

长大了就该断奶

中国新闻名专栏
之江观察

■ 本报评论员 项向荣

近日,一纸关于车船税调整的公告,为实施了十余年的节能与新能源汽车税收优惠画上句号。自2027年1月1日起,节能汽车减半征收车船税的政策将取消,纯电动商用车、插电式(含增程式)混合动力汽车及燃料电池商用车的免征待遇也将同步终止,调整不区分车辆是存量还是增量。唯有纯电动乘用车与燃料电池乘用车,因其本身不在车船税征税范围内,仍保留“零税负”。

在新能源汽车产业从“政策驱动”迈向“市场驱动”的转折点上,这一调整有深意。这不是一场仓促的“断奶”,而是一次深思熟虑的制度回归。

中国新能源汽车已从小众走向主流,产业链完备度、技术迭代速度早已不可同日而语。政策培育使命基本完成,适时退出商用车、节能燃油车专项优惠,是产业步入市场驱动阶段的必然选择。

十余年前,当新能源汽车尚处萌芽时,车船税的减免是珍贵的“第一推动力”。而今,中国新能源汽车已从小众走向主流,2025年国内新能源汽车销量突破1600万辆,渗透率稳居全球前列,产业链完备度、技术迭代速度早已不可同日而语。政策培育使命基本完成,适时退出商用车、节能燃油车专项优惠,是产业步入市场驱动阶段的必然选择。因为当产业具备了自我造血能力,继续给予普惠性税收减免,反而可能弱化企业降本增效的动力。

这是对税收公平原则的务实校准。车船税本质是财产税,其功能在于调节保有环节的负担。早期减免车船税,是

对新能源车减排环保的社会补偿;如今随着渗透率过半,这种补偿已内化为企业成本竞争力,继续补偿则构成对燃油车用户的“隐形征税”。长期维持车船税的单向减免,易造成不同技术路线间的税负扭曲。此次调整,让各类技术路线在相对公平的能源成本下各展其长。

值得称道的是,这轮调整没搞“一刀切”。纯电动乘用车和燃料电池乘用车因法定免征而维持现状,精准保护了私人消费端的民生需求;而对商用车型的调整,则直指经营行为,企业购车用于生产运营,本应承担与燃油商用车相近的保有成本,这既符合“使用者付费”的公平逻辑,也倒逼物流、客运等行业更精细地核算成

本,而非单纯依赖政策红利生存。

对消费者而言,信号同样清晰:购买插电式混合动力(含增程式)汽车的成本将小幅增加,但这部分增量(每年数百元)相较于购车价与油电差价,影响有限;而纯电动乘用车的税收“护城河”依然存在,继续凸显国家对零碳路线的战略倾斜。政策在“经营”与“民生”之间划出鲜明界线,该退的政策有序退出,该保的民生红利持续加码,普惠民生的核心导向丝毫未变。

回望这十余年,车船税减免如同一位尽职的“园丁”,在幼苗期遮风挡雨。如今,当新能源汽车产业已长成森林,阳光雨露理应由市场公平分配。此次政策退出,不是支持的终结,而是支持方式的升级,从“普降甘霖”转向“精准滴灌”,从“保出生”转向“促公平”。它告诉我们,真正强大的产业,终将学会在没有“政策拐杖”的“平等赛道”上稳健前行。

青年说·说青年

校名无须借光,我自为它添光

■ 李丞星

6月29日,江西师范大学毕业典礼上,优秀校友黄春的一席发言,让现场的毕业生为之沸腾。他金句频出,视频切片被人民日报、新华社、央视网等多家主流媒体转载。而我有幸,作为今年的应届毕业生,在现场亲身受教。听罢黄春校友发言,对于院校与学子之间的关联,也多了几分深切的体悟。

英雄不问出处,但英雄铭记来路。作为北京四中校长,黄春学长已任教30余年。多年来,他从未离开三尺讲台,门下不乏考入顶尖名校的学生。当学生们得知他毕业于江西师大时,第一反

应往往是“没听说过”,黄春只淡定回复:“你不必听说,你只管领教。”这份霸气的回应,背后是为人师者的专业自信——不受出身所限,只凭专业立身。当有学生说想去老师的母校看看时,他回道:“你不必千里迢迢,昔日我在大学,今日师大在我。”

在校之时,母校以书香培育青年,为人生打底;走出校门之后,学子奔赴各行各业,一言一行都代表母校风采。最好的校友情,不是逢人便炫耀母校有多出名,而是走到哪里,都凭本事让人认可,让人记住他身后的母校。黄春学长扎根教育一线30多年,用育人实绩让更多人知晓江西师大,这便是对母校最

好的回馈。

人们常谈“师生观”,却鲜少论及院校与毕业生之间的共生联结。高校留下的印记,几乎伴随人的一生。从求职时的“敲门砖”,到饭桌上的闲聊寒暄,学校的影子无处不在。企业用它来降低筛选成本,陌生人借它来破冰搭话。而在一些场合,院校出身却成了炫耀的资本、评判的标尺,甚至是需要“遮掩”的、相互攻讦的理由——成名多年的演员因毕业院校而被嘲讽,普通院校毕业生谈及母校时欲言又止,校生之间的关系何至发展于此。

毕业院校是标签,亦可以是勋章。正如我们所拥有的无数标签一样,记录

着一段来路。那些年的课堂与实践经历,终将在漫长岁月里化为浅浅印记,却从不会消失。是视而不见、还是相互成就,取决于自己。正如黄春校友所言:“让全世界因我而认识我的母校,因赞美我而赞美我的母校”。学校与学子之间的联结,终于毕业,也始于毕业。未来的日子里以何为业、以何立身,才是学子交给高校的最真实的毕业答卷。

校名无须借光,我自为它添光——黄春学长的做法,大概就是“校生关系”最好的答案。前路漫漫,愿每位毕业生都带着“不必听说,只管领教”的勇气和底气,笃行不怠,从容向前。

(作者系江西师范大学学生)

兑现50万,西藏文旅做对了什么

■ 王志顺

6月7日,西藏自治区出台新媒体文旅宣传激励政策,对点赞超500万、形成现象级传播的原创短视频,给予50万元一次性奖励。7月4日,重庆博主“李要得”发布出租车跨越2200余公里进藏的纪实视频,斩获近1900万抖音点赞,达标奖励要求。7月5日,西藏文旅厅、财政厅快速核验视频流量真实性与内容正向性,公开公告、依规承诺足额兑付奖金。面对高额奖励,博主作出暖心抉择:向两名长途值守的出租车司机发放酬劳,剩余奖金全部以网友名义捐赠公益。

这起刷屏全网的文化奖励事件,让50万奖金、千万流量成为舆论热议的焦点。但褪去流量热度的表层外衣,事件最具价值、最值得行业借鉴的核心,并

非物质奖励本身,而是双重正向价值的生动示范:地方政府言出必行、履约践诺的政务守信,自媒体创作者敬畏流量、回馈大众的流量向善。

长期以来,国内文旅宣传存在明显短板。官方推介模式精致规整,但视角单一、贴近性不足,难以契合年轻网民的审美与共情需求,传播穿透力有限。为突破宣传瓶颈,各地纷纷试水新媒体扶持政策,试图借力民间短视频灵活、鲜活的优势,拓宽文旅传播渠道。

但不少地方的相关政策流于形式,普遍存在规则模糊、门槛隐晦、兑付滞后等问题,扶持红利难以落地。究其根本,是部分地区宣传思维固化,将民间创作仅当作短期引流工具,并未真正接纳其传播价值。这种重表态、轻落实的治理方式,既压制了民间创作积极性,也损耗了政务公信力。

西藏此次举措有效破解了行业形式主义顽疾。本次激励政策标准化、细则公开、门槛透明,从制度层面杜绝了政策悬空问题。面对爆款视频全网传播的态势,文旅、财政部门快速联动,高效完成资质与内容核验,第一时间公示结果、足额履约兑奖,用高效务实的政务行动兑现政策承诺。

本次事件的深层价值,在于实现了文旅传播生态的革新升级。当地政府打破官方单一输出的宣传定式,主动开放传播话语权,为普通民众参与文旅宣传搭建起规范公平的市场化平台。吸纳真实、接地气的民间视角参与地域宣传,让雪域风土人情的传播更具温度与感染力,构建起多元参与的传播新格局。

如果说,政府守信履约夯实了民间创作的制度土壤,那么,创作者的善意选择,则为浮躁的短视频行业树立了价

值标杆。当下流量变现已成行业常态,但部分创作者功利心过浓,将公共舆论场视作个人牟利工具,甚至通过剧本造假、猎奇炒作消耗地域文旅资源、透支公众善意,背离了新媒体传播的正向价值。

在这样的行业背景下,博主“李要得”的清醒与担当尤为可贵。收获千万流量与高额奖励后,他摒弃了网红逐利的惯性,不仅主动酬劳长途奔波的出租车司机,致敬镜头背后的基层劳动者,补齐了流量内容稀缺的人文温度,更将剩余奖金全部以网友名义捐赠公益。一句朴素的“这个奖是大家的”,精准诠释了公共流量的本质,也清晰划定了新时代自媒体人的社会责任:依托公众注意力获得的收益,理应反哺社会、回馈大众,最终实现政府、创作者、公众三方共赢。

·资 讯·

用智造立标 为未来赋能

——北仑以标准化建设驱动两大千亿级产业集群

■ 史妙春 郭黎霞

七月甬城,潮涌东海。近日,第三届标准化大会新能源汽车及高端装备分会场在宁波北仑落下帷幕。本次分会场以“智造新基准,驱动新未来”为主题,汇聚政产学研用各界代表,围绕新能源汽车和高端装备两大制造领域的标准体系搭建、前沿标准创新、企业标准化实践和国际标准互通等议题深度交流,以标准化助力制造业高质量发展。

这场全国性盛会落子北仑,并非偶

然。作为国家级先进制造业基地,2025年北仑GDP突破3150亿元,工业总产值连续八年位居全省第一,外贸规模稳居全省第二,集聚了以吉利、海天塑机、东方电缆等为代表的万余家制造业企业,新能源汽车、高端装备两大千亿级产业集群加速崛起,构建起具有国际竞争力的先进制造业生态。可以说,这块深厚的产业土壤,为标准化创新提供了广阔的试验场。

当前,新能源汽车与高端装备正处于技术迭代加速、国际竞争加剧的关键阶段。会上,与会各方代表形成了“以

标准化驱动高端制造高质量发展”的共识,提出依托标准守住安全底线、打通产业链协同堵点,加快固态电池、智能网联等前沿领域标准研制,同时构建多元协同的标准治理体系,发挥企业专利标准化主体作用。

北仑,将标准化作为质量基础设施建设的核心支点,坚持专利与标准双轮驱动、协同发展。近年来,6个国家级标准化技术组织相继落户,8家龙头企业深度参与ISO、IEC国际标准制定,近三年累计主导参与各级标准300余项,其中国际标准7项。与此同时,北

仑将标准化深度融入产业肌理,针对产业链上下游标准不统一等痛点,发挥链主企业引领作用,用国家标准、团体标准、企业标准三级标准,在“走出去”的路上,北仑依托自贸区先行先试优势,推动“标准+园区”出海模式,通过NOI“一站式”服务平台助力千余家企业对标国际规则,推动“北仑智造”从产品出海迈向标准出海。

标准化对于新能源汽车和高端装备具有深远的战略意义。它不仅是技术成果从实验室迈向产业化的关键“桥梁”,更是保障新兴业态安全

近日,人民日报和央视均报道,6月的最后一周,美国福克斯新闻频道上演了一出罕见的“道歉剧”。福克斯旗下多档节目的主持人“轮番上阵”,就嘉宾凯文·奥利里在节目中荒唐透顶的对华指控向公众道歉。

先简单将一下这事。加拿大商人凯文·奥利里,在美国犹他州搞了个大型数据中心项目,高耗能,环境影响大,当地老百姓反对声音很大。操作正常人,这事应该与当地民众好好沟通。但这位加拿大商人脑回路异于常人,大手一挥,甩锅中国。他在福克斯的节目上振振有词:谁想阻止美国拥有AI算力?谁想让美国电网建不起来?答案只有一个——中国!然后点名了几个反对他的当地组织,暗示他们是“中国代理人”。这下,当地组织和居民炸锅了,纷纷抗议。

他们面对媒体采访时的反应,充满黑色幽默——“更好犹他联盟”的媒体部负责人,在被问到“你们是不是受中国政府资助”时说:“不是,真要是的话,我的收入得多高了……”另一位反对者、“提升策略公司”高级合伙人火力全开:“我们要是中国特工,那绝对是对全世界最失败的特工……”美国老百姓的嘴巴,显然比中国外交部的声明“毒”多了。

就这样,在舆论压力和潜在法律风险的夹击下,这位加拿大商人在社交媒体上撤回言论,承认“没有证据证明这些组织或个人受中国资助”。福克斯也赶紧跟着道歉。

这件事出来后,很多人第一反应是惊讶:那个常年冲在炮制“中国威胁论”第一线、深谙“逢中必反”流量密码的福克斯,居然认错了?然而,笔者以为,福克斯的道歉,并不值得中国高兴。因为,这声“对不起”的收听对象,根本不是中国,而是那群被污蔑的、手握法律武器的犹他州居民。在美国,诽谤是要真金白银付出代价的。可以说,这道歉根本不是良知的凯旋,而是懦夫的止损单。剖析这件事,有三层悲哀之处。

第一,中国何其无辜。一个商人自己搞不定街坊邻居,却把一口政治黑锅甩给万里之外的中国。这熟练度,仿佛“甩锅中国”是美国舆论场必修课。

第二,“内事不决赖中国”这套叙事在美国有深厚政治土壤。为什么一个商人能如此信口雌黄?为什么福克斯会毫无审核地为他提供喇叭?因为从商人、政客到媒体,无数人靠着“中国威胁”这张万能牌收割着选票、流量和政治资本。这股惯性已形成一种思维上的“肌肉记忆”。

第三,也是最核心的悲哀在于,这声道歉本质上是新闻操守的二次践踏。他们并非为“撒谎”这个错误而羞愧,只是为“撒谎可能带来的代价”而恐惧。这种不触及灵魂、只算计利益的“道歉”,是一场表演。

所以,我们大可不必为这出闹剧感到欣慰。这并非正义的胜利,也不是媒体的自省,仅仅是一次利益的精明计算。它提醒我们,在国际舆论场的攻防战中,与其等待某些人用良知照亮真相,不如让每一次信口雌黄,都面临现实的、沉重的代价。当“抹黑中国”这门生意风险高过收益时,那些信口开河的嘴,才可能懂得什么是尊重。



毕业设计也是产业资源

近日,宁波宁海县西店镇的一份超400万元海外订单,竟源自安徽工程大学学生赵锐的2026年毕业设计作品。西店镇自2023年起引入大学生联合毕业设计行动工业设计赛道模式,累计征集作品170余件,签约18件,半数以上进入生产环节。大学生毕业设计作品也是潜在产业资源,校园与企业之间双向奔赴,让好创意变成好生意。

庞平 作

■ 葛舒畅

在嘉兴市海盐县于城镇“于味天成”展示中心,千亩荡大米、阳光玫瑰葡萄等特色农产品陈列整齐。游客们饶有兴致地掏出手机扫码“溯源”,农产品的“成长档案”一目了然——从田间种植到安全检测,全周期信息尽在指尖。“这里的农产品都有‘身份’,买得明白,吃得放心!”来自上海的游客王女士连连赞叹。

改变,始于一场“抱团”。过去,于城镇8个村各有各的“宝贝”——八字

村的葡萄、庄柴湖的甲鱼、千亩荡的大米……好东西不少,却“家家点火,户户冒烟”,资源散、品牌弱,好物藏在“家里”走不出村镇。转机出现在两年前,于城镇党委以“四联四聚”工作机制为抓手,引导8个村共同出资,成立了一家由各村“众筹”的强村公司。公司把本地精米、葡萄、甲鱼等8大特色农产品统一纳入“于味天成”品牌矩阵,统一运营,收益分红,曾经的“单打独斗”变成了“攥指成拳”。

“过去各自为战,好东西都走不出去。”强村公司董事长、吕家村党委书

记韩春娟感慨,“现在大家联合在一起,让田间好物出圈出彩。”去年以来,强村公司带动本地农产品销售超1400万元。

攥紧了拳头,还得找对路子。于城镇党委立足全域资源,科学划分精品果蔬、特色水产、稻虾种养3大功能片区,打造差异化集群发展格局。依托党建联建优势,强村公司积极对接省农科院、浙江农林大学等科研院所,建立“乡土专家”工作站,聚焦品种改良、病虫害防治、深加工研发等领域开展技术攻关。烘干仓储、冷链物流等共享平台相

继搭建,2个分拣中心、1个农机服务中心统筹运维,本土化生产规范逐步推广,农产品全流程标准化管控成为现实。

针对农户技术薄弱、大户带动不足等难题,公司联合技术专家、党员骨干等37人组建专项服务队,深入田间推广技术、答疑解惑。去年以来,服务队累计下沉帮扶87轮次,推动92名党员种植能手与农户结对帮带。“有了标准化生产和统一技术指导,原来的地头价变成了品牌价,一斤大米比以前多赚15%。”种植户张海涛笑着说。

产业壮大了,红利落进了村民口袋。“保底分红+效益分红+劳务收入+创业收入+集体公积”的分配模式,为村民们提供了多重保障,如今人均每月增收可达3000元。随着强村公司业务链条不断延伸,分拣包装、精深加工、品牌运营等岗位向村民敞开,今年以来新增吸纳本地就业26人。

好物出圈,还得闯出“出村路”。强村公司与县供销社、大润发超市等签订采购协议,打通稳定销售渠道。“书记说说家乡好物”直播间里,村书记与新农人主播用乡音讲述产品故事,累计观看

量突破2万人次,带动线上销售额超50万元。公司还精心打造特色农产品伴手礼,设计“米宝”IP形象,打造集展销、体验于一体的富春市集,累计吸引超1.5万人次前来打卡。

在每月一次的共富议事会上,专业运营方与村民们围坐一堂,共商产业发展、联农带农、增收致富。“议事会不走过场,件件有回音。”一位村民说。从一粒米有了“数字身份”,到一颗葡萄卖出品牌溢价,在于城镇,党建纽带串联起田埂与市场,让田间好物竞相出彩,共富大道越走越宽。

美媒道歉并不值得高兴

本报评论员 王珊珊