

# 呵护好中小企业的生命线

深评

民营经济再次迎来了政策的春天。7月19日，中共中央、国务院发布关于促进民营经济发展壮大的《意见》，以31条举措为民营经济打开了发展的新局面。不管是“中国式现代化的生力军”，还是“高质量发展的重要基础”，《意见》为民营经济给出的明晰定位都令市场振奋、信心提升，马化腾、雷军、周鸿祎等民营企业家先后发声，反响热烈。

但需要注意的是，民营经济中的大多数，不是腾讯、小米、360这样的巨头，而是千千万万个中小企业。民营经济与中小企业互为主体，民营企业中九成以上是中小企业，而中小企业中九成以上是民营企业。鼓励民营经济发展，尤为重

要的是呵护中小企业的生命线。

近年来，民营经济增长放缓，预期减弱，与中小企业面临的发展困境有着密切联系。中小企业本身竞争能力较弱，也缺乏抗风险机制，面对经济波动、市场震荡，冲击感强烈，甚至会遭遇生存危机。可以说，中小企业的“痛”，也是民营经济之“痛”。

当人们谈及经济复苏时，总会提及“市场活力”一词。中小企业正是市场活力的直接来源。无数个街边的店、市郊的厂藏着的是百姓生计，是城市发展的“烟火气”，更是经济活动的“毛细血管”。中小企业为国家贡献了50%的税收、60%以上的国内生产总值、70%以上的技术创新、80%以上的城镇劳动就业，毫无疑问是改善民生、推动国民经济发展的重要力量。

在过去一段时间里，中小企业的发展遭遇许多问题。融资难、人才短缺、创新能力不足等，都导致

中小企业的发展进一步受限。近年来，政府部门也持续出台一系列惠企、助企政策，大力推进“放管服”改革，加大对中小企业帮扶力度，各地方也相继推出政策“组合拳”，为中小企业纾困解忧。但随着时间推移，短期的纾困措施效果开始变得局限，促进中小企业发展还需要解决更多根本性问题。

此次《意见》的发布恰逢其时，为优化中小企业发展环境提供了制度的保障，尤其在融资和产权保护方面出台了更加具体的支持措施，有利于为中小企业发展打造更加公平的竞争环境。其中“支持符合条件的民营中小企业在债券市场融资”“健全防范化解拖欠中小企业账款长效机制”都切中了中小企业当下的发展痛点，有助于中小企业改善经营现金流，突破发展困境。

另外，《意见》也特别提到了要培育一批专精特新中小企业和创新

能力强的中小企业特色产业集群。大企业几乎都是从中小企业发展而来，专精特新中小企业也是推动经济高质量发展的重要力量。中小企业是市场中最具创新活力的主体，依靠民间的想象力和创新能力，产业可以更快实现升级换代，推动经济发展新动能的转变。

当然，在现实层面，“毛细血管”的疏通非一日之功，对中小企业的帮扶还有许多问题需要细化考虑。为民营中小企业提供公平公正的发展环境只是第一步，中小企业的自身特点决定了对其的帮扶流程、帮扶形式一定会区别于大企业，更多具有针对性的政策还亟待出台。最重要的是，只有真正地从中小企业的角度出发，体察他们的特点、需求、困难，才能营造良好的创业和政策环境，进而带动生产、分配、流通、消费的经济正循环。

(吴丹璐,载《解放日报》)

# 国产核磁共振突围的启示

据央视新闻报道，不久前我国自主研发核磁共振仪器取得成功，并开始量产。这意味着更多的病人在看病时，动辄几百元甚至上千元的核磁共振检查费用很可能大大降低。

被卡脖子是一种什么体验？不少人都有这样的经历，生病了需要做一个核磁共振检查，提前好几天预约不说，价格还相当贵。“看病难、看病贵”的怨气里，应该有不少是冲着核磁共振检查的。那么，为什么医院不多买几台呢？为什么十来分钟的检查价格却这么贵？相信不少人都发出过这样的灵魂提问。这背后，是一个令人尴尬的事实。尽管核磁共振仪器被誉为“尖端医疗设备皇冠上的明珠”，对于心脑血管、神经和肿瘤等多种重大疾病影像诊断有重大意义，但这项技术长期被国外垄断。所以，对医院来说，买一台核磁共振仪器成本不

菲。落到每个病人头上，就是又贵又难约的处境。如今，在中国科学院深圳先进技术研究院以及相关企业的合力攻下，终于取得了重大突破。

这些年来，中国自主研发的成功例证越来越多。中国高铁从引进、消化到吸收再创新，被习近平总书记点赞为“我国自主创新的一个成功范例”；我国在隧道掘进机领域虽然起步晚，但通过约20年的接续奋斗，完成了从完全依赖进口到领先的跨越。很多事情回头再看时，轻舟已过万重山，过程中的曲折，只有亲历者最清楚。

这些成功范例有何启示？最重要的启示就是，创新要直击痛点。痛点，不仅仅来自需求侧，也来自“0到1”的原始创新。

找到需求的结合点。面对重重技术壁垒，正像掉进万山丛中，举

目四望都是重重山峦。要想找到那条奇袭之道，难度可想而知。将核磁共振仪器搬上生产线并不是一件容易的事情，不光要解决“卡脖子”的技术难题，还有如何解决科技成果转化问题。为何能成功？科研人员道出了真谛：“我们所有的课题都有一个共同的目标，那就是面向需求。”在该研究院的“工程生物产业创新中心”，楼上是“科学家”，楼下是“企业家”，楼上的“科学家”随时可以下楼找到“企业家”，一起商量产品转化。这样的产研融合模式，可以让科研成果和市场需求精准匹配、精准发力。

加强基础研究这个关键点。新型研发机构作为一个重要载体，不仅仅面向市场，另外一个重要功能就是解决“0到1”的问题。当科研机构 and 市场的融合越来越紧密之后，也要防止出现科研机构只攻克

效益高的产品。基础研究是科技创新的源头，更为对接需求提供了基础底座。两者相辅相成，并不矛盾。尤其来到“无人区”时，必须全力推进基础性、原创性的创新。应对国际科技竞争、实现高水平科技自立自强，迫切需要加强基础研究，从源头和底层解决关键技术问题。地基打得越牢，科技事业大厦才能建得越高。

前不久，位于杭州的超重力大科学装置的实验大楼结顶，引来不少关注。正在建设具有全球影响力的科创高地、创新策源地和国际重要产业创新中心的浙江，可以从这些成功范例中收获信心和启示，在创新深化上下好“怎么也不为过”的功夫，瞄准需求、瞄准痛点、瞄准“0到1”，相信定能在全球创新版图上占据重要位置。

(逯海涛,载《浙江日报》)

# 假期开放校园是推动全民健身“优选项”

暑假期间，各地大中小学内没有了往日的热闹，校园运动场上、体育馆内更显冷清。记者近日探访了解到，校园体育设施不对外开放仍是不少学校的通用做法。

很多校园内体育资源集中，无论是室外的标准跑道、篮球场、足球场，还是室内的羽毛球馆、乒乓球馆、游泳馆等，一应俱全。令人惋惜的是，如此齐全的体育设施，一到寒暑假便多处于闲置状态。与之相比，一些校园周边社区内则体育设施相对不足，不少有健身需求的群众与被“放假”的体育设施“一墙相隔”，只能望而兴叹。

近年来，每逢暑期，一些地方便进入未成年人“野泳”溺水事故高发期。其中虽有学生安全意识薄弱、家校管理缺位的原因，而正规游泳场馆不足、收费偏高，也是“野泳”屡禁不止的缘由之一。堵不如疏，向社会开放更有安全保障的校园游泳馆，不失为两全之策。

游泳馆只是一个缩影。校方不愿对外开放体育设施，大多出于人员管理、运动安全等方面的考虑。但是，只要把安全预案和管理制度

做细做实，绝大多数隐患可以防范于未然。

全民健身是全体人民增强体魄、健康生活的基础和保障。随着我国城乡居民生活水平不断提高，运动健身日益成为“必需品”。而进一步缓解人民群众日益增长的体育健身需求与体育设施资源供给不足之间的矛盾，是各地贯彻落实全民健身国家战略的应有之义。

近年来，各地各部门不断加大和完善全民健身场地和设施供给方面发力，一些地方还制定规划，志在打造“十五分钟健身圈”。为解决“一地难求”问题，从口袋公园、小区架空层到沿河沿湖步行道，不少城市要求“见缝插针”利用空置场所，以满足人们的运动健身需求。

然而，暑假期间，要解公众健身需求的“近渴”，仅靠政府规划的“远水”仍然不够。让开放校园体育设施成为推动全民健身的“优选项”，最大限度盘活现有优质体育资源，既是当务之急，也是为人民群众带来更多获得感、幸福感的惠民之策。

(胡锦涛,载《南方日报》)



# “博物馆热”值得被珍视

洞见

定闹钟抢票、多个设备同时抢票、不停刷新系统……这个暑假，不少观众为预约到博物馆门票，使出浑身解数。

如今，“博物馆热”成为文化现象，“到博物馆去”成为生活方式，博物馆发展活力不断释放。随着经济社会发展，人们对高品质精神文化产品的需求日益旺盛，对中华优秀传统文化的追寻与认同不断强化，历史自觉和文化自信日趋深

厚，对博物馆这一保护和传承文明的殿堂自然心向往之。

面对“博物馆热”带来的汹涌人潮，不少博物馆在暑假期间调整预约参观政策，采取分时段预约、动态投放门票、适当延长开放时间、增加预约名额等方式，进一步满足观众需求，让优质公共文化惠及更多百姓。同时打击“黄牛”抢票、囤票等行为，维护观众合法权益、维持市场秩序平稳有序。

对“博物馆热”这一正在蓬勃发展的文化需求应该珍视，也要以更加丰富的手段迎接这份热情，呵护这种向往。“博物馆热”不是一时半响的热情，也不能局限于一馆一院的考量。面对观众，尤其是学生

观众在暑假的参观热情，应看到如何把热度更长久地延续下去。“博物馆热”不只热在暑假，更要热在平时、热在校园。这既是丰富学校教育、优化教学方式的手段，也是引导观众错峰分流参观的有效办法。

把教学课堂搬到考古遗址、把美育教育嵌入展览参观，把博物馆搬进课堂，让文物在校园“活起来”，这些探索大大拓展了课堂的边界、学生的眼界。这提示教育工作者，在日常学校教育中，一些文史类课程和课后服务内容可以灵活安排到博物馆进行，博物馆的资源也应尝试与学校课程体系、教材融合衔接，让博物馆走进学校，走到学生身边。

针对预约难问题主要出现在热门博物馆的情况，为公众参观博物馆提供更多选择也是应有之义。一方面，应鼓励更多中小博物馆、非热门优质博物馆走入人们视野，覆盖更为广阔的人群，让公共文化服务更为均等化、普惠化；另一方面，博物馆应继续探索智慧化手段赋能博物馆教育，开启云端展厅、展出数字藏品、打造线上沉浸式游览体验……让馆藏文物走向观众身边。

博物馆正引领新的文化趋势。珍视文化热情，正视文化需求，因时而动，顺势而为，才不辜负人们对美好生活的向往。

(杨湛菲,据新华社)

品读

“青年人有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗，中国青年才会有力量，党和国家事业发展才能充满希望。”习近平总书记在同团中央新一届领导班子成员集体谈话时如是强调。

“青年者，国家之魂。”新时代的中国青年，自信自立、富于思辨，但同时也面临各种社会思潮的现实影响，困惑于理想与现实、小我与大我的现实关系，需要深入细致的教育和引导。总书记对青年成长高度关注、念兹在兹，他曾谆谆教导青年一代，“青年的人生目标会有不同，职业选择也有差异，但只有把自己的小我融入祖国的大我、人民的大我之中，与时代同步伐、与人民共命运，才能更好实现人生价值、升华人生境界。”

那么，什么是“小我”“大我”？

梁启超曾指出：“何谓大我，我之群体是也。何谓小我，我之个体是也。”小我即为个人，代表个人利益；大我即为集体，代表社会、国家利益。小我与大我的关系问题，正是个人与集体、与国家的关系问题。

从庄子“天下莫大于秋毫之末，而大山为小”所论证的“小大之辩”之哲理思考，到范仲淹“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”所倡导的“以天下为己任”之价值追求，再到杨开慧“牺牲我小，成功我大”所追求的“舍己为人”之人生选择，圣贤先辈用切身实践证明：只有摆脱“小我”的局限，才能真正拥有家国胸襟，成就“大我”的境界。从这个层面看，“小我”与“大我”是辩证统一的。小我寓于大我之中，服从、融入大我；大我基于小我之上，保障、升华小我，实现大我就是成就小我。

那么，青年人如何融贯“小我”与“大我”？

融贯“小我”与“大我”就是要青年人有理想、敢担当。理想蕴含着人们对美好生活的向往，青年人的理想蕴含着最真挚的社会追求。当个人理想与社会共同理想相契合，当青年人可以在集体价值的实现中找寻个人价值，“小我”与“大我”就能在理念层面融会贯通。这意味着，青年人的个人追求要符合时代发展要求，要胸怀“国之大者”，要敢于担当使命任务。无论是“井冈山精神”“长征精神”，还是“两弹一星”精神、女排精神，其实践主体都自觉地将个人理想统一于爱国情、强国志中。当代青年当以此此为勉勵，自觉将个人理想融入社会共同理想，自觉以“小我”之身担“大我”之责。

融贯“小我”与“大我”就是要青年人能吃苦、肯奋斗。“世路风霜，吾人炼心之境也；世情冷暖，吾人忍性之地也”，苦难是人成长成才的必经之路，奋斗是人力争上游的必要法宝。青年人能吃苦、肯奋斗就是要摒弃“骄娇”二气，能够担苦、抗难、承重、历险；就是要秉持“勤谨”二字，在孜孜矻矻、勤勤恳恳的个人求索中，拓宽社会财富、社会价值的边界。第二十七届“中国青年五四奖章”获得者切阳什姐以10多万公里的训练里程冲刺金牌；“时代楷模”黄文秀深入农村，致力于脱贫攻坚事业……苦难磨砺青春，奋斗创造价值。青年标兵做出表率，后继者当见贤思齐，在苦学、勤练、奋斗中锤炼“小我”，追求“大我”。

青春无言，青年有为。青年要成为“引领未来人类发展之菁菁茁苗一代新人”，当自觉地处理好“小我”与“大我”的辩证关系，将“小我”的个人梦融入“大我”的中国梦，用个人的躬耕求索带动社会的永久奋斗，以青春的力量、青春的涌动、青春的创造，谱写青春闪亮的篇章。

(虞虎男,载《广州日报》)

# “中国式浪漫”又让人破防了

微评

近日，正在热映的国风动漫《长安三万里》受到追捧，一边看电影，一边背唐诗的“学习式观影”引发热议。电影中的盛唐美景如诗如画，李白、杜甫、高适、王维等一众诗坛“顶流”陆续登场，让观众梦回“大唐群星闪耀时”。

近年来，一批深具东方美学的爆款文艺作品深受年轻人喜爱。比如，《如果国宝会说话》在严肃中玩梗，拉近千年文物与年轻观众的心理距离；《上新了·故宫》将建筑艺术与

# 保护消费者的“差评权”

今年2月，王女士准备去厦门游玩，通过某平台预订当地一家青年旅馆，居住后感觉体验不好便写了差评。旅店看到差评后先是怒怼王女士，之后又将其起诉至法院，要求她赔礼道歉、消除影响，并赔偿人民币10万元，法院一审驳回了旅店诉求。近日，二审法院再次驳回旅店诉求，维持原判。

日常生活中，网购或外出就餐、旅游，先看一看已有顾客的点评，成为不少人的习惯。有时候消费者的一句评价或者一幅照片，在一定程度上可以影响商品服务的口碑以及消费者的选择。一个店铺，可能因为好评而生意兴隆，也有可能因为差评而客源大减甚至关门歇业。从这个角度来说，商家特别在意消费者的差评，可以理解。

然而，“给差评就威胁并起诉”，却实属不该。相关法律规定，对商品进行评价是消费者的权利。只要是消费者基于自身感受和体验所作出的客观评价，商家应予以尊重。消费者给出的负面评价，若不属于诽谤、歪曲事实，商家就应“自作自受”。面对消费者的差评，商家应该做的是有则改之、无则加勉。讳疾忌医，迁怒消费者，甚至对消费者进行诋毁和恫吓，于理于法都不应该。

一些商家看到批评不是先自省而是猛怼消费者，企图用报警或诉讼让消费者屈服，显示出一些商家在尊重消费者权益方面亟待补课。相关部门在保持“零容忍”，严厉打击此类行为的同时，也要上好商家法律课，提高他们的法律意识，使他们自觉理性平和接受消费者监督，维护消费者合法权益。

面对差评，商家要收起“玻璃心”。要知道，发现问题才能解决问题，每一个言之有据、言之有理的差评都代表着一个潜在的改进方向。要看到差评背后的消费诉求并加以正视，以此为契机不断提升服务质量，消费者和好评自然纷至沓来，自身就会取得更好发展。

(文若名,载《湖南日报》)