

评论员观察

用行动说话、靠实干成事

桂从路

行胜于言，行动是最好的宣言书，实干是最质朴的方法论

做行动派，就是要坚持用行动说话。当实干家，不仅要真抓实干，而且要善作善成

一纸限制性规定，把外地企业排除在竞争之外。对这样的“土门槛”，经营主体反映强烈。去年，浙江省市场监管局在调查中发现，某市印发的天然气管理办法明确要求，进驻该市范围内开展天然气经营的企业，其公司注册地必须在该市。立案调查后，当地高度重视、积极主动整改，及时废止原文件并在政府网站公布，并全面开展自查自纠，举一反三落实公平竞争审查制度。有力执法，有效监管，有利于公平竞争，也增强市场信心。

进一步规范不当市场竞争和市场干预行为，是加快建设全国统一大市场的重点任务之一。日前，国家市场监督管理总局通报，去年6月份以来，各地区各部门积极行动，清理存在妨碍全国统一大市场和公平竞争问题的政策措施4218件，涉及妨碍商品和要素自由流动的568件，有力破除了一批行政性垄断堵点，向市场释放了积极信号。与此同时，各地将“当下改”与“长久立”相结合，加快完善公平竞争法规制度。《浙江省公平竞争审查办法》前不久正式施行。动真碰硬、抓实整改，展现畅通大市场、促进大循环的坚定决心和务实行动。

行胜于言，行动是最好的宣言书，实干是最质朴的方法论。习近平总书记强调：“要抓住一切有利时机，利用一切有利条件，看准了就抓紧干，把各方面的干劲带起来。”当前经济社会发展的目标任务已经明确，从加快建设全国统一大市场，着力破除各种形式的地方保护和市场分割，到因地制宜发展新质生产力，坚持从实际出发有选择地推动新产业、新模式、新动能发展，再到全面推动“高效办成一件事”落实落地……撸起袖子加油干、扑下身子抓落实，把“总蓝图”变成“施工图”，才能推动高质量发展不断取得新成效。面对前进道路上的风险挑战，尤须我们当好中国式现代化建设的坚定行动派、实干家，一步一个脚印把党中央决策部署付诸行动、见之于成效。

做行动派，就是要坚持用行动说话。推动大规模设备更新和消费品以旧换新，这是党中央着眼高质量发展大局作出的重大部署，既利当前，更利长远。从国务院印发行动方案，到国家发展改革委同各有关部门建立工作专班，再到各地出台消费补贴政策、开展惠民促销，压茬推进的时间表上，有分秒必争的紧迫感，也有事不避难的执行力。响应党中央号召、贯彻党中央要求，必须雷厉风行、迅速有力。增强“时时放心不下”的责任感，并切实转化为“事事心中有数”的行动力，主动跨前一步抓工作，定能以务实有力的行动提振全社会的信心。

当实干家，不仅要真抓实干，而且要善作善成。推进乡村全面振兴如何有力有效？新的经济增长点如何加快培育？着力解决制约构建新发展格局和推动高质量发展的卡点堵点问题，关键在出实招、求实效。今年以来，北京加快推进一批标志性项目，巩固扩大人工智能、高级别自动驾驶等行业领先优势；广东推动“百县千镇万村高质量发展工程”建设加力提速，努力将粤东西北从短板变成潜力板；贵州选派1200名省级科技特派员，增派“法人科技特派员”帮助解决产业共性技术难题。找准工作着眼点、政策发力点，勇于打破思维定势和路径依赖，体现的正是干在实处。新征程上，要聚焦高质量发展这一首要任务，加强统筹协调、把握轻重缓急，打好政策组合拳、提高抓落实的穿透力，扎扎实实推动重点任务时时都有进展、按期见成效。

千条万条，不落实都是白条；千难万难，干起来就不难。强化紧张快干的作风，拿出只争朝夕的干劲，着力提升执行的创造性、行动的力度和实干的效果，我们定能实现既定目标、赢得发展未来。

一个人的力量有限，当大家为了共同的目标在各自岗位上齐心协力拼搏，就会形成巨大的力量

只要肯登攀

王勇峰

巍巍珠穆朗玛，屹立青藏高原，那是我们所有登山人的梦想。

1960年5月25日，3颗红色信号弹直入云霄，王富洲、贡布和屈银华3名平均年龄仅24岁的登山勇士，从“飞鸟都无法逾越”的珠峰北坡登顶。这是中国人第一次登上世界之巅，也是人类首次从珠峰北坡登顶。那时，中国登山运动刚刚起步，设备简陋，经验有限。从日喀则骑马来到珠峰脚下，300多公里的路程一走就是大半个月；突击到危险陡峭的“第二台阶”，队员们靠搭人梯的方式，用双手死死抱住岩石，攀登到顶峰……凭着“哪怕珠峰比天高，怎比英雄志气豪”的决心，我国登山前辈克服重重困难，向全世界证明：中国人，能行！

登山人，人生中最宝贵的时间，都在向上攀登。1993年，海峡两岸的登山运动员首次携手登上珠峰，我作为其中之一，终于站上世界之巅，但下撤途中却在8700米处被冰壁挂住，与指挥部失去联系28小时，最终虽返回大本营，却因严重冻伤截去三根脚趾；2003年，作为中国登山队队长，我带领中国首支业余登山队登顶珠峰，推动登山运动走向大众化；2008年5月8日，我们登上珠峰之巅进行奥运火炬接力，让全世界对这届盛会充满期待；2022年，珠峰科考的海拔突破8000米，探极风云，究真苍穹，从探索自然到守护地球，攀登融入新的意义……山至高处人为峰，中国登山人向上攀登的脚步从未停止。从顺利完成珠峰高程测量等多项国家任务，到与多个国家和地区开展联合登山活动，我们协力完成的一项重要创举，使登山运动成为建设体育强国、开展国际交流的重要窗口。

每一座高峰都值得敬畏。“8848.86米！”2020年12月8日，珠穆朗玛峰有了最新高程。作为这次珠峰高程测量登山队总指挥，我深知数字背后的不易：雪崩频发，北坡下面的积雪没过膝盖，前两次冲顶都无功而返，我们最终在第三次冲顶时抓住了机会；登顶后，为了方便操作精密仪器、准确观察数据，队员们虽然知道可能会被冻伤，但仍毫不犹豫地摘掉氧气面罩和羽绒手套，一心只有测量任务，在峰顶停留了150分钟，创下了中国人在珠峰峰顶停留时长的新纪录。登山是一项具有风险的运动，仅靠激情是不够的，需要科学认知与方法，还需要凝心聚力的团队。登顶队员身后的修路队、运输队、后勤保障队等，都是向上攀登的强大支撑。一个人的力量有限，当大家为了共同的目标在各自岗位上齐心协力拼搏，就会形成巨大的力量。

从第一次登顶珠峰到如今的60多年间，装备、运输、保障日益精细化，一茬茬年轻的登山人快速成长，但中国登山人的爱国情怀始终不变。“不畏艰险、顽强拼搏、团结协作、勇攀高峰”的登山精神更是超越体育的范畴，与时代发展同频共振，激励广大群众把困难踩在脚下，把责任扛在肩上。随着时代发展，登山运动逐渐走入更多人视野，爱好者们体验攀登乐趣之时，登山精神也在更多坚实的足迹、向上的攀登间传递。我相信，这种精神将会在接续奋斗中代代传承。

向上，再向上！面向未来，我们中国登山人要继续在高山探险方面为国争光。登上更多高峰，谱写更新篇章，我们时刻准备着！

（作者为中国登山队队长、中国登山协会副主席，本报记者李洋采访整理）



新知

预报提精度，护农有力度

李红梅

【现象】河南省西平县，气象部门构建了农业气象自动化监测网络，为农户提供分作物、分灾种的气象预报预警产品；河北省宁晋县，气象部门与101家新型农业经营主体建立数据知识库，并将研发的气象服务小插件嵌入高标准农田管理APP，开展全链条精细化气象服务……近年来，随着智慧化程度提升、应用场景拓展，气象科技成为田间地头的“好帮手”，推动农业生产提质增效。

【点评】

农业生产和气象自古密不可分。千百年来，人们都知道要遵循农时，在有利于作物生长的天气气候条件下开展农事活动。我国气候类型复杂多样，气象灾害风险交织叠加，充分依托气象科技指导农业生产，才能筑牢气象防灾减灾第一道防线，助力粮食稳产增产。

气象预报越精准，对农业生产帮助越大。随着数值预报等技术的运用，我国气象预报已从经验预报向量化、无缝隙的预报转变，预报预警业务能力不断提升。2023年，我国台风24小时平均路径预报误差62公里，达历史最佳；24小时暴雨预报准确率再创新高。不久前，中国气象局正式发布下一代大气数值模式，进一步提升了全球公里级和区域百米级度数值预报的精度，显著减小了全球天气气候一体化模式误差。有了更精准的气象预报能力，就能为群众提供更精细的气象服务。以前，只能预报这个地区明天是否有降雨，如今可以对明天几点在哪个地方、下多久、雨量多大、有什么影响等进行预报，还能实现中期、长期天气气候预报业务全尺度无缝隙覆盖。

数值预报的基础是海量的观测数据，这些观测数据来自卫星、天气雷达、地面观测站、探空系统等观测设备。这些观测设备监测越精密，气象预报就越精准，气象服务就越精细。2023年底，中国气象局印发文件，对农业气象观测站网和观测任务进行调整，将在全国农业气象观测站覆盖不足的粮食生产功能区、高标准农田建设区等区域，新建1662个农业气象自动观测站。全部建成后，全国农业气象观测站将增至2304个。这一新型综合农业气象观测站网体系，能填补一些粮食重要生产区的观测空白，解决部分气象站观测任务不合理、观测频率和精度不足等问题，全面提升全国农业气象精密观测水平。

除了提高预报预警精度，还要因地制宜开展农业气象服务，为群众提供分作物、分灾种的气象服务产品。比如，湖北省气象部门从“一县一业、一村一品”入手，构建起32种农业气象服务指标，实现针对9种作物的定制化气象服务；江西省农业气象中心和省农业农村厅联合推广“早稻早播”气象适用技术，指导农户科学、适时提早播种早稻，有效抵御了低温阴雨等不利天气影响，保障增产增效。结合本地农作物种植情况，开展特色气象服务，才能更好地发挥气象科技的作用。

从一粒种子到一捧粮食，每个环节都离不开气象服务保障。当前，全球气候变暖加速演进，极端天气气候事件呈现频发、强发、广发特征，农业生产风险进一步加大。面对新形势新任务，加快推动气象科技创新，提升气象服务供给能力和均等化水平，定能更好满足广大群众对气象服务保障的多样化需求，为端牢“中国饭碗”提供更大助力。



江西省九江市都昌县小港村白茶基地，采茶人在采摘新芽。

傅建斌摄(影像中国)

春茶产量占全年茶叶总产量的40%—45%，产值占全年茶叶总产值的70%以上。目前，浙江、安徽、江西、广西、重庆、四川、贵州等春茶主产区已全面进入开采期。从近期气象预报与目前产销形势看，预计今年春茶总产量将达160万—170万吨，比去年增长10%左右。

这正是：春日携篓采摘忙，茶香四溢韵味长。稳产优质销路广，农民增收产业旺。

王者文

纵横

“火箭送快递”不是笑谈也非易事

余惠敏

近日，一家民营火箭公司宣布，将联合电商平台，开启利用运载火箭可重复使用技术送快递的研究项目。“火箭送快递”的消息迅速在网上刷屏。

“火箭送快递”看似玩笑，其实是个正经的科研项目。火箭本质是运输工具，近年来随着可重复使用技术的突破，火箭也有望从星地往返工具扩展到陆地间运输工具，从“星际快递”扩展到“陆地快递”。

从商业可行性看，火箭送快递前途远大，值得探索。2015年，国家发展改革委、财政部、国防科工局3部门联合印发《国家民用空间基础设施中长期发展规划（2015—2025年）》，开启了中国航天由单一政府主导向政府主导与市场推动相结合的转变进程，并催生了一批中国商业航天的初创公司。此次宣布科研立项的民企就是其中一家。

航天事业投入大、风险高，找到可持续的商业化模式，民营企业才能有效融资资金链，进一步投入研发并实现技术迭代升级，形成良性循环。2023年我国全年快递业务量达1320亿件，连续10年稳居世界第一。电商平台巨大的物流需求能为商业航天释放巨大的发展空间。探索火箭送快递，可支持中国航天拓展商业化新路径，还能提高电商快递的物流运输效率。这意味着未来火箭运力的客户，将打破当前局限，扩展到大众消费者。

从技术可行性看，火箭送快递的技术还不成熟，需要耐心。可重复使用火箭技术是实现火箭送快递商业目标的关键。目前火箭送快递成本太高，前期只能应用于紧急救援的大量物资投送等特殊场景。要降低火箭发射成本，首先要做到重复使用，比如一枚火箭70%的成本都在一级级，一级级实现重复使用后，整体成本就会大幅下降。此外，未来火箭作为需求巨大的运输工具，实现自动化和规模化生产才能进一步降本增效。

可重复使用火箭是未来太空探索的重要发展方向之一，技术难度大。对于这种面向未来的技术探索，要激励敢于创新的勇气，也要有宽容失败胸怀。

“火箭送快递”不是笑谈，也非易事，实现它需要闯过重重难关。期待这一梦想早日变成现实，让更多服务于星辰大海的技术惠及寻常百姓、大众消费。

（摘编自《经济日报》，原题为《“火箭送快递”不是笑谈》）

人民时评

新电商把传统电商的“人找货”模式变成了“货找人”模式。这种以兴趣内容引导购买的新模式，让消费者有意愿了解、购买有潜在需求的商品，可以更好地激发消费潜能

新电商助力消费扩容升级

张凡

场规模达4.9万亿元，同比增速高达35.2%。与此同时，短视频电商、社交电商等新业态新模式也不断涌现，极大地改变了网络购物的场景和版图。一段时间以来，不少现象级的消费，如淄博烧烤、哈尔滨冰雪旅游、天水麻辣烫等爆款，新电商都发挥了重要的推动作用。

如今，商品极大丰富，品牌极大丰富，消费者如何从海量选择中找到自己需要的产品？传统电商主要是通过搜索功能帮助消费者锁定目标。新电商则不然，它融合了社交娱乐、知识分享、文化体验等多种元素，通过直播、视频等互动性、指向性更强的方式，为消费者提供个性化推荐，不仅优化了购物体验，还创造了情感附加值。简而言之，新电商把传统电商的“人找货”模式变成了“货找人”模式。这种以兴趣内容引导购买的新模式，让消费者有意愿了解、

购买有潜在需求的商品，可以更好地激发消费潜能。

新电商之“新”，不仅在于消费场景、模式的变化，更重要的是让交易从以产品为中心变成以用户为中心。通过大数据、人工智能等技术，新电商可以让消费者需求更快、更精准地反映在生产、销售等各个环节，更高效地实现供需匹配。如今，一些厂家研发出新产品后，可以先小量生产，通过新电商进行销售。如果销量好，消费者反馈积极正面，再扩大生产。新电商以用户为中心的资源整合模式，缩短了产品研发到消费市场之间的测试周期，让距离市场终端较远的厂商可以更好地感知并响应市场需求变化，根据消费者期待和需求进行产品创新。这既有助于推动产业转型升级，也有利于提升消费品质。

也要看到，新电商的快速发展，伴随着

虚假宣传、价格误导、霸王条款等问题，“货找人”可能刺激冲动消费，带来较高的退货率，降低消费体验。更好发挥新电商的作用，还要进一步规范交易秩序，强化商品质量保障、完善平台治理规则等，让更有性价比、更有创意、质量更好的产品脱颖而出，更好满足消费者多元化需求并引领供给创新，为市场增添新活力。

2023年中央经济工作会议强调，“要激发有潜能的消费”。消费增量提升的关键是抓住消费变化新趋势。新电商的兴起，是电子商务市场迭代升级的结果，也是市场不断适应消费者需求变化的结果。随着居民收入水平提高，个性化、多样化消费渐成主流。顺应这一发展趋势，积极培育新业态新模式，助力新电商高质量发展，定能有效促进消费扩容升级，不断改善人民生活品质。