

昂扬“时代志气”，挺起科技强国的脊梁

湖南日报全媒体评论员 曹茜茜

“加快建设科技强国是全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴的战略支撑……”日前在河北考察时，习近平总书记站在党和国家事业发展全局的战略高度，再次号召加强自主核心技术研发，打造更多科技自立自强的大国重器。

科技自立自强，是习近平总书记心中的“国之大者”；加快实现高水平科技自立自强，是推动高质量发展的必由之路。遥想百余年前，铁路一度被认为“烟伤术稼，震动陵寝”，这是在科技认知上的愚昧，更是科技落后的写照。如今，纵横交错的铁路网上车如龙行，货如水流，

中国高铁成为享誉世界的“国家名片”。中国高铁技术的进步，是科技自立自强的生动缩影，同时也充分说明：只有把关键核心技术牢牢掌握在手中，才能真正掌握竞争和发展的主动权。

今年的湖南省政府工作报告，勾勒出“以‘十大技术攻关项目’为突破，攻克一批卡脖子技术”的宏伟蓝图。突破一批原创性引领性技术，是湖南以科技创新服务地方经济发展的具体行动，也将为国家产业体系自主可控和安全可靠贡献力量。5月10日，湖南云储循环新能源科技有限公司的新品“i-eBox能量舱”亮相2023年中国品牌日活动。它“其貌不扬”却令“退役”锂电池变废为宝，满满的科技力收获不少注意力。勇闯“无人区”，实

现新突破，我们将在算力网络构建、北斗时空安全装备产业化应用等领域，听到更多“湖南好声音”。

“硬实力、软实力，归根到底要靠人才实力。”近年来，从数百个科技小院在乡村“开花结果”，到掷地有声的“北京明白”响彻太空，人才与科技同频共振，奏响创新创造的动人交响。在岳阳临港创新创业基地，中南大学以变形镁合金产业链相关专利技术出资，与岳阳城投临港产业投资有限公司等合作成立产业化公司开展成果转化，把人才的“智慧潜能”升华成了创新的“澎湃动能”。“创新从来都是九死一生”，有了生生不息的“攀登者”，科技创新就有源源不断的生命力。

放眼今天的世界，全球科技创新空

前密集、空前活跃。越是风起云涌，越要以全球化的视野谋划和推动科技创新。刚刚闭幕的第三届长沙国际工程机械展览会上，我们看到了工程机械湘军的“硬核”力量，也领略到了湖南对重要创新领域布局时的“计之深远”——既向内扎根，深耕产业，扎实全面突破科研的瓶颈；又向外生长，共享融通，将湖南的展会开成世界的卖场。

“你们尽管想象，我们负责实现。”这是国家队“团建式”喊话科幻电影《流浪地球2》的信心和担当。相信随着更多中国制造走向中国“智造”，大国重器装上“柔软的心脏”，我们将逐步打破关键核心技术的瓶颈，以“时代志气”挺起科技强国的脊梁。

互联网保险不能『保了个寂寞』

王军荣

近年来，伴随互联网信息技术和金融科技的发展，互联网保险行业也“水涨船高”。然而，在发展过程中，互联网保险产品玩“文字游戏”升级保费、设置免赔额高门槛、投保容易赔付难等套路屡遭诟病。不少消费者“吐槽”：看似以极低的保费为自己配足了保险保障，但等到理赔时才发现“保了个寂寞”。

传统的保险产品，特点是高技术性和高法律专业性，属于高销售门槛和高理赔门槛的“高进高出”模式。而互联网保险则对此进行了“创新”：后端保留高门槛传统型理赔模式，前端变成低门槛的产品营销，主打保费低、保障高、投保简单方便。比如退货险、航意险、新冠险等互联网保险产品，均以新颖独特的保障设计，灵活的购买方式，获得了消费者认同，部分产品还成为“爆款”，俨然就是互联网保险的创新样本。

不过，近年来在激烈的市场竞争下，保险公司为了抢夺市场份额，频频打“擦边球”，在宣传、销售、理赔等环节埋下不少消费陷阱，导致互联网保险发展走向“脱轨”。比如“首月1元”“每月最低0.1元”等即可享受百万保额，此类宣传口号极具诱惑力，消费者购买并开通自动续费后，才发现后续保费每月高达数十元、数百元之多。仔细算下来，消费者并无法享受到实惠。保险公司利用信息不对称优势，以低价吸引消费者“入局”，不仅会给人带来“上当受骗”的创伤感，更能触碰虚假宣传的法律红线。

互联网保险创新，不能以“投保时什么都能保、理赔时什么都难赔”的做法为行业抹黑。针对互联网保险的各种乱象，相关监督管理部门也要强化执法纠偏力度，敦促保险公司回归保障本义，规范宣传、销售、理赔等各个环节，推动行业高质量、可持续发展。



新闻漫画

警惕！求职陷阱多

眼下正值求职季，高校毕业生即将走向职场。从不法黑中介，到试用期“白用”；从合同“霸王条款”，到培训课“被套路”……涉世未深的毕业生要避开不少求职的“坑”。

专家指出，高校毕业生在签订劳动合同前，应与用人单位认真协商，不可草率签订。要注意劳动合同是否具备法律规定的必备条款，要高度警惕其中于法无据、明显不合理的条款，防止掉入陷阱，难以维权。此外，高校毕业生要通过合法、正当、信誉好的渠道了解和掌握招聘信息，不盲目轻信。接到招聘邀约后，尽量多和有一定社会阅历的亲朋好友沟通情况，冷静听取他们的意见建议。一旦遭遇骗局，立即拨打12333电话或前往人力资源和社会保障部门投诉举报。

图/陶小莫 文/邱玥

樊树林 杨朝清

“比较可爱，圆脸，显小”“有啥说啥，喜欢用表情包，能抛梗接梗等，不信可以加我微信”“如果觉得我做得好，非常需要学生的肯定和表扬”……近日，西北工业大学准聘副教授邵典发布的一则《不正经招生指南》引发热议。网友们留言点赞道：“括号里都是亮点”“没架子不做作且风趣幽默，这才是教师该有的样子”。

“所谓大学者，非谓有大楼之谓也，有大师之谓也。”对学生来说，会遇到一个灵魂有趣的老师，是一件令人心驰神往的事情。去年秋季，南开大学胡金牛教授因简历包含不少“大实话”，被学生称为“实诚教授”。如今，西北工业大学准聘副教授邵典的个性化、接地气表

变得丰满立体起来。

传统认知中的招生指南，是有一定程式的。无论是教授的个人简历，还是学术专业讲述，大多走的是“朴实无华”之路。近年来，从“卑微式招生”，到“自嘲式简历”，再到“不正经招生指南”，越来越多的青年学者注重展示更加真实、更有魅力的自我。教师们借助互联网主动与学生平等对话，不仅有助于打破师生互选时的信息不对称，更体现出高校教师对学生的尊重。

教育是传授知识技能的过程，也是用心灵陪伴心灵的过程。穿过岁月的长河，民国的“大师”们为何一直为人们所怀念？不正是因为他们身上那份“兼容并蓄，博学笃行”的气度吗？高校是社会精英的聚集场所，是教书育人的主阵地。当有个性的老师与有特点的学生相遇，教育或许会产生更奇妙的化学反应。

看似不正经 其实接地气

读懂“雪糕刺客”遇冷的信号

然玉

天气转热，雪糕、冰激凌全面“开柜”，冷饮大战一触即发。去年，“雪糕刺客”因高价和标签缺失引发风波，今年的市场情况如何？

关于今年的雪糕零售市场，一言以蔽之，就是“回归主流”。一方面，是价格回归主流。去年，“雪糕刺客”的横行叠加让平价雪糕消失，不少消费者直呼“吃不起”。大众情绪传导到行业上游，最终的结果就是今年零售端实现了定价修正；另一方面，则是味型回归主流。巧克力、香草、水果等传统口味随处可见，而那些脑洞大开的非主流冰激凌则几乎销声匿迹。

回看近年来雪糕行业“一波三折”的演进史，可谓感慨颇深。作为一个充分竞争、高度成熟的细分食品饮料市场，雪糕的整个供需关系、定价逻辑、营销模式，原本就一目了然。在此背景下，也就难怪一些新玩家剑走偏锋，“平地起波澜”，试图通过

各种人为的操盘，改变雪糕市场自发的供给秩序。这种简单粗暴的做法，客观上给全行业带来了不良示范。

“雪糕刺客”的退隐，表面看起来是“明码标价”的又一次重申，其实是扭曲“营销观”的败北。曾几何时，某些新入局的网红雪糕厂商，通过短视频病毒化传播、社交媒体“种草”以及直播带货“三位一体”的营销模式，吸引了一大批求新求异的消费者。但在实际的销售过程中，却暗含着“以消费升级之名行阶层歧视之实”的“潜规则”，回过味的消费者难免感觉身心不适。如今，反噬的后果正陆续显现。

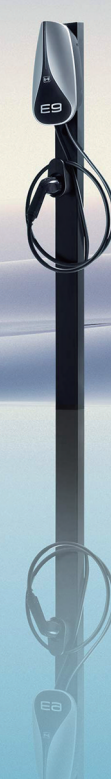
供给的确能创造需求，但厂商永远不能教消费者做人。诸如“买点贵的，吃点好的”之类的话术，充斥着一种高高在上的傲慢与偏见。“雪糕刺客”折戟沉沙，说明以“产品迭代”为幌子的单方面涨价，以及由此所导演的伪“消费升级”行不通了。



传祺新能源E9

满电满油续航1442km

权威测试 E路领跑



更多粉丝权益
尽在广汽传祺APP