题材和叙事手法，以“小视角”捕捉“大情怀”。

其实，剧集制作水平参差不齐、题材同质化严重等问题，并非只存在于微短剧中。在每年生产的大量电视剧、网剧当中，也不乏粗制滥造、情节“雷人”的作品，也不是每部长篇巨制都能一路“狂飙”，成为经得起时间考验的精品力作。但是，如果微短剧从业者只想着“赚快钱”，或者只靠低成本以量取胜，那是注定赢不了更走不远的。只有提高制作能力、作品品质等各方面的“不可替代性”，才能真正走出一条“不可复制”的爆火之路。

与所有新兴行业一样，微短剧行业也必然会经历从野蛮生长走向成熟、规范的过程，低劣的内容、引流的噱头终将被市场淘汰。目前来看，随着监管政策的逐步完善，微短剧从业者将在规范化的道路上找到可持续发展路径，制作出更多精品，而高额收费、重复收费，以及诱导老年人、未成年人消费者“氪金”等乱象，也将得到有效遏制。

归根结底，微短剧发展要保持生命力，就不能“短视”，而要在升级内容品质、撬动产业发展等方面持续深耕，让“高流量”转化为“高质量”，让“小短剧”散发出“大能量”。