

评论员观察

把国有企业做强做优做大

□张燕

日前，国务院国资委网站公布新一轮国企改革“双百行动”企业名单，重庆8家市属重点国企入选。这份名单，既是肯定，又是鞭策。未来，这些入选企业将作为国企改革的“尖兵”，在持续提升自身竞争力的同时，更好地带动中小企业成长壮大，推动产业链、价值链水平整体提升。

国有企业，作为国民经济的支柱，不仅地位重要，而且作用关键。“飞鸽”自行车、“红旗”轿车……这些留在人民记忆中的名牌产品，无不来自国企。在抗击新冠肺炎疫情中，国企更是冲锋在前的“核心力量”。

在重庆，国企这支队伍，总体来说，是坚强有力的。但与肩负的责任相比，重庆的国企要走的路还很长。要坚持把国企做强做优做大不动摇，突出抓重点、补短板、强弱项，不断增强国有经济竞争力、创新力、控制力、影响力、抗风险能力。

坚持党的领导，是国企的“根”和“魂”，只能加强、不能削弱。火车快不快，全靠车头带。任何一个企业想要获得发展，都需要一个好的管理者，国企也不例外。作为国企领导人，尤其要认识到自身肩负的“经营管理国有资产、实现保值增值”责任，始终做到对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁。其中，对党忠诚是第一要求，也是确保国企“成为党和国家最可信赖的依靠力量”的重要保障。

国企发展，要向改革要动力。我们必须承认，随着市场经济的发展，一些国企在管理经营中出现了不同程度的问题。改革，就是要奔着问题去，坚持“一企一策”。这是因为，市场瞬息万变，国企必须相时而动。要根据当下的市场环境、竞争态势，和自身的企业文化来规划思路，步步为营，稳扎稳打。只有这样，才能真正打造出充满活力的现代国企，培育出具有全球竞争力的世界一流企业。

一切发展，都与改革相连；所有变化，都由创新催生。国企要融入新发展格局，就必须拿出敢闯敢试的勇气。但这里的创新，并非盲目试错，而是要聚焦主业，在核心技术上下功夫，专心做好自己的事。比如，近年来，重庆四联测控技术有限公司专注于工业自动化仪表制造，实现了进口产品国产化替代。另一方面，国企也要充分利用新趋势、新平台调整生产方式，推进国有资本布局优化和结构调整。借力工业互联网就是一个很好的途径，可以让传统企业拥有“聪明大脑”，降低成本、提高效率。

“十四五”时期是重庆制造业跨越新关口、培植新优势、迈上新台阶的关键时期。在这一时期，打响重庆制造的品牌，需要打造一批领军企业。国有企业，使命光荣，责任重大，大有可为。挑战诸多，也意味着机遇无限。我们坚信，国有企业一定能劈波斩浪，行稳致远。

“院士是运动健将”是良好示范

□何勇海

第十四届全运会正在火热进行。就在前几天，关于钟南山、袁隆平两位院士的运动趣闻，冲上了热搜：上大学时，钟南山参加首届全运会并打破400米栏全国纪录；袁隆平当年读书时，也在湖北省运动会上夺得自由泳第二名的好成绩，还差点进了游泳国家队。

“院士是运动健将”是良好示范。以体育爱好涵养坚毅品格，以运动习惯提升身体素质，是这两位院士成就辉煌人生的重要原因之一。钟南山院士八旬高龄，依然奋战于我国公共卫生前线，为抗疫殚精竭虑，然而再忙再累，他仍精神矍铄，“运动对我保持身体健康起到了关键作用”；袁隆平院士投身科研数十年，一直保持良好体力和精神状态，在一线耕耘不辍，他曾透露自己的“法宝”之一是体育运动。一生和体育有着密切交集，并在体育之外取得成就的人士，还有很多。这说明，体育能成就阳光、美好的人生，体育不可或缺。

体育强国的基础在于群众体育。全运会不仅是一次竞技体育的盛会，也是一场激发全民健身热情、推进健康中国建设的重要活动。全民健身，让全运会赛场得以延伸，即便不是竞技体育运动员，只要是全民健身的一分子，人人都能参与全运会。

提倡全民健身，正是要让体育成就更多人的美好人生，尤其是青少年和儿童。青少年和儿童是推进全民健身的社会基础，他们成为运动健身人群，就容易像钟南山、袁隆平那样养成终生运动习惯，以强健之体魄，创富强之国家。

让青少年和儿童全面参与全民健身，让体育成就美好人生，需要加强和改进学校体育工作。“双减”政策落地后，开齐开足体育课有了坚实保障。青少年积极投身体育锻炼，既把学习搞得好的，又把身体搞得棒棒的，做到德智体美全面发展，才能成为祖国建设的栋梁之材。青少年在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，这是社会的共同期待，也是教育的使命所在。

投稿邮箱：cqrbplb@163.com

王红旭眼中的“值得”与“重要”

的为学为事为人，我们收获的不只是温暖，更是力量。

他是当之无愧的城市英雄。危难关头，他毫不犹豫，百米冲刺，纵身一跃，救起溺水儿童，将生命定格在湍急江水中。英雄的爱，是生死瞬间的挺身而出、舍生取义，汇聚成非凡的勇气。“以生命托举生命”，短短七个字，催人落泪。生命重要，救人更重要。

一个人在意什么、看重什么、计较什么，最能反映其品行。父亲曾与王红旭讨论：“危急时刻，牺牲自己救别人值不值得？”儿子斩钉截铁地答道：“救人，还考虑什么值不值得！”父子谈心，发自心底，这是王红旭的态度，这更是超越人性的光芒和生命的底色。

他是散发着光和热的老师。教育是一门

“仁而爱人”的事业，爱是教育的灵魂，没有爱就没有教育。爱，是生死瞬间的抉择，更是日常生活里的点滴。“对待学生，我首先想到的是，如果我是他们的父亲，我应该怎么做？”王红旭在入党申请书上的话，充分体现了这一点。

师者如兰，香远益清。在王红旭看来，成绩重要，成长更重要，体育锻炼不只是为了取得成绩，更要享受过程、锻炼身体，实现全面发展。从他身上，我们看到了：每一位好老师，都对得起每一句“老师好”！

他是身边的好人、可学的榜样。这个“一分钟60秒，有40秒都是笑眯眯”的青年人，这个认为“需要在平凡的一生中做一些自己认为很有价值的事情”的平凡人和无数重庆好人一起，塑造着这座城市的精神风貌。城市发展的速度越快，我们越是渴望“好人群体”扩容。工作中恪尽职守，生活中温润如玉，关键时刻挺身而出，这些举动，都让城市更温暖、更动人。

诗人长沙河写道：“理想是灯，照亮夜行的路。”谈到理想，很多人说：活成自己想要的模样。王红旭眼中的“值得”和“重要”，让我们看到了他想要的模样。他心里装着的爱，已变成一道光，像一团热火，似一束火焰，点亮更多人的善心，照亮更多人的行为。

母亲为他取名“红旭”，希望他能像早晨的太阳一样给人温暖。记住这个笑起来眯眯眼的“四有”好老师、这个凡人英雄，将爱当成一种恪守、一种笃行、一种传递，一束束温暖的微光，照亮这座城市的向上向善之路。

巴渝论坛

□臧博

日前，中宣部授予王红旭同志“时代楷模”称号，褒扬他是“新时代‘四有’好老师的典范”。当晚，重庆两江四岸多个地标建筑，为这位“燃灯者”点亮灯光。豪迈耿直的重庆人，用最直白的方式，缅怀这位平民英雄——你若成光，我必追随。

一个人，感动一座城。这段时间，王红旭的形象，在我们心中愈发清晰、具象、深刻。聆听他的故事，触摸他的细节，感受他

首例个人信息保护民事公益诉讼案的启示

法治在线

□曹伟

近日，某公司在其微信公众号上泄露10979名消费者的个人信息，重庆市消费者权益保护委员会对此提起消费民事公益诉讼。据悉，该案是《中华人民共和国个人信息保护法》颁布后，全国开庭审理的首例有关个人信息保护的民事公益诉讼案件。同时，该案中以行为补偿损失的公益诉求，在全国消费民事公益诉讼中也属首次。

众所周知，每个普通人在生产生活中都会持续不断地产生各种信息。而在大数据时代，人工智能技术的广泛运用，又使得个人信息的采集更加便捷，由此产生的数据量特别巨大，很容易导致数据信息在使用处理过程中引发纠纷。由于维权成本高、诉讼时间长等原因，绝大多数个人选择隐忍不发，导致不良商家有恃无恐，对个人信息的侵犯和滥用到了肆无忌惮的程度。

正因为个人力量有限，公益诉讼的作用才无可取代。相较于个人，各地消委会和检察机关具有巨大的优势——有确定的机构人员场所，也有充足的经费保障，在调查取证方面也更加有力。重庆的这一案件，正是由于商家违法披露消费者个人信息，侵害了消费者合法权益，由重庆消委会作为原告提起诉讼，并由重庆市人民检察院第一分院出庭支持起诉。

在《中华人民共和国个人信息保护法》刚刚颁布和即将实施之际，重庆消委会此次提起的公益诉讼，对于推动相关法律法规的实施具有重要意义。这一案例，也说明了重庆的消委会和检察机关在通过公益诉讼机制保护消费者的个人信息方面，已经率先迈出了有力的步伐。不难预见，未来还会有更多机构和地区，在此基础上发起更多探索。对于个人信息保护而言，这无疑是一大利好。（作者系法律学者）

丰收节既要丰收也要增收

□刘江

“秋分一到，谷场见稻。”9月23日是第四个中国农民丰收节。巴渝大地上，稻黄泛金、瓜果飘香，农民们共庆五谷丰登，分享欢乐喜悦。

今年是建党100周年，也是“十四五”开局之年。重庆交出了精准脱贫的硬核答卷，告别了延续千年的绝对贫困，农业综合生产能力上了大台阶，乡村振兴实现良好开局。在特殊的历史节点，办好丰收节意义重大。

丰收节是农民自己的节日，也是全面推进乡村振兴的窗口。办好这一节庆，不仅需要敲锣打鼓，热闹热闹，更重要的是把活动“整巴适”，让农民从节庆中真正得实惠，既丰收也增收。

今年的丰收节，一个突出特点，就是坚持市场导向。在畅通国内大循环的背景下，丰收节可谓培育节庆市场的良好机会。丰收节期间，重庆将举办金秋消费季共享丰收活动、特色优质农产品进机关（进社区、进园区）同享丰收活动。举办这些活动，正是要通过节庆效应促进产销对接、活跃城乡市场。从长远看，这也是拉动乡村产业的一个重要平台。

让农民丰收又增收，离不开营销手段的助力。很多农产品“藏在深山无人知”，这成为制约农业发展的一个瓶颈。这次丰收节，重庆各区县将举办农产品现场展示展销、网络直播带货等特色活动。相关市场主体抓住用好机遇，加强节日营销策划，就能让更多优质农产品走出大山、卖向全国、摆上市民餐桌。

让农民丰收又增收，释放消费潜力尤为关键。丰收节是农民的节日，也是市民的盛会。当前，城乡居民面临消费升级的需求，要用好节庆效应，吸引城



漫画/王铎

居民广泛参与丰收节。具体而言，要开展多领域、多层次、多元化的产销对接和促消费活动，让消费者多购买一些绿色、优质、特色的农产品，实现农民增收和消费提质扩容的良性循环。

无论是做好营销，还是做大消费，都需要强化品牌意识。这些年，重庆持续擦亮“巴味渝珍”和“三峡”品牌，市场反响良好。这也充分印证了一点：好品牌

才能卖出好价钱、带动大发展。品牌产品，不仅应成为丰收节消费的主角，也将成为今后农业发展的主打方向。

让每一分辛劳都有金黄的收获，是对农民付出的回报，也是促进农业高质量发展、乡村宜居宜业、农民富裕富足的重要途径。农民奔向美好生活的干劲被不断激发出来，乡村振兴就有了充沛的动力。

众议

清朗正源，让文娱行业回归良性价值审美

编者按

人民苦娱乐圈乱象久矣。针对文娱领域出现的问题，中宣部印发了《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》，其决心、力度之大，可谓猛药治沉疴。今天，我们摘编了几篇读者来稿，一起探讨该如何“清朗正源”。

不能让畸形审美“蒙眼狂奔”

□吕京芳

从综艺节目中浓妆艳抹的“小鲜肉”，到网络直播间搔首弄姿的男主播，近年来，以“娘炮”为代表的畸形审美席卷娱乐领地。

若知名男星都像林妹妹一样，手指破皮就要撒娇求安慰，或是革命题材中的男主都表现得“扭扭捏捏”而非慷慨激昂。屏幕前的未成年人会不会认为“男人就该如此”？娱乐圈如果迎合这种审美，致力于打造“花样美男”，最

终必定竭泽而渔，劣币驱逐良币，让文娱市场乌烟瘴气。

当然，反对畸形审美并非反对多元审美，而是反对没有底线的审美。娱乐圈不能成为“娱乐至死”的怪圈，审美需要有标尺，要颜值也要价值。明星要热度更要深度，靠商业包装、市场运作、畸形审美撑起来的流量经济，注定只是空中楼阁，随时面临塌房危险。时间会证明，只有好艺人、好作品才能深入人心，审美也不例外。



漫画/王铎

扭转流量至上的歪风

□孔德洪

长久以来，流量明星作为影视节目的“香饽饽”被追捧。与此同时，很多业务精湛但没有流量支撑的演员，只能给流量明星做绿叶。流量，几乎成了娱乐圈的通行证。资本催熟的各路明星，空有“人设”却没有实力。他们参演的作品，演技拙劣、质量堪忧，根本无法满足人民对美好精神文化生活的向往。

在“清朗行动”之下，主管部门快速

出击，坚决抵制“唯流量论”。如今，流量泡沫堆砌的榜单被下架，招摇过市的劣迹艺人被处理，所谓“流量巨星”从致富经变成了“致负经”。虚高的流量无法再成为艺人获利的本钱，“造星工厂”的生存空间也被压缩。

接下来，让文娱行业回归良性循环，还需多方尽责，从业态层面进行系统治理。通过一连串组合拳，倒逼流量明星潜心打磨业务能力，以自身专业技能赢得市场和观众，方能彻底扭转流量至上的歪风。

□何林

粉丝当中，有这么一批“领头人”，他们通常拥有较强的经济实力和组织能力，利用偶像经济割粉丝的韭菜，操纵粉丝为已牟利。

这些人又被称为“粉头”，混迹于饭圈，寄生在粉丝身上。“粉头”之祸，在于以“黑红也是红”为目标，搞一捧一踩、掀起骂战的歪操作，博取流量并从中牟利；“粉头”之祸，在于利用自身影响力履行出格之事，如煽动网络暴力、

人肉搜索；“粉头”之祸，在于以“后援会”为名，通过社交媒体聚集封闭群组，党同伐异。

“粉头”是畸形饭圈文化的衍生品。沉疴还需用猛药。挟明星以令粉丝的“粉头”，是饭圈乱象的策源地、暴风眼。面对“嗡嗡”作响、四处乱窜的“粉头”，必须态度坚决、手段强硬，冒头一个解决一个。尤其要防止“粉头”将各种应打榜行为改为改头换面、卷土重来。最关键的，还是要培养未成年人正确的价值观与审美观，断绝“粉头”赖以生存的土壤。