

让更多小刷子“刷”出全球大生意

□ 特约评论员 潘天庆

无独有偶,5月9日的安庆日报,报道了在国内行业龙头企业芊芊科技包装有限公司的带动下,怀宁县马庙镇迅速成长起一批纸杯生产企业。截至2024年底,该镇纸塑产业总产值达50亿元,年出口创汇近亿美元。

随着源潭刷业呈高速增长态势,该镇聚集了超5000家制刷企业。工业刷、环卫刷分别占据全国70%、90%的市场份额,产品覆盖全球80余个国家和地区。

而马庙镇的小纸杯不仅打开了中东市场,并逐步拓展至非洲、欧洲等地。仅芊芊包装公司,年出口创汇达1000万美元,累计出口纸杯160亿只。

小刷子与小纸杯给源潭镇、马庙镇全力打造刷子、纸塑百亿级产业集群夯实了基础,也给我们如何让更多小刷子“刷”出全球大生意、让更多小纸杯撬动产业大市场,传递出诸多启迪。

这需要专注。源潭镇只专注制刷,刷业呈高速增长态势。马庙镇只专注于“缝隙市场”小纸杯,尽管产品比较单一,但却有相当的技术门槛。他们心无旁骛,不东一榔头西一棒,在制刷、纸杯领域上下绣花功夫,把制刷、纸杯产品和服务做出了比较优势,形成了“一镇一品”,也创出了县域品牌。

专注,需要细分市场,确定一个明确的发展目

标,“善小而为”。哪怕是小小的刷子与纸杯,都可以将产品进行深耕细作,在技术和服务方面成为出色的供应商,从而赢得市场的青睐。

也需要专业。在制刷、纸杯的市场界定这点上,他们保持对立统一关系,即在产品、技术和客户需求的层面,选择狭窄来深入挖掘,“独辟蹊径”;不仅使普通的刷子与纸杯,在国内市场受到了欢迎,还敲开了海外市场“大门”。

专业,能把产品做精、做强、做优,产品适销对路,就能拓展市场。那怕是刷子、纸杯这种小产品,也能在细分市场上占据领先地位,撬动产业大市场,赢取大效益。

更需要创新。专注与专业只做一件事,绝不是一条路走到黑,而是把握核心技术,在这个细分领域不断的进行创新。这是推动企业转型升级的重要抓手,也是提升企业核心竞争力的关键所在。在源潭镇一家企业,数字化车间,智能化生产线正以每天30个高端盘刷的效率运转,这些单价超千元的产品,广泛应用于智能手机玻璃抛光、飞机制造等领域。而小纸杯从简单的纸质包装发展到环保易降解、液体食品无菌纸塑包装等上百种绿色纸塑产品。看起来普普通通,实则是科技含量满满。

正是这种持续的创新,加速新产品、新工艺研

发,产品过硬,提高了客户的满意度和信任度,市场订单自然接踵而至。这就为企业进一步做大做强,提供了支撑。可见,创新应当成为每一个行业、每一家企业的自觉追求和生动实践。企业只有在专注、专业的基础上,自觉追求创新、投入创新、勇于不断创新,才能永葆活力。

还需要“搭车”,搭乘网络“快车”扬帆出海。通过网络购物平台,他们的客户群产品远销欧洲、中东、南美。仅源潭镇一家企业,去年底通过跨境直播,接到越南客户9000万支缝隙刷订单,订单金额达1.2亿元。“怀宁产”优质纸杯也通过电商,一时间,在国外市场供不应求。

为打通出海“最后一公里”,源潭镇建成全省首个乡镇级公用型保税仓,设立了中外运源潭报关窗口,为50余家人驻企业提供品牌孵化、国际营销等全链条服务。2024年,产业园电商大单频现,“线上+线下”融合优势彰显,带动跨境电商交易额超2.8亿元,同比增长45%。

“莫以善小而不为”。小刷子“刷”出全球大生意、小纸杯能撬动产业大市场,我们也可以在其它市场少不了的小产品上动脑筋、做文章,也能闯出大市场,扬帆海外,打造出县域经济发展的新引擎,助推我市经济高质量发展。

■重庆大学通报“本科生发14篇SCI论文”事件:存在学术不端行为,撤销其获得荣誉

据重庆大学官方微博消息,重庆大学5月10日发布情况通报,近日,网络上对该校2021级本科学生刘某乔发表论文等情况提出质疑。学校高度重视,立即成立专项工作组进行调查核实。

经调查,刘某乔系该校研究生院副院长刘某华之女,刘某华安排刘某乔参与了其本人部分署名论文和专利的研究工作,存在论文和专利署名不当的学术不端行为。此外,刘某华的论文中还存在图片上传错误等学术不严谨问题。

(5月10日 界面新闻)

微评:重庆大学一纸通报将学术圈的“裙带门”推向公众视野。当刘某华将女儿刘某乔的名字挂在自己主导的12篇论文和3项专利上时,他破坏的不仅是学术署名规则,更是教育公平的底线,以及整个学术共同体的公信力。

整个事件看起来非常荒诞,刘某乔的“学术神话”竟能堂而皇之地通过层层评审——从初中阶段申请专利到本科阶段量产SCI论文,这些明显违背科研规律的“成就”,为何能在学术评价体系畅通无阻?这种系统性纵容比个案本身更令人担忧。

将科研成果异化为家庭资产的行为,本质上是权力寻租。当学术荣誉成为权力附属品,学术不端就不可能是偶然现象。唯有让学术归学术、权力归制度,才能让脚踏实地的科研工作者的奋斗不再被“拼爹”消解,让学者之星空中新之光能恒久闪耀。

■高中生指出博物馆多件藏品标识不当 官方:已整改

5月6日,山西太原第四十八中学校高一学生张斐翔在社交平台上分享了自己的一段经历:今年4月份,他游览太原博物馆瓷器展厅时,发现该馆收藏的多个瓷器标识出现错误或者不当。例如“红釉葫芦瓶”应改为“豇豆红釉瓷葫芦瓶”,“白釉开片瓷碗”应改为“仿哥釉瓷碗”,“红釉缠枝花卉纹碗”应改为“矾红地白缠枝花卉纹瓷碗”等等。

张斐翔将他发现的问题告知馆方后,馆方工作人员和他取得联系,并邀请他以及省文物专家共同来到太原博物馆,就所反映的问题进行讨论和研究。(5月8日 红星新闻)

微评:在传统认知中,文物研究是冷门专业,只是少数专家的专属领域。然而新时代文博生态正悄然发生着变化——不只是张同学,随着“文博热”持续升温,越来越多的民间爱好者正从旁观者转变为参与者。他们带着专业眼光走进展厅,以“全民挑刺”等形式将文化传播从单向输出转向双向共建,既为学术研究注入新鲜视角,也推动着公共文化服务向精细化发展。

在文物研究领域,答案或许只有一个,但通向答案的道路可以百花齐放。文化传承,也不应该是专家独奏,全社会的合奏方能属于这个时代的文明乐章演绎得淋漓尽致。何飞 点评

A画中有话

1800元一杯咖啡 卖给谁喝

□ 钱凤伟

A大珠小珠

近日,上海一咖啡店销售1800元一杯的咖啡引发热议。据悉,这家名为“0566咖啡製作所”的咖啡店是一家连锁店,在上海拥有6家门店,1800元一杯的咖啡所用咖啡豆为索菲亚庄园瑰夏。新京报贝壳财经记者在社交媒体搜索发现,这一价格并非近日才出现,此前也有网友晒图。(5月12日《湖南日报》)

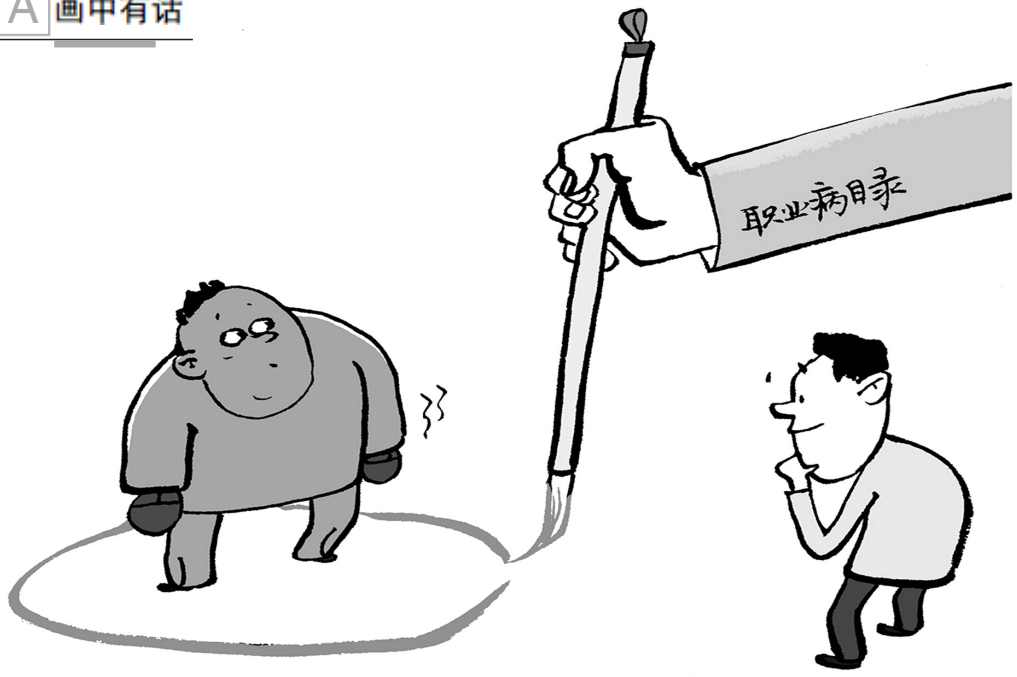
一杯咖啡1800元,让人咋舌,但不乏先例,比如上海的网红咖啡店,一杯咖啡曾卖到6200元。而深圳一家饮品店一杯橄榄汁就曾售价1000元。对此,当时网友们纷纷评论:“贫穷限制了我的想象”“姜太公钓鱼,愿者上钩”“这就是有钱人的快乐?”

如此天价咖啡,相比于正常的市场价,显然过于离谱。但根据《中华人民共和国价格法》,餐饮价格实行市场调节价,由经营者自主定价,按规定明码标价,因此也并不违规。店家也声称“咖啡不是民生保障用品,没有政府指导价,最终的价格可以由商家自行决定。只要明码标价,就算是‘天价’也不值得大惊小怪,买不买的选择权在消费者手里。”

但问题在于,并非只要“明码标价”,就可以任由店家漫天开价。“明码标价”也必须符合物价的定义,即价格不应与价值相去太远。对此,一线执法人员也提醒,“咖啡卖多少钱”由商家说了算,可前提是诚信经营,比如,店家称“1800元一杯的咖啡所用咖啡豆确为索菲亚庄园瑰夏,是店里最贵的咖啡。”但“当记者问及咖啡豆产地、销量、单杯咖啡含量以及主要消费群体时”店家却“婉拒回应”,而如果涉嫌虚假宣传,市场监管部门可以依法查处。

还让人关注的是,1800元甚至6200元一杯咖啡,卖给谁喝?咖啡开价再高,也终究只是咖啡。如果有人为了显示自己的财大气粗,不在乎烧钱式的消费,那么,这本身就有畸形消费之嫌,显然不应迎合。

店家开发新品种,满足市场多元化需求,也赢得更多的细分市场,确实无可非议,但“天价咖啡”恐怕并没有这样的初衷,比如“这款商品几乎无人问津”的惨淡经营,本来就应在店家的意料之中。那么,这种匪夷所思的天价,恐怕只是为了哗众取宠,只是个营销噱头而已,而且是个失败的噱头。



“鼠标手”被纳入职业病

漫画/王铮

日前,重庆某汽车配件制造企业的模具工熊友明刷到了一条“职业病目录‘上新’,‘鼠标手’被纳入职业病”的新闻。他不自觉地摩挲着微微发胀的手腕,眉头微蹙,“这不就是我每天工作后手腕的感觉吗?”

(据5月12日 工人日报 报道)

不能任由校园沦为短视频流量“秀场”

□ 苑广阔

记者在短视频平台上以“初中日常”“中学生活”等关键词进行检索,发现大量以第一视角拍摄记录的视频,并且多个视频中拍摄者都穿着校服出镜。视频内容多为记录上学的一天、同学间互动,还有的视频夹杂着剧情,如某视频记录自己的“暗恋日记”,主角是自己和男同桌,评论区里大呼“好甜”“什么时候表白”等。除了学校外,一些校外培训机构的老师,也将学生视频当作账号卖点随意发布,甚至打起了擦边球。(5月12日《法治日报》)

一张“奖励不写作业”的纸条在教室传递,学生们或憋笑或搞怪的画面被镜头捕捉,上传网络后获得十万点赞。这样的场景正在全国各地的校园里不断上演,教师们举着手机记录“趣味课堂”,学生们配合演出“校园日常”共同构筑了一个教育娱乐化的荒诞图景。当校园生活被精心编排成短视频剧本,当师生互动沦为博取流量的表演,我们不得不警惕:教育的本质正在被这场流量狂欢所消解。

教师本应是知识的传播者和学生成长的引路人,然而一些教师却将课堂变成了个人短视频账号的拍摄现场。他们或是设计各种“挑战游戏”吸引学生参与,或是捕捉学生窘态博人一笑,更有甚者刻意制造冲突情节以获取更高流量。这种行为的危害不仅在于分散了教学注意力,更在于向学生传递了错误的价值观——教育可以被娱乐化,师生关系可以被表演化。当教师从教育者转变为内容生产者,他们的职业伦理和专业性便不可避免地受到侵蚀。教育需要的是专注与投入,而非镜头前的表演与做作。

对学生而言,频繁暴露短视频镜头下同样贻害无穷。未成年人正处于人格形成的关键期,过度

参与表演性拍摄会导致他们将自我价值与网络关注度挂钩,形成扭曲的自我认知。那些被要求反复表演“开心”或“憋笑”的学生,那些被设计成视频“亮点”的孩子,实际上正在经历一场无声的权利剥夺——他们无法自主决定是否出镜,更难以理解这些内容传播可能带来的长远影响。

教育之所以不同于娱乐,正因其承载着传承文明、启迪智慧的崇高使命。古往今来,从孔子的“诲人不倦”到陶行知知的“生活即教育”,教育始终与人类的深层发展需求紧密相连。当知识传递让位于眼球争夺,当教育评价取决于点赞数量,我们失去的不仅是课堂的宁静,更是对教育本质的坚守。

校园不应成为流量的竞技场,教育更不能沦为娱乐的附庸。重建教育的尊严,需要教育工作者恪守职业本分,将精力投入真正的教学而非视频制作;需要平台切实履行社会责任,严格审核涉及未成年人的内容;更需要全社会形成共识,抵制将教育娱乐化的不良风气。唯有回归“传道授业解惑”的本真,才能让校园重新成为滋养心灵的净土,而非流量狂欢的秀场。

实施长江“十年禁渔” 坚决做到“四清四无”