

以创新引领“中国服务”新发展

■新华社记者 张泉 盖博铭

智慧医疗、服务机器人、工业互联网……2020年中国国际服务贸易交易会的展厅里，令人应接不暇的创新成果勾勒出一幅幅未来生产生活的新图景。“中国服务”的高速发展得益于创新，而全面加强创新也会进一步引领服务提质增效。

科技创新的高速发展让无数“不可能”变为“可能”，成为服务经济蓬

勃发展的动力之源。随着新一轮科技革命和产业变革深入演进，服务业向数字化、网络化、智能化方向发展成为大势所趋，这需要持续加强新一代信息技术领域科研攻关，基础研究与应用研究并重，单领域突破与跨学科创新兼顾，为“中国服务”的未来发展提供充足的技术储备。

机制创新会释放“中国服务”发展潜能。远程医疗、在线教育、协同办公……疫情期间，创新与需求的

精准对接催生了服务贸易新业态新模式加速发展。当前，创新企业大量涌现、消费市场加速升级，为“中国服务”发展提供了有力支撑和广阔空间。未来，需进一步通过机制创新、模式创新，为服务业创新企业营造更加开放、透明、包容、公平的发展环境，助力其围绕市场需求高效集聚创新资源，让服务业创新潜能得到充分释放。

合作创新将促进服务贸易再上

新台阶。2012年以来，中国服务贸易年均增长7.8%，“中国服务”提升自身发展质量的同时也惠及世界。“建立健全跨境服务贸易负面清单管理制度”“推进服务贸易创新发展试点开放平台建设”“继续放宽服务业市场准入”……中国将继续坚定不移扩大对外开放，通过创新合作方式、深化合作领域，共同促进全球服务贸易发展繁荣，助力世界经济包容性增长。

(新华社北京9月7日电)

画中有话



吃火锅，
菜剩下了怎么办？记者近日走访重庆主城区一些火锅店时发现，在全社会提倡节约光荣、拒绝浪费的大环境下，一些食客为了防止店家二次回收，将剩下的菜煮进锅底，表面上看都光盘了，其实锅里另有乾坤。一些火锅店店主告诉记者，这样的“隐形”浪费在火锅消费中并不少见。

新华社发 朱慧卿 作

节约意识的代际传递依靠校园

■杨三喜

据媒体报道，9月1日，江西婺源一位女副校长当着学生的面，把孩子们吃剩的早餐全部吃完。视频中显示，这位副校长端起学生的餐盘，将剩饭吃完，而学生们则站成一排在一旁观看。

这一举动引发网友热议，有人认为这位副校长言传身教，对于引导孩子们节约粮食、爱惜粮食意义重大。也有人认为，出发点虽好，但以这种方式来教育学生珍惜粮食大可不必，尤其是在疫情期间，吃剩饭菜更不宜鼓励。

这位副校长的做法也许只是当时情境下的一个选择，目的在于以这样一个特殊之举，冲击孩子们的心灵，在他们心中留下难以磨灭的印象，达到更好的教育引导效果。

其实，与其争议这种引导方式合不合适，不如关注如何在校园内营造节约粮食的氛围，如何培养广大青少年养成节约粮食的好习惯。

引导青少年养成节约粮食的好习惯，传承节约精神，不仅

中国这几十年的发展，一个最重要的成就，就是基本解决了十多亿人的温饱问题，从80后、90后开始，基本就没有太多关于饥饿的记忆，而对于00后、10后来说，象征粮食紧缺的粮票更是遥远的过去。

告别了饥饿感，但是节约的意识和习惯不能丢。社会再进步、物质再丰富，这种意识和习惯都应该代代传递。不仅因为粮食生产的不易，不仅因为这是确保国家粮食安全的要求，也是因为节约是一种美德，在节约粮食的过程中能够帮助青少年理解生活，培养品质。

校园是培养青少年节约粮食、珍惜粮食的主阵地，因为青少年的大部分时间都在校园度过，家庭用餐反倒没有学校用餐多。同时也因为，校园浪费情况也较为严重，一点都不能忽视。中科院地理科学与资源研究所发布的《中国城市餐饮食物浪费报告》显示，中小学群体同样是餐饮食物浪费的主要人群。

引导青少年养成节约粮食的好习惯，传承节约精神，不仅

要在课堂上，更应该在食堂内、在餐桌上；不仅要有言传，更要求教职员为广大青少年带头示范，为他们做好榜样。如果教师不能以身作则、严格要求自我，一边要求孩子节约粮食、珍惜粮食，一边自己铺张浪费，教育的作用必然要大打折扣。

校园内节约习惯的培养、节约意识的传承，还应该通过改进食堂伙食、改善运营等方式引导。比如近期南京航空航天大学食堂推出的“一毛钱米饭”，学生们可以根据需要花一毛钱购买一碟50克的米饭。又如，清华创业团队设计了一个“光盘+打卡”的办法，以年轻人喜欢的“打卡”方式，激励“光盘行动”，用餐后对餐盘拍照，经由人工智能识别为“光盘”后可打卡，并可用积分换取奖品或给公益项目捐款。这类循循善诱的办法不是浮于表面，而是能够真正转化为青少年的行动力，塑造青少年节约意识。当然，这些创意和做法的背后，也是对校园食堂精细化管理等能力的一种考验。

用优质内容塑形铸魂

■武楠

推动媒体融合向纵深发展，建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系，是党中央交给主流媒体的重要任务。当前，随着媒体融合发展向纵深推进，传统媒体应当加强传播手段建设和创新，坚持移动优先策略，不断加强内容建设，牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

借助移动传播，能够让主流价值更加入脑入心。近年来，群众在享受信息传播便捷性的同时，对虚假信息和低俗内容产生强烈反感，需要持续以正面宣传成风化人、凝心聚力，培育积极健康、向上向善的网络舆论生态。主流媒体在强化舆论引导、同受众形成持续同频共振等方面，不妨多一些创新内容，实现高产出、高传播的良性互动。为此，在开展移动传播内容建设时，主流媒体应当立足于群众的多维度需求，多从社交互动心理、新媒体接触习惯和使用行为等特征出发，丰富社会文化产品供给，提升传播内容品质。

当下，新技术显著影响了主流媒体的内容生产，特别是随着5G、大数据、云计算、人工智能等技术不断发展，多终端智能化的“万物皆媒”时代正在到来。对此，主流媒体应深刻认识新技术的核心特征及其发展趋势，使互联网这个最大变量成为有利于推动事业发展的最大增量。需要看到，内容消费的主入口将逐步通过跨屏、跨终端无延时衔接，VR影像技术的实质性应用推广将带来更多媒体变革，推动传播内容的高质量发展。主流媒体应充分运用革新力量引领技术发展趋势，带动行业机构、商业平台和个体用户等生产主体的融合与创新，更要把握技术前沿和运行规律，认识到主流接收渠道在哪里、内容生产主战场就在哪里。

在媒体融合发展的潮流中，主流媒体需要推出更多好作品，讲述更多好故事，以社会主义核心价值观激发人民群众创造美好生活的奋斗热情。随着互联网创作主体多元化，移动内容产品在实现极大丰富的同时，部分低质化现象也令人困扰，以量取胜亟待转为以质图强。在这方面，主流媒体大有可为。例如，在新冠肺炎疫情防控中，主流媒体在移动传播内容生产方面加大融合效能，强化技术驱动，精品爆款迭出，强化了主流声音的全媒传播；以图解、动漫、H5、短视频等方式推出各类健康科普报道，及时有效安定人心、消除恐慌；“共同战‘疫’”等移动端专题利用不间断大直播、慢直播、全景VR等，助力社会凝聚成团结一心的整体。这些融合式、沉浸式、社交化、场景化的战“疫”报道精品凝聚了抗疫的合力，营造出强信心、聚民心、暖人心、筑同心的舆论氛围。

在主动利用新技术形态开展内容建设的同时，主流媒体要始终将正确的导向作为内容建设重要遵循，充分发挥好技术创新与价值引领的双轮驱动，要“塑形”更要“铸魂”。牢牢掌控内容建设主动权，稳妥运用移动传播，方能持续优化舆论格局，以更加积极向上的舆论环境服务国家治理体系和治理能力现代化的提升。