

评论员观察

“卷价格”转向“优价值”才是正道

孟繁哲

引导企业将关注重点从“价格”转向“价值”，从“同行”转向“用户”，提升创新动力和市场竞争能力，带来的将会是效率提升和技术进步，以及更多优质优价的产品和服务

最近，在一些外卖平台，“低价换市场”“以价换流量”的行为引发关注和讨论。日前，市场监管部门已约谈相关企业。

如今，越来越多人认识到，平台“内卷式”竞争，于行业健康发展不利，于商家茁壮成长无益。但也有一种观点认为，平台“内卷式”竞争，能让消费者受益；整治“内卷式”竞争，反而意味着消费者能享受的“平台福利”少了。真是如此吗？这就有必要厘清一个问题，对消费者而言，平台“内卷式”竞争究竟是利大，还是弊大？

以“仅退款”服务为例。消费者收到货后，若发现货不对板、破损残次等情况，可一键向平台申请退款，且不需要将商品退回给卖家。短期看，这似乎能减少物流成本、提高沟通效率，也能改善购物体验、让消费者受益。

但拉长观察视角就会发现，实践中，个别消费者钻规则漏洞“薅羊毛”，甚至“恶意退款”，而平台又利用自身优势地位，将增加的售后成本转嫁给商家，导致商家不得已采取低质低价策略，降低服务品质，影响消费体验。长期看，将让消费者的利益受损。

再以“价格战”为例。平台之间“卷价格”，短期内，消费者确实能享受到一些“福利”。然而，事实是，几乎每一轮“烧钱大战”结束，都会伴随着涨价，天下没有免费的午餐。长期看，对消费者来说，无论是服务品质还是商品质量，“内卷式”竞争都是弊大于利。

当前，电商市场竞争日趋激烈，各大平台在“争流量”上不时出招。但质量过硬、价格公道的商品和服务才是消费者所需，也是平台、商家和消费者实现共赢的关键。平台服务创新应持续营造有活力、有秩序、更公平的消费生态，避免市场出现低质低价的“内卷式”竞争风气。向着增量市场打开思路，向着价值创造提升格局，才能不断拓展电商行业发展空间，实现多方共赢。

放在市场经济的视角来看，竞争是常态，也是发展动力。整治“内卷式”竞争，不是不要竞争，而是要引导企业找准自我定位，开展差异化竞争，走创新发展的大路，进而给消费者提供更多优质产品和服务。

“内卷式”竞争往往通过过度压低价格来获取市场份额，不仅给自身带来经营压力，也容易让整个行业陷入花钱买吆喝、有量无价的困境。因此，在正当竞争的基础上不断创新产品和服务，才能形成企业立于不败之地的长期竞争优势，形成健康、良性、可持续的行业生态，把赛道变成越走越宽广的蓝海，而非零和博弈的死胡同。

中国汽车工业协会对车企发出倡议，禁止通过拉踩、攀比制造恶性竞争；上海提出清理与税收挂钩的产业扶持政策，全面禁止“税收优惠政策”招商行为……引导企业将关注重点从“价格”转向“价值”，从“同行”转向“用户”，提升创新动力和市场竞争能力，带来的将会是效率提升和技术进步，以及更多优质优价的产品和服务。就此而言，整治“内卷式”竞争，既是促进行业健康发展、维护消费者权益的需要，也是推动产业转型升级的必然要求。

中央财经委员会第六次会议强调，“依法依规治理企业低价无序竞争”。新修订的反不正当竞争法明确：“平台经营者不得强制或者变相强制平台内经营者按照其定价规则，以低于成本的价格销售商品，扰乱市场竞争秩序。”从“原地卷”到“向上攀”，需要技术赋能，也离不开法治保障、机制创新。企业练好内功，行业协同共建，市场活力、创新潜能得到充分激发，让投资有回报、企业有利润、员工有收入、政府有税收，才能推动经济社会高质量发展。

中国道路中国梦·每一个人都是主角

创新突破会上瘾

胡惊雷

硅钢，钢铁行业中冶炼工艺较为复杂的一类钢种，尤其取向硅钢更是钢铁产品中制造难度最大的品种之一。在很长一段时间里，我国高端硅钢产品的生产领域几乎一片空白。

作为钢铁工人，面对这样的处境，我一直憋着一股劲儿，下决心要改变被动局面。2008年，在没有成熟经验可借鉴的情况下，我和同事们持续攻关技术，跟踪每一个实验钢卷，反复调试、分析验证，一次又一次向“不可能”发起冲锋。最终，我们摸索出“脱碳退火操作法”，将高端取向硅钢产品的合格率提高了10倍多，厂里从此能够稳定生产550千伏大型变压器用高端硅钢产品，打破了我国高端硅钢长期被国外企业垄断的局面。

创新突破会上瘾。从1996年入职武钢硅钢厂至今，我已经在钢铁厂一线工作近30年。其间，我先后攻克了60多项技术难关，刷新15项技术指标纪录。领导曾问我要不要转岗成为管理干部，自己依然选择了坚守在技术操作岗位。没别的，就是想多享受将“不可能”变为“可能”的满足感，看到一个个技术难题在自己手上得到解决，那份骄傲和自豪，是无法用言语形容的。

什么是创新？在我看来，工厂车间有很多需要改进的地方，能够钻研其中，创造一种方法解决一类问题，就是创新。比如，改进思路、花小钱办大事；再如，优化管理、减轻劳动强度的同时提高工作效率。无论是革新一项工艺、优化一道流程，还是发明一件工具，都是在撬动创新的杠杆，助力推动产业升级。

创新很难吗？在一线创新，不一定需要高深的理论，关键是能发现并解决问题，要有善于观察的眼睛和敢于“死磕”的决心。在硅钢冶炼过程中，有一个问题曾经困扰了工厂30多年——氧化镁是高磁感取向硅钢的必备辅材，但其涂液黏度高、流动慢、附着性强，非常容易在涂层机积液盘、内壁等部位结垢，时间长了会影响产品质量。

起初，我和同事对全流程的每一个细节进行排查，先后尝试了数十种解决方案，但都无法彻底解决问题。不过，只要钻进去了，日思夜想之下，总会有灵感迸发。有一次，我看到鱼缸的抽水泵喷管在工作，突然想到，结垢本质就是未流动。于是，我在涂层机托层盘增加喷管，通过喷管让氧化镁涂液“活”起来，一下子就解决了结垢问题。

创新过程中肯定会遇到很多挫折和质疑，但不能退缩，持之以恒，成功才会来临。解决结垢问题的过程中，许多老前辈都对此存疑：“30多年了都没法解决，你能行吗？”团队里的工人也没有信心。幸好，我们没有放弃，最后只需两根喷管，不过200元就将问题搞定。这个小小发明，不仅让使用周期延长了1倍，更大幅提高涂敷质量，年降低成本1000多万元。有人问秘诀是什么？我说：“眼里盯着问题，心里装着成本，手里攥着创新，再难的关也能闯过，再硬的骨头也能啃下！”

做一名追求卓越的产业工人，在严格遵循标准、保障生产流程稳定运行之外，还要心怀对极致的追求，敢于突破常规，如此，才能以创新改写行业规则。

追求极致，是对匠心的坚守，是不甘平庸的自我超越；突破常规，是在重复中寻找可能，在标准之外开辟新境。从一名普通操作工成长为行业认可的工匠，支撑我的是产业工人骨子里“造不出好钢绝不罢休”的那股倔劲。每当看到亲手生产的硅钢产品能在大国重器上发挥作用，我心里就充满自豪。这也将激励我，在钢铁领域不断向着更高目标迈进。

（作者为全国劳动模范、中国宝武宝钢股份武汉钢铁有限公司硅钢部热处理首席操作工，本报记者王云杉采访整理）

青少年反诈教育应时刻“在线”

曲源

前不久，一则来自湖北黄冈市黄州区的警情通报引发社会广泛关注。3名高中生于6月25日结伴抵达云南西双版纳，6月27日与家人、朋友失去联系，发送位置显示在境外。据报道，其中一名学生此前在网上结识社会人士，被以“送犀牛角”为由邀请前往。这一事件折射出加强青少年网络安全的紧迫性。

在数字化浪潮中，青少年作为“数字原住民”，其成长轨迹与网络空间深度交织。然而他们涉世未深、好奇心强，普遍存在在社会经验不足、风险识别能力较弱的特点，极易成为诈骗分子的目标。从传统的电话、短信诈骗，到如今借助网络游戏、社交平台、虚假兼职信息等设下的陷阱，部分诈骗分子利用青少年渴望独立、追求新鲜事物的心理，打着“零门槛、高回报”兼职的幌子，诱导他们一步步陷入骗局；或是通过“免费送游戏皮肤”“解除防沉迷”等为诱饵，骗取他们的个人信息。

加强青少年反诈教育刻不容缓，需要家庭、学校、社会多方协同发力。家庭是孩子成长的第一环境，家长要发挥好监管和引导作用。一方面，要关注孩子的网络社交和日常状态，留意他们是否有异常资金支出、强烈情绪波动或过度沉迷网络的情况，及时发现问题并沟通解决。比如，家长可以定期与孩子交流上网过程中的见闻，引导他们正确看待网络信息。另一方面，家长要妥善保管好个人的支付密码、银行卡密码等重要信息。同时，要给孩子普及反诈知识，让他们了解常见诈骗手段及危害，增强防范意识。

学校作为教育的主阵地，应丰富教育形式，将反诈教育纳入日常教学体系。不仅可以开展反诈主题班会、讲座，邀请公安民警或专家为学生讲解反诈知识，还可以组织反诈知识竞赛、情景模拟等活动，



安徽歙县，文物工作者在全国重点文物保护单位许国石坊进行安全巡查。
新华社记者 周牧摄

开展好文物保护工作，对专业人才的需求十分迫切。组织职业技能大赛、举办人才交流活动、完善“传帮带”培养模式……近年来，各地采取多种举措，提高文物技能人才队伍专业化、职业化水平，激励更多文物工作者特别是青年人走技能成才、技能报国之路。

这正是：
残编断简蒙尘色，
赖有妙手复光泽。
英才辈出承绝技，
同心唱响匠人歌。

常晋文

让学生在参与中加深对诈骗手段的认识和应对能力。例如，通过模拟诈骗场景，让学生扮演不同角色，体验骗子的话术和套路，提高警惕性和应变能力。此外，学校还可以利用校园广播、宣传栏、即时通信等渠道，持续宣传反诈信息，让反诈教育时刻“在线”。

社会层面，相关部门要加大对网络环境的整治力度，加强对各类平台、公司的监管，从源头上减少诈骗信息的传播。互联网企业也应承担起社会责任，加强对用户账号的审核管理，对可疑的诈骗信息及时预警或拦截。同时，社区可以组织开展面向青少年的反诈宣传活动，如发放宣传手册、举办亲子反诈活动等，扩大反诈宣传的覆盖面。

青少年是国家的未来和希望。只有家庭、学校、社会齐心协力，才能守护好青少年，让他们在网络世界中安全遨游。多方合力为他们的健康成长筑牢安全防线，方能让青春在阳光下从容绽放。

人民时评

发展的痛点，既是治理创新的突破点，也是行业增长的突破点。抓住一个痛点，很可能助力行业完成一次“进化”

最近，两则有关新业态的新闻引发关注——

工业和信息化部组织开展号码保护服务业务试点，明确在外卖配送、网约车服务等场景中，以700号段作为“中间号”，代替用户、骑手、网约车司机等的真实手机号码。

上海推出外卖骑手“交通安全码”，以“绿、黄、红”三色作为安全等级标识，新入职骑手必须获得“绿码”才能从业。

前者指向隐私安全，后者瞄准交通安全，两项举措既进一步织密新业态健康发展的“防护网”，也从一个侧面折射治理创新和规范发展的门道。

新业态成长过程中出现的痛点，恰恰是治理创新的起点。

近年来，快递物流加速奔跑的同时，也带来信息安全隐患。相关部门创新监管手段，推行个人信息去标识化技术，隐私面单成为守护信息安全的“新标配”。但在现实生活中，快递物流企业多使用手机号码作为“中间号”，用户接到电话后，无法判断其是否为营销电话或诈骗电话。此次规划700专用号段用于快递、外卖等服务场景通信，正有利于解决这一问题。

经济社会的发展课题，也是治理的创新命题。善于从发展痛点中找到治理创新的突破点，正是不断提升社会治理现代化水平的必然要求。

发展的痛点，既是治理创新的突破点，也是行业增长的突破点。抓住一个痛点，很可能助力行业完成一次“进化”。

应对共享单车乱停乱放难题，北京构建“总量动态调控+网格化智慧化调度”治理框架，既提升治理效能，也使共享单车在通勤接驳等场景中的渗透率持续提升；“交通安全码”的推出，不仅有助于减少外卖骑手交通违法行为，还能督促企业优化配送时限算法，促进行业良性发展。客观审视新业态带来的问题，精准解决发展中的痛点，让治理跟上创新速度，新业态才能最大程度释放出新动能。

破解“成长的烦恼”并不容易，需要把握好稳与进的关系，让技术改进与治理改善相得益彰。互联网时代，新业态大多是跨界融合的产物，呈现集成多种技术、辐射多个行业、涉及多方主体的特征。聚焦号码保护，一些互联网企业前期已作出诸多有益尝试，但仍缺乏统一技术标准，业务流程实现方式也不尽相同。坚持试点先行、稳步推进，就是要在反复实践中找准问题“靶心”，从而更好实现精准治理，推动新业态迈向高质量发展。

新技术、新业态、新模式竞相涌现，既是观察中国经济活力的一扇窗口，也对推动治理创新提出了新的要求。在即时配送、网约车等领域，监管无先例可循，更需要持续探索、不断优化。“有形之手”精准出手，优服务、树标准、强监管，日新月异的新业态才能持续欣欣向荣。在游泳中学会游泳，在解决问题中推动发展，相信我们一定能实现鼓励创新与规范发展的双赢。

纵横

高温天气催热“降温经济”

孟亚生

近期，一款来自浙江义乌的太阳能风扇帽在海外市场掀起抢购热潮，订单量突破50万顶，且供不应求。这款看似普通的帽子，凭借自带风扇的实用功能和太阳能续航设计，成功抓住了“降温经济”这一新风口。

随着暑期到来，市场急需更节能高效的制冷设备与防暑产品。厂家正是精准捕捉到这一市场痛点，将风扇与帽子相结合，并利用太阳能驱动，缓解了人们在户外活动时的炎热困扰。这提醒商家，要关注消费者需求的新趋势，善于洞察其中可能蕴藏的新商机，如此，才能先人一步发现具有广阔前景的市场，创新开发出满足新需求的产品，从而赢得独家经营优势。

创新“降温经济”，离不开技术加持。太阳能风扇帽并非简单拼凑，而是通过优化扇叶设计，使其在提供足够风力的同时，避免对使用者造成伤害；太阳能板的选择和布局也经过精心考量，确保在不同光照条件下稳定供电。善于利用科技手段，通过技术创新研发降温产品，不仅可以满足消费者日益增长的需求，也能提升企业的核心竞争力。

创新“降温经济”，商家目光四射，投向“衣食住行游玩”等更多领域。有商家推出无电制冷材料，通过特殊纳米颗粒技术将热量辐射出去，从而达到降温效果，助力建筑降温和工业节能。也有商家开发能根据人体温度自动调温的服装，不仅适合居家使用，在户外也可大显身手。冰饮也是“降温经济”的重要品类，商家除了推出新口味、新包装，还可创新开发低糖低脂健康冰品，以此吸引更多消费者。同时，场景方面也需不断创新。一些度假区解锁花海美景、帐篷露营等清凉玩法，融合音乐、非遗等元素，为游客营造多重氛围感。

创新“降温经济”，需要良好的营商环境。有关部门要加强能源供应保障，为降温产业的发展提供坚实支撑。同时，不仅要鼓励企业开展技术研发，推动“降温经济”向多元化、智能化方向发展，还应加强市场监管，规范市场秩序，维护消费者合法权益。

高温天气孕育无限商机，共同挖掘“降温经济”潜力，既能让人们在炎炎夏日享受清凉，也能为经济社会发展注入动力。

（摘编自《新华日报》，原文为《高温时节尤需创新“降温经济”》）

欢迎赐稿

各位读者，本版“大家谈”“暖闻热评”“中国道路中国梦”“来论”等栏目长期征稿，欢迎赐稿，请勿一稿多投。

本版邮箱：rmrbpl@peopledaily.cn（来稿请注明栏目名）

本版责编：李拯 周珊珊 常晋