

挺起制造业“硬脊梁”

深评

近日，国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会发布的中国采购经理指数显示，8月份，制造业采购经理指数（PMI）为49.4%，比上月上升0.4个百分点。随着国内产业链供应链不断恢复，制造业生产环境持续改善，企业生产活动平稳运行。制造业是实体经济的基础，是构筑未来发展战略优势的重要支撑。进一步提升我国制造业核心竞争力，使其“壮筋骨”、上台阶，成为题中应有之义。

近两年，面对需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，我国制造业展现出强大韧性和动能，负重前行，在逆境中呈现恢复增长态势。2022年二季度，规模以上制造业增加值占国内生产总值的比重提升至28.8%。稳定制造业既为稳住宏观经济大盘发挥

了关键作用，也为经济高质量发展奠定了坚实基础。当前，我国经济正处于企稳回升关键窗口，也步入爬坡过坎的阶段。为此，需要供需衔接、远近结合、系统发力，持续巩固强化制造业高质量发展基石，继续保持制造业比重基本稳定。

以需求为牵引，发掘内需市场潜力。需求是带动制造业扩容提质的牵引动力。当前，多重因素导致有效需求并未充分释放，供需结构错配矛盾也日益凸显，部分领域产能过剩较为突出，制造业发展受到明显需求抑制。为此，要充分利用财政货币政策弥补社会需求不足。积极扩大投资需求，加快“十四五”重大工程和行动实施，扩大制造业设备更新和技术改造投资，加强5G、工业互联网等新型基础设施建设，力争尽早形成实物工作量。同时，千方百计刺激消费需求，支持金融机构加大投入和灵活安排个人消费贷款，拓展新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材等产品消费，因城施策支持刚性和改善

性住房需求，发挥平台经济作用促进数字消费。

以企业为主体，激发市场竞争活力。多年来，我国在市场经济大潮中涌现出一大批优势企业，培养历练了一批敢闯敢干的优秀企业家，成为市场竞争的活力之源。当前，诸多超预期突发因素给企业运行带来严峻挑战，企业经营压力明显加大，特别是一些中小企业甚至遭遇生存困境，对制造业稳定发展造成一定影响。要落实好各项工业稳增长政策，落实落细惠企政策，特别是中小企业纾困帮扶政策，加大要素协调保障力度，加大对企业的信贷支持，引导平台企业依法合规开展普惠金融业务。加强优质企业梯度培育，培育一批具有主导力和带动力的龙头企业，引导中小企业提升“专精特新”水平，推动大中小企业融通发展。

以创新为引领，增强核心竞争能力。创新是引领制造业高质量发展的第一动力。一直以来，我国制造业研发投入持续加大，技术创新能力不

断提升，以应用需求为导向的技术创新优势逐步显现，创新引领制造业不断向中高端迈进。但同时，与主要制造强国相比，我国在一些制造领域的短板和弱项依然较多，诸多企业长期存在缺乏核心竞争力之痛，难以适应未来市场需求升级新趋势和日趋激烈的市场竞争，不利于制造业在更高平台上行稳致远。为此，要大力支持企业技术创新，引导产业链供应链和创新链对接，加快提高制造业企业创新水平和效能。要支持利用先进技术改造提升传统产业，实施质量品牌提升行动，推广应用新材料新工艺新设备，提升制造质量、效益和效率。拥抱新科技革命和产业变革，加快新一代信息技术、高端装备、新能源汽车等新兴产业规模化发展。同时，面向制造业高质量发展新需求，强化教育结构与产业结构匹配衔接，打造高层次和适用性制造业人才队伍，挺起制造业“硬脊梁”。

（付保宗、于潇宇，载《经济日报》）

家风关系家事与国事

品读

2022年上海科技节红毯秀上，最引人注目的当属“一家两代三位科学家”的组合，他们是中国工程院院士、医学遗传学和分子胚胎学专家曾溢滔、他的爱人上海交通大学附属儿童医院终身教授黄淑桢和他们的女儿、上海交通大学遗传研究所所长曾凡一。一家都从事遗传学研究，三人都取得了不俗成就，成功的秘诀在哪里？简而言之，“家风”二字。曾凡一曾说，从她小时候有记忆起，他们一家就经常谈论遗传问题，除了像别的父母和孩子那样说孩子像父母哪一方外，他们还会谈到染色体突变和基因突变造成遗传病的代号，以及遗传病背后的哲学问题。

无独有偶，在新中国的历史上，

类似的家庭灿如繁星。李四光院士用独创的地质力学理论，为新中国寻找宝贵的石油能源提供有力支撑；他的女儿李林和女婿邹承鲁，因分别在物理、生物化学领域的成就，于1980年同时当选中国科学院院士。充满传奇色彩的一家三院士，先后走上科技报国之路，凭的也是一腔报国心与一门好家风。

家风的“家”，是家庭的“家”。家风是一个家族代代相传沿袭而来的价值准则，是包含了精神风貌、道德品质、审美格调 and 整体气质的家族文化风格。在中国传统文化中，处处有着家风的影子。所谓修身、齐家、治国、平天下，“齐家”被列在“治国”“平天下”之前，突出的就是齐家的重要性。齐家，当先正家风。2016年12月，习近平总书记在会见第一届全国文明家庭代表时强调，广大家庭都要重言传、重身教，教知识、育品德，身体力行、耳濡目染，

帮助孩子扣好人生的第一粒扣子，迈好人生的第一个台阶。父母身体力行，言传身教，家风才能成为一种精神力量 and 道德约束，在家庭内部接力传承。

家风的“家”，更是国家的“家”。在任何一个社会，家庭的前途命运都与国家和民族的前途命运紧密相连，千家万户好，国家才能好，民族才能好。家风既是家族的精神内核，也是一个社会的价值缩影。

2020年1月1日起，《中华人民共和国家庭教育促进法》正式实施，家庭教育由以家规、家训、家书为载体的传统模式，向以法治为引领和驱动、以社会主义核心价值观为主要内容、以立德树人为根本任务的新模式迭代升级，将家庭教育由传统“家事”上升为新时代重要的“国事”。全国各地41万多所城乡社区家长学校和家庭教育指导服务站点、4万多个家庭教育网络和新媒体服务平台，

为家长提供就近就便的家庭教育支撑服务；“全国文明家庭”“最美家庭”等评选活动，让无数平凡家庭化作榜样，推动爱国爱家、相亲相爱、向上向善、共建共享的社会主义家庭文明新风尚在全社会蔚然成风。

对于党员干部来说，家风不仅是一个小家庭的私事，更是代表党和政府形象的大事。党的十八大以来，共产党员的家风建设得到了特别关注，正式从家庭层面上升到政党和国家层面。《中国共产党党员领导干部廉洁从政若干准则》《中国共产党廉洁自律准则》《中国共产党纪律处分条例》等制度，从根本上对党员的家风建设进行了规范与约束。

家风，说的是小家，着眼的是大家。修好家风这堂必修课，千千万万个家庭就能成为人们梦想起航的地方，每个家庭创造的价值也必将汇聚成中华民族伟大复兴的力量！（章清，载《光明日报》）

洞见

在9月15日教育部举行的新闻发布会上，相关负责人介绍，党的十八大以来，教育部清理规范高考加分，实现“大幅减少、严格控制”的目标。目前，已取消体育特长生、中学生奥林匹克竞赛、科技类竞赛、省级优秀学生、思想品德有突出事迹等5类全国性高考加分项目，逐步取消95类地方性加分项目，并进一步降低加分分值。

教育公平，是关注度最高的社会公平之一，而高考公平则是教育公平最直接最集中的体现。从国家到地方，不同层面取消加分项目，让分数的纯度更高，考生们的起跑线更加一致，公平度也更高了。

高考加分的初衷，是为了鼓励和选拔有专长或者有突出事迹的学生，以此为导向提升学生的综合素质。但是，在多年来的实际操作中，高考加分却常被诟病。比如，各地缺乏统一标准，自由裁量权和弹性较大；还有，加分分值过高，要知道高考中多拿一分，挤掉的会是一批人。更不要说个别家长为了让不符合条件的孩子加上分，不惜通过各种暗箱操作获取违规加分，导致出现教育领域的腐败。这些现象，严重损害了高考公平、教育公平，对那些寒窗苦读的普通学子来说，是极大的不公。也有一些家长看似“合理利用”规则，让孩子不是出于兴趣和爱好而是为了加分“突击”特长，让本来学习压力已经很大的高中生增加额外负担。这样的功利性做法与加分的初衷背道而驰。

当然，调整和缩减高考加分项目并不等于完全取消所有加分，而是要在“瘦身”之后，建立统一清晰的规则，秉持审慎适度的原则。比如，对于烈士子女的优待，以及教育资源相对薄弱的偏远地区少数民族考生的适度精准加分，恰恰体现着社会公平、教育公平。但前提是，这个操作过程必须透明、公开、可溯源追责。

分数更纯粹，考试才更公平。近年来，各地高考改革一直在不断探索，比如高考使用全国统一命题试卷的省份目前已达27个。改革的重要目标，就是让高考更加透明、更加公平，让招生环节更加严谨，真正发挥好选拔人才的作用。目前，我国已经建成世界上最大规模的高等教育体系，高等教育的毛入学率也从2012年的30%提高到2021年的57.8%，确实成绩斐然，但在教育公平上仍有优化空间。如何让“公平”二字更加深刻地体现在这场于国于民都极为重要的考试上，全社会仍需继续努力。（逄海涛，载《浙江日报》）

过度包装也该“瘦瘦身”了

微评

某款月饼礼盒用了4层包装；某款售价299元的盒装月饼，还搭售两张面值100元的餐饮代金券；个别商家存在空间系数超标问题……近日，湖州公布6起过度包装违法典型案例，集中查处一批包装层数不符合标准、月饼与其他产品混装搭售、价格违法及其他食品安全违法行为。

近年来，部分商家为了追求高利润，开始在商品外包装上费尽心思。更有甚者，重视包装超过了重视产品质量。从长远来看，这种行为无论对消费者还是商家，乃至对于整个消费市场都是不利的。过度包装也该“瘦瘦身”了！

过度包装除了“面子”上“看起来很美”，对消费者和社会环境都会带来负担。一方

面，经过“华丽的转身”，一套普通商品的价格立马“水涨船高”，动辄需要几百元甚至上千元，但从用户的使用价值来说，并没有本质不同。另一方面，这些包装使用的纸张、木材、金属、塑料等很多原材料都是紧缺资源，使用后除了少量回收，大量包装废弃物需要通过填埋、焚烧来处理，对环境造成危害。

过度包装问题由来已久，治理起来并非一日之功。对于生产经营者来说，在选择包装材料时，应兼顾实用和环保，尽量选取可循环利用、可降解的材料，避免华而不实的过度包装。同时，消费者对精美包装的追求也要适可而止，应积极践行绿色消费理念。当然，治理也离不开相关部门的有力监管，执法部门应严格执法、加强监管，不断完善相关举措和整改落实机制，用鼓励、引导、甚至惩处倒逼企业转变包装意识。

（李波）

靠“差评”成爆款，差评！

快评

《东八区的先生们》火了。这部开播初期默默无闻的电视剧，最近却靠几个低俗的镜头 and 最低的评分火了。

此前，这部电视剧就因为油腻离谱的剧情，被观众怒打2.2分，刷新了今年国产剧最低分。而最新一集中出现了“少儿不宜”的镜头，更是引发了网友吐槽。网友吐槽说它油腻，桥段老套，脱离现实。表面上说是拍“沪漂”拍“草根”，但其实延续的仍然是张翰自己“霸道总裁”的执念。

桥段老套并不可怕，生活本来就是不断地重复，只要自然就行。有一些打磨边角的镜头可能是无心之举，没有必要上纲上线。张翰在剧中身兼编剧、监制和主演三个职位，也不是不行，因为身兼数职依然成功的片子也不少。最主要的恐怕还是电视剧本身存在的问题，包括情节的铺陈、人物的刻画以及立意。

“京漂”“沪漂”“深漂”是中国大学生的代表群体。作

（高路，载《钱江晚报》）

为牙减负

针对全国人大代表提出的关于将牙体治疗费用纳入医保的建议，国家医疗保障局日前在其官网发布答复表示，为保障人民群众获得高质量、有效率、能负担的缺牙修复服务，满足人民群众对美好生活的向往，国家医保局近期梳理汇总了全国各地口腔种植牙医疗服务价格情况，正在抓紧研究各地价格管理方式、价格水平以及患者费用负担等相关情况。

（王成喜，载《浙江日报》）

画话



赠流量？套餐不是套路，免费不是免责

视野

“获赠10GB的5G单模流量”“有一份10GB的5G流量礼包待使用”……不少人曾收到过运营商发来的类似短信。在各大运营商纷纷以免费流量增强用户黏性的背景下，收到短信的消费者不疑有他。但倘若毫无顾虑使用流量，又可能收到令人大跌眼镜的短信：“流量超额使用，扣费×元”。免费流量的“馅饼”，成为新的扣费“陷阱”，引起众多消费者不满。

在类似事件中，获赠流量是真，只不同于以往的“通用流量”，那些赠送的“5G单模流量”是5G专用流量，只能在5G网络下使用，不能用于4G/3G/2G的网络流量消耗。

这意味着，用户在未覆盖5G网络信号的地方使用流量时，不会消耗获赠的5G单模流量，因而会产生额外费用。但问题的关键在于，普通用户并没有相关专业知识，短信中也没有对5G单模流量的特殊性进行说明，用户如何得知5G单模流量的使用限制？模糊的话术，无疑会误导用户使用，最后掉入扣费陷阱。

不仅如此，有用户还提出质疑，明明打开了手机内置的5G开关，手机信号也显示5G，却仍会额外产生流量费用。对此，运营商解释称，用户在使用手机时，如果处于信号较弱区域，5G网络并不能连接上；相比于成熟的5G手机，因配置模式不同，早期5G手机大部分虽可显示5G信号，但很可能没有连接5G网络。种种因素，造成用户即使手机上看到信号显示5G，实际上也无法消耗5G单模流量。但技术原因不

该由用户买单，更何况是在不知情的情况下。而运营商明知5G技术存在的缺陷，仍未尽到提醒义务，只在事后以技术原因做开脱，显然难以服众。

免费赠送流量，目的是回馈用户，提高用户满意度，与此同时还能推广5G应用，本应是各取所需，皆大欢喜的事。然而，运营商语焉不详的话术，遮遮掩掩的态度，不仅没能赢得用户满意，反而损害了用户的利益，推广5G更是无从谈起，与初衷相去甚远。一石激起千层浪，某投诉平台上关于5G单模流量的投诉比比皆是，社交平台上也不乏有网友质疑“5G单模流量用不了”。说到底，运营商抱着侥幸心理，最终却套路了自己，不仅动摇了消费者的信任，也让企业信誉受损。

从“1元流量体验包”次月自动高价续费，到“免费赠送”的流量误

导消费者进行不必要的消费，流量“陷阱”层出不穷，归根结底是运营商将企业利益摆在消费者权益之前，暴露出服务意识和法律意识的缺位。类似含糊其辞的做法，或已触碰法律底线。消费者权益保护法明确规定，经营者有提供真实、全面信息的义务，“应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传”。5G单模流量的特殊性，本应在提供服务之前讲解清楚，若等消费者发觉其中问题，来电咨询、投诉，维护自身权益时，运营商再细致的解答也难以挽回消费者的信任，得不偿失，为时晚矣。

福利还需诚意，服务更应精细。运营商一次次的营销翻车，是对行业的一个提示：只有把消费者权益放在心上，以实际行动保障好消费者利益，才能走出一条互利共赢的发展道路，实现口碑效益双丰收。（徐之，载《人民日报评论》微信公众号）