

“中兴事件”证明,做强比做大更要紧

■评论员观察
本报评论员 沙元森

美国商务部日前宣布,今后七年内,将禁止该国企业向中国电信设备制造商中兴通讯出售任何电子技术或通讯元件。一片芯片都不能卖给中兴的禁令,让在核心零部件上依赖美国的中兴通讯面临着“窒息”的危险,因为他们所需要的高端芯片根本找不到替代品。

针对美方的禁令,中国商务部发言人指出,“中方一贯要求中国企业在海外经营过程中,遵守东道国的法律政策,合法合规开展经营”。诚然,跨国经营的公司都应当树立底线意识,避免“一着不慎,满盘皆输”。但是,联想到美国近期在中美经贸问题

上挑起的贸易冲突,不由让人猜想,美方是否在小题大做,试图向中方施加更大的贸易压力,甚至在下一盘更大的棋。

美国一家权威媒体在评论这个事件时说,美国的真正考量是要遏制中国制造业升级,拖慢“中国制造2025”这一强国战略。而美国发出的七年禁令,恰好也指向2025年,这未必都是巧合。5G技术被誉为新经济的血液,能在这个领域里抢得先机,就能在国际竞争中抢占有利位置。中兴通讯是全球5G领域的领跑者,与华为等中国通信企业一样,正在赶超世界巨头。美国虽然在技术和硬件等方面拥有发展5G的优势,但中国依然有后来居上的可能。从世界经济发展的历史可以看出,大国崛起都需要抓住技术革命和产业革命的

历史机遇,中国要在本世纪中叶建成现代化强国,当然不能忽视将在通信等诸多领域带来革命性变革的5G技术。

美国“封杀”中兴,颇有“项庄舞剑,意在沛公”的意味。就像芯片是中兴的命门,芯片产业也是中国的软肋。现在,中国每年进口芯片耗资两千多亿美元。在互联网时代,芯片可以说是比原油还重要的战略物资。那么,芯片产业在中国为什么没有发展起来?因为,中国自改革开放以来一直受益于自由贸易,习惯利用在国际贸易中的不同分工,尽快发展具有比较优势的产业,不可能四面出击全面赶超。但是,随着中国经济体量的增长和产业的转型升级,中美经济在保持互补性的同时也呈现显而易见的竞争态势。在美国具有优势的

高新技术领域,这种竞争性会表现得更强烈。所以,美国举起“芯片禁售”的大棒重击中兴,不是一时冲动。

毋庸置疑,向着构建人类命运共同体目标不断迈进的中国,一定会继续捍卫自由贸易体系。但是,这样的国家意志能否得以实现,还要看中国能否塑造更强大的核心竞争力去化解个别国家“逆全球化”带来的压力。习近平总书记说:“只有把核心技术掌握在自己手中,才能真正掌握竞争和发展的主动权,才能从根本上保障国家经济安全、国防安全和其他安全。”现在重温这句话,我们有着更深刻的理解。中国不缺“世界五百强”企业,也不缺互联网巨头,但在很多看似领先的领域中都缺

少核心技术。很多企业过于看重短期效益,喜欢挣快钱,而忽视创新和技术进步。庞大的芯片市场与羸弱的芯片产业在国内形成了强烈反差,一个很重要的原因就是芯片产业试错成本高、排错难度大,中国企业没有必需的耐心和勇气。

美国对中兴亮出的“红灯”,也是让中国企业和民众及时警醒的“闹铃”。“强起来”的中国或者中国企业不能只有庞大的经济体量,更要掌握能让自己立于不败之地的核心技术。对此,职能部门要有谋全局的长远思维,行业巨头也要有清醒的自知之明。在大国崛起的道路上,类似的事件迟早都要发生,也不会仅此一例,唯有及早防范才不会陷入被动。

政府公报禁登商业广告是廉政之需

■公民论坛

□刘勋

国务院办公厅18日发布《关于做好政府公报工作的通知》(以下简称《通知》),明确政府公报原则上不刊登上级政府及上级政府所属部门文件,不得刊登商业性广告。

政府公报是发布政府工作信息、相关政策法规的法定载体,是最权威、最真实的政府信

息公开平台。政府公报刊登商业广告影响政府公信。既然政府公报代表政府的立场,如果刊登商业广告,就意味着政府为广告的内容背书,给群众的感觉就是登广告主企业被政府“悉心呵护”,但是政府与企业之间应该保持恰当距离,彼此之间应该是“亲清”关系才属正常。任何企业的良好声誉都应该是守法经营的奖励,而不是靠政府为其背书站台。政府为企业服务的同时也承担着监督管理职责,如果在政府公报上为企业刊登商业广告,也

就意味着只谈服务不说监管,而且是丧失原则的“保姆式”服务。

政府公报刊登商业广告会增加企业负担。某些政府为了创收就直接向辖区企业摊派商业广告任务,而且有些政府公报的广告收费价格不菲,这种摊派方式无疑会增加企业的经济负担。在促进实体经济发展、切实减轻企业负担的大环境之下,各种形式的摊派必须全面禁止,禁止任何人打着“展示企业风采”名义收取版面费、宣传费。政府公报的编辑刊印工作应该有专项经费进行保

障,不能让辖区企业去承担,更不能以此为“创收”渠道。

政府公报刊登商业广告直接制造廉政风险。有些企业希望通过利益输送来寻租权力,但是又不便直接行贿,通过主动要求在政府公报刊登商业广告就能达到暗度陈仓的目的。企业主动要求在政府公报上刊登商业广告并积极支付广告费,显然是醉翁之意不在酒。禁止政府公报刊登商业广告具有廉政意义,防止领导干部被这些送上门的广告费迷惑,从而斩断了不法企业权

力寻租的一条渠道。

总之,《通知》禁止政府公报刊登商业广告具有多重现实意义,就是要让政府公报回归本位,让政府集中精力办好公报,依托公报做好政府信息公开,及时全面地服务社会。政府公报不再刊登商业广告,就是建立“亲清”政商关系的重要体现,一份政府公报是否干干净净,其实也是反映政商关系是否正常的一面镜子。

■投稿邮箱:qilupinglun@sina.com



与青少年一起上场 体彩点燃“体育之星”的未来

2017年7月27日,在全国少年女子拳击锦标赛赛场上,在无数鲜花和镁光灯的映衬下,一个身躯瘦小的12岁女孩手执证书和金牌,笑得甜美而灿烂。她叫梁曦匀,来自重庆南川,刚刚摘得乙组42公斤级决赛冠军。这次夺冠是南川区历史上第一次获得全国拳击冠军,翻开了南川区拳击运动金灿灿的新篇章,小曦匀更是成为了家乡人民和重庆体育的骄傲,飞扬的小脸上满是对未来的欣喜和憧憬。

梁曦匀的成功离不开重庆体彩“春苗行动”的资助——这是一个帮扶贫困体育苗子,旨在培养更多优秀体育后备人才的项目。自2008年起,该项目每年向上百名体育苗子提供资助,为他们提供训练及参赛经费。除了梁曦匀,来自重庆綦江区的明新悦也是“春苗行动”的受益者,他获得了2016年全国少儿游泳分区赛100米蝶泳和50米自由泳冠军。

中国体育彩票支持的类似“春苗行动”的项目还有很多,体彩冠名的青少

年体育赛事更是遍地开花。青少年体育蓬勃向好的局面一方面来源于国家对青少年体育工作的重视,一方面则是体育彩票对青少年健康成长的持续关注 and 鼎力支持。

仅2016年,国家体育总局就支出1.9亿元本级体彩公益金用于支持青少年体育事业。其中,资助青少年校外体育活动中心1050万元;资助青少年体育组织和培养青少年体育队伍4608万元;资助或组织开展青少年体育活动9787万元;开展青少年体育健身活动状况抽样调查、科学健身普及、标准及课程体系研制、宣传及基础数据统计等工作656万元;开展青少年运动员训练、比赛、交流、培训等共安排经费600万元;资助部分奥运重点项目开展青少年训练营活动2750万元。2017年5月,体育总局办公厅印发《中央集中彩票公益金资助青少年体育活动的管理办法(试行)》的通知,要求提高资金使用效率,动员和鼓励社会力量参与青少年体育工作,推动青少年

体育活动广泛、深入、持久地开展下去。

这一系列政策的落实,依靠的是体彩公益金提供源源不断的“活水”,为体育苗子提供训练基地,为青少年赛事援建体育场馆,为后备人才提供培训机会……体彩公益金对青少年体育事业的支持可以说是无处不在。

青少年足球也是体彩公益金重点支持的项目之一。从2009年开始,国家体育总局每年从体彩公益金中拨出4000万专项资金,用于推广青少年足球、校园足球。2013年起,拨款金额从每年4000万元增至每年5600万元,用于5个足球试点城市以及20个足球重点城市的青训中心、青训营建设。

近日,正如火如荼开展的《谁是球王》——“新时代”杯全国青少年校园足球大赛,正是体育彩票支持校园足球的一个缩影。今年的《谁是球王》赛事于3月启动,来自全国各地的多支中小学足球队参赛。参加比赛的队员,有来自贫困家庭、苦练战术的坚强小姑娘,也有夺冠后

称赞对手,收获友谊的可爱男孩。孩子们在《谁是球王》的舞台上有笑,有泪,更多的是坚定地追逐自己的足球梦想。此次比赛中,内蒙古队的总教练马珂毅曾任北京国安少年队教练,也曾培养出丁鹏、郭番、白文龙等一批呼和浩特籍的职业球员。他对体育彩票对青少年体育的支持深有感触:“体育彩票公益金给我们的训练提供了很大帮助,孩子们的训练器材、装备得到改善,现在教育部门在选拔人才方面提供政策,体育部门在训练经费方面给予补贴,青少年足球发展状态比前几年好很多,现在孩子们的球衣、球鞋,训练用球和其他辅助装备的资金来源都是体彩公益金。”

少年强,则中国强。青少年是才露尖尖角的“小荷”,只有培育好这些“幼苗”,我国的体育事业才能蒸蒸日上,体育强国梦才能不断谱写华章。中国体育彩票作为体育事业的生命线,将一如既往地关注青少年体育,致力于点燃万千“体育新星”的未来。