

既要久久为功 又是当务之急

王影迪

教育,国之大计,党之大计。3月6日,习近平总书记在看望参加全国政协十四届三次会议的民盟、民进、教育界委员并参加联组会时表示:“教育问题既是惟此为大 的事情,也是非常复杂的事情。既要久久为功,又是当务之急。”习近平总书记的重要论述,蕴含着深刻的辩证思维,为办好人民满意的教育提供了重要方法论。我们要深入学习贯彻习近平总书记的重要论述,处理好当前与长远的辩证关系,坚持教育优先发展,深化教育综合改革,加快实现从教育大国向教育强国迈进。

十年树木,百年树人。习近平总书记指出:“培养社会主义建设者和接班人,不可能一帆风顺,而是需要付出艰苦努力才能完成的任务。”道路越是艰辛,越要付出持之以恒的努力。从教育规律和人才成长规律看,立德树入必须久久为功。习近平总书记强调:“教育,不能把最基本的丢掉”,最基本的,住住也是最需要下力气、费工夫的。比

如,对于学生启智、心灵培养和基本认知能力的培养,都不是一两天可以完成的。打牢“基本功”需要日复一日坚持,脚踏实地、循序渐进,切不可急于求成、操之过急,否则会欲速则不达。从我国教育事业发展历程看,推进教育改革发展必须久久为功。新中国刚成立时,文盲、半文盲占总人口 80%。经过坚持不懈接续奋斗,我国已建成世界上规模最大的教育体系,教育现代化发展总体水平跨入世界中上国家行列。昔日的文盲大国成为教育大国,正迈向教育强国,人口大国也发展成为人力资源大国。实践证明,只有保持历史耐心,久久为功,扎实推动教育改革发展,才能为强国建设、民族复兴伟业提供有力支撑。

利在千秋、功在当代,办好教育也是当务之急。在地方工作期间,习近平同志就提出:“教育问题是绝对不允许‘等一等’的。”今年全国两会期间,习近平总书记特别强调:“教育要想在前头,赶在前头。”教育优先发展是党

和国家提出并长期坚持的一项重大方针。不能“等一等”,必须“在前头”。从人民利益出发,解决教育领域群众的急难愁盼问题是当务之急。比如,近年来人民群众对“入好园”“上好学”“就好业”的需要日益增长,对提高教学质量、发展素质教育等的愿望更加强烈。只有抓住人民群众关心关注的教育问题,深化教育综合改革,促进教育公平,提升教育质量,才能把教育工作做到人民群众心坎上。从经济社会发展出发,深化教育综合改革同样时不我待。又如,当前新一轮科技革命和产业变革深入发展,教育事业面临重大发展机遇。以数字技术发展给教育事业插上数字之翼,有助于推动优质教育资源跨越山海,有助于培养更多经济社会发展需要的高素质人才。再如,受经济结构转型、人口结构变化等影响,当前我国面临的就业结构性矛盾比较突出,只有着眼现代化需求,适应人口结构变化,深化教育综合改革,科学布局未来教育资源,才能尽快

化解“有岗无人上、有人无岗上”的矛盾,为经济社会高质量发展提供有力支撑。

久久为功和当务之急相互联系、相互影响、相辅相成。久久为功图的是长远,当务之急抓的是当下,只有统筹把握好两者之间的关系,才能既做好当前工作,又为长远发展奠定坚实基础。近期,深度求索(DeepSeek)火爆全球,宇树科技机器人亮相春晚舞台,《黑神话:悟空》席卷全球市场……正是因为我们在科技创新浪潮中抓住“当务之急”,自主培养科技创新人才,同时坚持“久久为功”,持之以恒地打通科技成果转化通道,才实现了教育、科技、人才良性循环。

教育,从厚重的历史文化中走来,反映着当代社会变迁,托举着一个民族的未来,蕴含着短期与长期、当下与未来的辩证关系。发展教育事业,既要狠抓当前,又要着眼长远,把坚持久久为功和抓好当务之急统一起来,为如期建成教育强国贡献力量。

发展的后劲离不开青年的创造

李洪兴

宇树科技的机器人,真火。可大家知道它的“前身”吗?不久前,宇树科技首席执行官王兴兴在演讲中分享了一个故事。他 19 岁时,想制作个机器人,没有设备就用手工小钻头、锉刀和剪刀,没有资金就买 9 块钱的零件、找没人要的边角料,最后用 200 块钱,“手搓”了一个小小的双足机器人。

那个曾经“颤颤巍巍”的机器人,如今能灵巧地转动手绢、在梅花桩上如履平地。那个曾经不被看好的“学生”,已成长为造出“全球行业出货量最大的机器人”的青年创业者。科技创新一日千里,年轻的创新一代后浪奔涌。如果说,创新助力中国竞逐科技竞赛马拉松,我们相信,这是稳健而有力的“起跑”。

具身智能、人工智能大模型、脑机接口、智能网联汽车……最近,不少企业 and 产品跑出了亮眼成绩。社会关注、众人振奋,很正常。我们在赞叹和振奋的同时,也不能忽视了“创新何以可能”的底层逻辑。没有哪个爆款,产生于偶然、起势于瞬间,它们都是基于热爱与坚持,离不开孜孜以求和全力以赴。

“要做好作品,必须打磨,时间是省不了的”,于是有了“哪吒闹海”。不是因为有天赋,而是十几年“在做同样的事情”,于是有了国产游戏的“黑神话”。“锚定五年、谋准三年、扎实干好每一年”,于是有了“杭州六小龙”的出圈。一鸣惊人的背后,恰是在默默无闻日子里的深深扎根。为一飞冲天欢呼,更要为沉潜笃行喝彩。支持创新、赋能创造,须有“只争朝夕”的干劲和“久久为功”的韧劲。

把观察视线拉长、把时间坐标扩展,不难发现,只有专注的人才能在一个领域深耕不辍,只有精钻的人才能把一件事做到极致。10910 米,是我国进军“深地”的新纪录。回望来路,上世纪 70 年代,我们拥有了第一口井深超过 7000 米的井;突破 8000 米,历经 29 年;迈入 9000 米,历经 15 年;冲破 10000 米,仅用 3 年。加速突破,得益于数十年如一日的“向下再向下”。航空航天,大国重器,科技新秀……没有一茬茬接力,没有一干到底的劲头,很难拿出像样的成绩,更谈不上“从跟跑到领跑”。

接力棒传到新一代手上,目标还是没变,就是“继续往前跑”。国家的创新与发展需要青春力量,发展的后劲离不开青年的创造。以王兴兴等为代表的青年一代,有热情和创造力。土生土长的他们,身上总有不服输、不甘心、不信邪的骨气,总有使命驱动、价值驱动、梦想驱动的志气。当创新的氛围更浓、土壤更肥,当企业家、创新者同扎根的沃土、生长的时代共生共荣,引领潮流、驱动未来的潮涌,促动千帆竞发、奋楫扬帆。

“一时行”,还是“一直行”?这不仅是对青年一代的提问,更是中国需要回答的问题。“自信”二字是有分量的答案。哪来的底气?且看中国“算力”之变。安徽黄山一个珠算博物馆里,千余件算盘被视为“世界上最古老的计算机”。300 公里外的合肥,40 多年前“诞生”中国第一台微型计算机。还是合肥,中国第三代自主超导量子计算机“本源悟空”,累计完成超 25 万个量子运算任务。从算盘珠到量子,我们一直在拓展科技的边界,提升发展的能力。习近平总书记指出,“要看到我们是在往前走”。有了坚定,有了笃行,肯定能行。

对比今昔,有科创人员感慨,已从“胆怯”转为“自信”。直面各种围堵,科学家们“不会害怕”,因为自主创新带来了更好更快更强。应对各类打压,企业家们也“不会崩溃”,因为他们爱拼会赢,发出“别人能做的事,我们也能做,还能做得更好”的强音。老一辈是“国之栋梁”,新生代“挑起重梁”。如同中国国家话剧院演员,90 多岁的游本昌分享王兴兴演讲视频时的留言,“90 后相信 90 后”。这何尝不是“90 后接棒 90 后”。接住了,更接稳了。

前浪翻涌、后浪奔腾,一浪推一浪,创新的中国,行稳致远。

合力整治网络“黑嘴”伤企行为

王琳

日前,中央网信办公布了 2025 年“清朗”系列专项行动的主要任务,对自媒体发布不实信息、短视频领域恶意营销等 8 个方面问题进行集中整治。其中,涉企网络“黑嘴”的治理备受关注。

近年来,一些针对企业的网络谣言不断出现。发布者通过制造话题、炒作热点、吸引流量并从中获利,为此不惜散布不实信息,干扰相关企业正常营业,对其造成名誉和经济损失。这些恶意抹黑企业的声音混淆视听,误导公众,扰乱舆论场,影响十分恶劣。

网络“黑嘴”伤害企业乱象屡禁不止,重要原因之一是违法成本较低而维权成本较高。由于网络“黑嘴”隐身于互联网,涉及主体多、利益链条长、取证举报繁琐等因素叠加,受害企业维权艰难。对于专注生产经营的企业来说,选择司法渠道进行维权费时费力,所以很多企业宁可息事宁人,只求风波尽快平息,客观上助长了网络“黑嘴”的气焰。

清朗的营商网络环境,是推动企业健康发展的基石。为整治涉企谣言等侵权乱象,切实维护企业和企业家合法权益,公安部、中央网信办等相关部门对相关违法犯罪行为进行了严厉打击,并取得了积极成效。然而,要进一步打击网络“黑嘴”伤企乱象,维护市场秩序,还需采取更多有力手段。

以技术手段加强监管和整治。网络“黑嘴”背后,大多有成熟产业链。需多部门形成合力,以常态化执法机制,深挖、斩断犯罪链条,铲除滋生谣言的土壤,让那些靠着“黑嘴”来牟利的人失去生存空间。同时,完善优化网络谣言监测、预警、应急等机制,确保将谣言的危害降到最低。

压实网络平台谣言治理责任。平台应坚持“内容属实”“流量向善”原则,对发布的内容进行严格审核,并提高算法识别技术,加大真实信息和严肃内容的曝光度,以正能量压倒“毒流量”,避免恶意抹黑信息的滋生和泛滥,确保网络空间的风清气正。

加强法治建设。法治是构建良好营商环境的根本保障。只有进一步完善相关法律制度,加大对造谣行为的震慑力度,让法律成为维护清朗网络的坚强后盾,才能进一步激发企业的创新创业创造活力,推动经济社会持续健康发展。

《六姊妹》热播打开淮南文艺新天地

赵阳

《六姊妹》热播带火沉寂已久的能源城市淮南,原著作者、编剧伊北也从幕后顺理成章地被推到了幕前。

伊北说:“淮南,是我成长的地方,我人生的前 18 年都在这里度过。这座城市的历史背景、地域特色和文化风貌,深深影响了我的创作,是支撑我创作的‘精神内核’。”文艺创作,其实就是一种双向奔赴,淮南给予了伊北,伊北奉献了淮南。一定程度上说,淮南是《六姊妹》的“孕育地”,而《六姊妹》则是淮南的“流量池”。没有淮南,也就没有《六姊妹》;而《六姊妹》,也让淮南得到高光展露,得到世人擦眼打量,认真看待。同时,电视剧《六姊妹》的热播也打开淮南文艺的新天地,为本地文化艺术工作者带来很多有益的启迪。

目前,淮南文艺创作成就显著,呈现蓬勃发展态势。事实证明,人才是文艺事业健康发展的核心力量,是推动文艺事业进步的重要动力。正是

淮南注重文艺创作人才的培养和成长,努力为人 才提供良好的工作环境和广阔的发展空间,才不断激发了广大文艺工作者的创新能力和创造活力,淮南地区佳作频出,声名远播。而如何更进一步繁荣淮南文化,还需要不断总结经验。如要进一步加强与各级文化组织、媒介平台的联系与沟通,借鸡下蛋,借巢孵蛋;要积极打造文艺创作的“主力军”,总结发扬打造宣传文化系统“文化名家”的成功经验,以培养“文化名家”为抓手,加大人才培养、引进、使用力度,巩固文艺领军阵容;要根据发展需要,集中优势、突出重点,将人才、资金等资源向文艺创作倾斜,为创作提供更肥沃的土壤;要进一步完善“精品工程”扶持奖励激励机制,对优秀人才、优秀作品进行表彰奖励;要积极搭建平台、提供便利,让广大文艺创作者放开手脚,满怀信心,深入基层,创作出更多的文艺精品,推

动淮南文艺事业高质量持续健康发展。

作为文艺工作者,作品是立身之本,创作是中心任务。我们要学习伊北,静下心来精益求精搞创作。创作出反映地方文化特色,思想性、艺术性、观赏性有机统一的文艺精品,应是我们不懈追求的目标。目前,淮南正处于经济转型期,现代化美好淮南建设如火如荼,广大文艺者应积极投身到火热的经济社会建设中去,施展才华,尽情讴歌,写出无愧于时代的优美篇章。另外,淮南拥有的丰富人文资源和优美自然资源,为我们提供了取之不尽、用之不竭的创作素材。本土文艺工作者要立足当地丰富的文化资源,把对本土文化的挖掘、整理、创作化为舍我其谁的自觉行动,在美丽的家园打出一眼创作的“深井”。

淮南是全国成语典故之城,历史上诞生出《淮南子》等不朽之作。怎

样把文化资源优势转化为创作优势、发展优势?打造自己的品牌非常重要。本地文化刊物要充分发挥引导作用,克服困难,培育成文化品牌,以此更好地团结广大文艺工作者,展现淮南文艺家的良好风貌。要积极引导各个艺术协会开展活动,如淮南市文联组织文艺家与外地开展联谊,参加全国、省、市采风活动,听取知名文艺家的创作经验介绍,开阔视野,取长补短,提高了创作水平。下一步,还可以邀请艺术名家走进淮南,对涌现出的优秀作品、重点作者进行点评推介,不断扩大淮南文化的影响力。

文化艺术要繁荣,必须坚持“百花齐放、百家争鸣”方针。在时代发展的浪潮中,我们每个文艺工作者都应争取有所作为,用立得住、叫得响、传得开、留得下的文艺精品,宣传淮南历史,弘扬淮南文化,塑造淮南品牌,打造淮南形象,创作出淮南文艺五彩斑斓的新天地。

“物畅其流”折射消费潜能

吉蕾蕾

手机上下个单,马上就有快递员上门揽收;哪怕是偏远的小山村,网购的包裹也能准时送达;鄂州花湖国际机场每天零时后,一架架全货机接续起落,送出“中国造”的同时又带回世界各地的特色鲜货……如今,一张覆盖全国、深入乡村、通达全球的服务网络,正支持中国快递不断站上新高度。这不仅凸显了快递行业发展的强大韧性,也折射出我国消费市场的巨大潜能。

快递,一头连着生产供给,一头连着消费需求。这些年,我国快递业务量实现了从“年均百亿”到“月均百亿”的巨大跨越,这背后是我国物流体系的不断优化升级。随着进村、进厂、出海工程的加速推进,快递服务场景越来越丰富,服务触角加速延伸。400 多个专业物流园区、近 3000 个分拨中心、41.3 万处营业网点(服务站)在全国各地有分布,无人机、无人车等智能设备设施加速布局,有力支撑 2024 年 1745 亿

件包裹高效运转的同时,助力加速“物畅其流”。

跨越式发展背后也是超大规模市场的有力支撑。去年全国网上零售额增长 7.2%,连续 12 年成为全球最大网络零售市场,这为快递业发展提供了广阔空间。从区域结构看,去年以来,行业企业积极破解新疆、内蒙古等地“不包邮”问题,有力激发中西部地区消费潜力。2024 年,中部、西部快递业务量同比增长 30%、35%,成为支撑快递规模增长的新引擎。

消费是经济增长的主引擎,快递业务增长源于消费需求有效释放。从中央经济工作会议强调大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求,到今年《政府工作报告》围绕“大力提振消费”作出工作部署,再到各级政府和有关部门加码促消费,消费市场活力持续攀升。2025 年,消费潜能将加速释放,快递业仍将保持稳步上升态势,更多人会享受到便捷的寄递服务。



落实食品安全主体责任

《集中用餐单位落实食品安全主体责任监督管理规定》4月15日起施行。规定明确,集中用餐单位应当依法加强对单位食堂、承包经营企业、供餐单位经营行为的管理。学校、幼儿园食品安全实行校长(园长)负责制。

新华社发程硕作

“代理销售”要守牢合规底线

郭子源

整合,消费者不用多家机构来回跑,在同一个平台、同一个地点就可完成筛选与购买,省时省力还能货比三家。

尽管便利显而易见,但随之而来的问题也十分突出——既然是代理销售,产品出了问题代销方是否要负责,以及如何负责?如何设置代销产品的准入门槛?如何管理代销产品?厘清这些问题对于维护金融消费者合法权益至关重要。

首先需要明确的是,代理销售有准入门槛,不是什么类型的产品都可以无差别地卖给投资者。此次发布的《办法》明确提出,商业银行应当对代销产品实行准入制管理,根据客群类别、客户风险承受能力和需求等因素,明确代销产品准入标准,建立并

有效实施对代销产品的尽职调查和审批制度。也就是说,银行既然靠代销赚钱,那么就要承担起相应的责任,先对代销产品把一道关,尤其要核实代销产品的真实性、准确性、完整性,在信息不对称现象普遍存在的金融市场,此项工作若全部由投资者个人完成,难度极大且不现实。

在明确哪些产品能卖、哪些产品不能卖之后,还要规范“把产品卖给谁”这一问题。作为代销方,银行要坚持投资者适当性原则,把合适的产品卖给合适的投资者,切忌在利益驱动下,把高风险产品推销给低风险承受能力的投资者。对此,《办法》也作出了明确要求,商业银行向客户宣传推介代销产品,应当谨慎评估客户购买产品的适当性;通常情况下,商业银

行只能向客户销售风险评级等于或者低于其风险承受能力等级的代销产品。作为投资者,要本着实事求是的原则,审慎、定期完成风险承受能力评估测试,并仔细留意购买产品的风险等级。

在“怎么卖”环节,风险隐患依然存在,为此要严格规范销售流程。一方面,要严格规范销售人员的资质与行为。销售人员应当具备与所销售产品对应的销售资质,不能出现没有基金从业资格的人代销基金等情况。另一方面,要严防个别销售人员刻意混淆代销产品与银行自营产品。投资者在购买产品时,应要求银行提供相关销售文件尤其是风险提示,并通过抄写风险提示等方式充分了解代销产品的风险,有效规避销售人员的诱导行为。