

政策效果持续显现 经济运行企稳回升

——前2个月中国经济走势观察

3月15日,国家统计局发布今年前2个月国民经济运行数据。最新数据显示,随着疫情防控较快平稳转段,稳经济政策效果持续显现,生产需求明显改善,市场预期加快好转,经济运行呈现企稳回升态势。

消费、投资等多项经济指标回升向好

总需求不足是当前经济运行面临的突出矛盾。中央经济工作会议明确的五个方面重点工作中,着力扩大国内需求排在首位。

最新统计数据显示,国内消费和投资明显改善。1至2月份,社会消费品零售总额77067亿元,同比增长3.5%,2022年12月份为下降1.8%;全国固定资产投资(不含农户)53577亿元,同比增长5.5%,比2022年全年加快0.4个百分点。

国家统计局新闻发言人付凌晖表示,随着就业逐步恢复,居民收入增长,消费对经济增长的拉动作用相对去年会有明显改善和提升。由于我国人均资本存量水平和发达国家相比还有很大差距,解决发展不平衡不充分的问题,需要加大投资,这意味着投资对经济增长的拉动作用将继续显现。

“去年由于疫情等多方面超预期因素冲击,经济运行循环不畅的问题比较突出。”付

凌晖表示,今年以来,经济循环逐步改善。1至2月份,规模以上工业41个大类行业中有28个行业增速回升;限额以上单位18个商品类别中,有12类比上年12月回升。货运量也由去年12月份的下降转为增长。

从生产端看,工业生产恢复加快,企业预期向好。1至2月份,全国规模以上工业增加值同比增长2.4%,比2022年12月份加快1.1个百分点。2月份,制造业采购经理指数为52.6%,比上月上升2.5个百分点。

“1至2月份,经济运行整体上呈现企稳回升态势。”付凌晖说。

就业物价保持总体稳定

就业是民生之本,也是经济社会发展的基本条件和重要目标。1至2月份,全国城镇调查失业率平均值为5.6%。主要受季节性因素影响,2月份全国城镇调查失业率略有上升。

付凌晖表示,今年经济运行有望整体好转,国内需求有望逐步扩大,有利于增加就业岗位。服务业特别是接触型聚集型服务业加快恢复,有利于稳定和扩大就业。“未来,就业保持总体稳定有非常好的条件和基础。”他说。

物价稳定,对经济运行十分关键。今年政府工作报告将全年居民消费价格涨幅定

在3%左右。

1至2月份,全国居民消费价格指数同比上涨1.5%,和国际高通胀形成鲜明对比。付凌晖说,从价格走势来看,随着国内需求逐步改善,对相关价格的拉动可能会有所增强。国际价格高位特别是大宗商品价格高位还在延续,对国内价格的输入性影响犹存。但是,全年保持价格总体稳定还是有好的条件,主要表现在:

一是粮食生产保持增长,粮食产量连续8年稳定在1.3万亿斤以上,库存比较充裕。目前猪肉产能处于合理水平,不具备大幅上涨条件;二是能源价格稳定,去年我国有效释放煤炭先进产能,能源自给率在80%以上。近些年,石油、天然气增产水平比较明显,有利于稳定能源价格;三是工业消费品、服务供给比较充裕。

“在保供稳价各项政策措施作用下,虽然价格有一定压力,但还是能实现全年消费价格涨幅控制在3%左右的预期目标。”付凌晖说。

有信心实现5%左右的预期增长目标

从最新数据看,部分指标如外贸增速有所回落,需求不足仍较突出,经济回升基础尚不牢固。

为了一粒好种子

——我国加强种质资源保护利用一线观察

农业现代化,种子是基础。科研人员培育一粒好种子,必须有好育种材料,也就是种质资源。种质资源是生物携带遗传信息的载体,具有实际或潜在利用价值,其形态包括种子、植株、茎尖、休眠芽、花粉甚至是DNA等。

近年来,我国开展全国农业种质资源普查,收获了哪些“神奇种子”?怎样推动保存利用,为美好生活增添色彩?记者近日就此进行了采访。

寻找:哪里偏远就去哪里

春日的湖南长沙,阳光和煦,茶园如碧。在国家中小叶茶树种质资源圃,保靖黄金茶、安化云台山种、江华苦茶、福鼎大白茶等茶树品种多样,新品种对照等实验正在进行。

在一株形态小巧,叶片只有葵花籽大小的茶树前,湖南省茶叶研究所研究员刘振介绍了普查中发现的珍稀资源“小翠舌”。“在一个废弃的桔园,我在果树旁边无意中发现了这个稀有的。这为研究调控茶树叶片大小的基因提供了宝贵材料。”

珍稀优异资源往往在偏僻山区,在农户和外界交流少的地方。早出晚归,哪里偏远就去哪里,这是普查人共同的经历。刘振说:“沿途也要打起精神,看到少见的作物,就要赶紧停车。”

种质资源保护利用,是现代种业创新的重要基础。我国计划用3年全面完成第三次全国农作物种质资源普查与收集行动,实现对全国2323个农业县(市、区、旗)的全覆盖。目前面上普查全部完成,679个县(市、区、旗)重点调查进入收尾阶段。珍珠玉米、野生大果猕猴桃、维西糯山药等一批优异资源引起关注。

把具有高产、优质、抗病、耐旱等特点



丰富的豆类种质资源

新华社记者 于文静 摄

的“神奇种子”找回来,只是第一步。如何确保重点地区全覆盖?如何避免新收集的资源有重复……在农业农村部近日组织的一次验收会议上,专家们问得详细。

中国工程院院士刘旭表示,到今年年底,大规模的种质资源收集将告一段落,工作重心将逐步转向全面鉴定。我国正在围绕农业产业重大需求,组织开展高产高油大豆、短生育期油菜、耐盐碱作物以及其他重要性状的精准鉴定。相关地区和部门正逐步开展普查数据核对归档、资源编目入库等工作。

传承:一棒一棒接力奋斗

棉麻床单、编织手包、亚麻籽油、可降解的水稻机插育秧膜、用于饲料的苕麻品种

……在中国农业科学院麻类研究所里,展品让人目不暇接。这里的国家麻类作物种质资源中期库,收集保存着1.6万份珍贵资源。

在这个全球保存资源数量多、遗传多样性丰富、基础研究深入的麻类作物种质资源研发中心,据所长杨永坤介绍,既有“几十年磨一剑”的资深专家,也吸引了海归青年科研人才,从事资源收集、鉴定评价、新基因发掘、创新利用和遗传育种研究。

一代代科研人员围绕保障人们美好生活、保护耕地质量、发展种养加工全产业链等需求,潜心钻研,使历史悠久的特色资源焕发生机。

湖南省农作物种质资源库保存着多种特色种质资源。54岁的湖南省水稻研究所

家用电器为何常常“修不如换”?



“修不如换” 新华社发 曹一作

躺在全自动按摩椅中,看一场家用投影仪投出的大屏电影,一旁的多功能养生壶正咕嘟嘟冒着热气,不远处的烤箱已飘出香气……有人说,当代人的品质生活是家用电器“给”的。然而,记者调查发现,不少消费者却常常面临家用电器维修难题,维修价格不透明、维修质量难保证、行业标准规范不完善等,让不少消费者对家电维修“望而却步”,往往导致“修不如换”现象出现。

电器坏了,咋办?

吉林长春市民管明2020年花费近3000元买了一台家用投影仪,用了一段时间后机器无法正常开机。管明联系售后发现,机器已过保修期,需要自己承担维修费用,主板、配件、人工维修费等算下来共计600多元。经过一番心理挣扎,管明决定:修!前前后后用了近一个月的时间,机器终于修好,可用了一段时间后,机器又坏了,再修还要交钱。“修不起,维权也没时间,放弃了。”管明无奈地说。

辽宁沈阳的赵欣也遇到了家电维修问题。2022年夏天,赵欣发现家中的空调吹不

出冷风了,她联系了楼宇广告中的维修人员,对方告知可能是氟利昂不足了,“价钱不贵,几十块。”于是,赵欣带着师傅上门维修。到了家里才知道,师傅口中的“几十块”只是一个压力单位氟利昂的价格,空调加满氟利昂再算上高空作业费,总共花了800多元。“感觉自己被‘宰’了,早知道这么贵我就不修了。”赵欣说。

相较于价格较高的家用电器,一些小家电的维修则更显尴尬。不少年轻人干脆“一扔了之”。

消费者秦欣欣告诉记者,自己一年前在网上购买了一款网红加湿器,目前雾化系统出了点问题,产品虽然还在保修期内,但维修需要自己承担运费。“还不如添点钱直接买新的了,当天下单,第二天就能送到。”秦欣欣说。

“修不如换”背后原因多

根据中消协网站2022年全国消协组织受理投诉情况分析,2022年全国消协组织共受理消费者投诉115万余件,其中售后服务问题占33.73%,相较2021年上升2.19%。而在2022年商品大类投诉中,家用电子电器类共有12余万件投诉,占比10.55%,排在商品类投诉第一位。

记者采访了解到,维修价格较高、维修质量难保、维修时效较慢,成为“修不如换”的主要原因。

——家电更精密,维修成本高。记者采访的几位家电维修从业者表示,当前家用电器内部结构更加精密,多数以集成化和模块化为主,一旦损坏则需要更换整个集成电路或模块,不像以前,只更换某个或几个零部件就能修好,所以维修成本增加。“家电品牌

越来越多,没多久就换代了,而配件大多不通用,维修难度大。”长春市一位多年从事家电维修工作的师傅赵建波说。

——质量难保证,维修满意度低。记者调查发现,由于家电维修较为专业,维修人员与消费者之间信息不对称,如没有适当的监管机制,则存在“钻空子”的可能。不少消费者表示遭遇过夸大维修难度、增加维修内容、提高维修费用的情况,作为外行,只能“哑巴吃黄连”。“修旧如旧”现象也时有发生,不少消费者表示,修过的家电当时好用,但过后又坏了。更有甚者,一些网络平台还出现冒充品牌维修服务的“假网站”“假售后”,“假师傅”上门“维修”后开出了数千元的维修费用,导致消费者的权益受到极大损害。

——维修时效慢,“快消”小家电更方便。消费者张静网购的吹风机不出热风,售后人员表示,需要寄回厂家进行检查和维修,大约需要两周时间。但两周后,吹风机还没修好。这期间,张静洗发后无吹风机可用,感觉非常不便,于是干脆花100多元新买了一台。“与维修带来的成本和不便相比,我宁肯买个新的。”张静说。记者调查发现,与张静想法类似的消费者不在少数,还有不少消费者购买的小家电还没用坏就被淘汰了。“最开始买了榨汁机,后来买了料理机,现在又买了破壁机,跟风购买的小家电,拿到家里用的次数并不多,专门去维修更谈不上。”消费者陶菁菁说。

让“修或换”不再成为被动选择

家电坏了“修还是换”,应成为消费者的

主动选择。为此,业内人士提出如下建议:

首先,根据产品使用时长判断是否有维修价值。根据国家家用电器协会发布的《家用电器安全使用年限》,家用电器安全使用年限应从购买日期起连续计算。冰箱、葡萄酒柜、空调的安全使用年限为10年;燃气灶、吸油烟机、储水式电热水器、净水机、食具消毒柜、洗衣机和干衣机的安全使用年限为8年。

吉林省消费者协会新闻与公共事务部主任谢宛余认为,维修还是换新,首先要看家电的剩余寿命,如果已经超过了限定使用年限或即将到达使用年限,且机器型号停产,配件费用较高,则建议更换新品,以防家用电器年久老化带来的漏电、起火等安全隐患。她建议消费者定期清洗维护家电,延长使用寿命。

其次,强化监管,尽快推进家电维修行业标准化建设。专家认为,随着家电越来越多地进入家庭,维修服务不仅仅是整个家电产业链中不可或缺的最后一道环节,更是各家电企业决胜终端的关键环节,应尽快推进家电维修行业标准化建设,促进行业健康发展。监管部门应加大监管力度,对于虚假宣传、坐地起价、冒充维修人员等维修行为进行严厉查处和打击,保障消费者权益。

此外,消费者自身要用好选择权。谢宛余建议,消费者购买家电时应尽量选择口碑好、信誉好、售后好的“三好”企业,在维修时也应该选择正规有资质的维修商,送修和入户维修时一定要核实工人信息,留存消费凭证,并对维修过程进行视频和图片留存。

新华社



『花了快两万元治近视,视力反倒下降了』

近视防控机构有多少『坑』?

“花了快两万元治近视,结果视力没改善,反倒下降了”……当前,近视防控机构生意火爆,但不少家长吐槽被“套路”。

“新华视点”记者调查发现,部分商家通过渲染“近视焦虑”,虚假广告宣传等兜售相关产品和服务,价格不菲,效果存疑,有的还存在危害青少年健康的风险。

动辄消费几千几万元,效果与广告相去甚远

山西太原王女士的女儿正上小学,去年开始出现上课看不清黑板的情况,随后王女士留意到家附近的一家视力养护中心。该中心在街边发放9.9元体验卡,宣称通过按摩穴位,可将视力从4.5提升到5.0。心动之下,王女士带女儿去体验,并在商家劝说下办了三个疗程的按摩卡,每个疗程价格高达3800元。

此后,王女士的女儿一直在这家视力养护中心做“治疗”,但效果并不明显。半年后在医院检查,发现视力并没有改善,反倒从开始的4.9降至4.6,屈光度也达到200度。

王女士说,这家中心还一直嘱咐家长不要去医院,说戴上眼镜视力下降更坏,医院的眼药水等药物刺激会影响治疗效果。“三个疗程加辅助的保健品,总共花了快两万元,眼睛没治好,视力反倒下降了,太后悔了。”

记者了解到,青少年近视问题越来越受重视,近视防控市场也随之增长。根据企业调查提供的数据,近年来我国近视防控相关企业数量持续增加,截至2022年底已达968家。除了传统医院眼科门诊和配镜门店,形形色色的近视防控机构也受到不少家长青睐,有的通过“高科技”仪器进行眼部肌肉训练,有的用穴位刺激、中药热敷等方式干预,有的配套销售叶黄素、蓝莓饮、明目贴、明目膏等产品。

多名受访家长告诉记者,有的机构在宣传时说得天花乱坠,称“来的孩子95%都能提高视力”“训练以后可以不戴眼镜”“把视力托管,家长放100个心”,但实际效果远远达不到;家长质问时,一些机构就以“孩子配合度不够”“饮食和户外活动没跟上”等为由推脱。在网购平台相关产品页面上,大量消费者留言:“没看到效果”“没啥用”。

中国青年报社社会调查中心去年的一项调查显示,面对商家机构关于近视治疗的虚假营销套路,有76.6%的家长表示容易上当。家长在近视防控中踩“坑”,72.2%的受访家长认为是想让孩子摘掉眼镜,心急所致。

一些机构的“治疗”方式还给孩子青少年健康造成损害。采访中,一名家长告诉记者,孩子在使用了一款眼部训练仪后不仅视力没有好转,反而感觉眼睛更累了,还出现了头晕、恶心现象。

记者走访发现,很多近视防控产品和服务的价格不菲。多款视觉训练仪售价都在万元左右,如果到店训练则每次收费50元到100多元。一些机构按疗程收费,单个疗程售价从几百到数千元不等。有机构销售的蓝莓饮品一盒售价580元,声称“纯度很高,对眼睛好”。

“收割焦虑”的种种套路

记者调查了解到,不少机构利用家长对孩子近视的焦虑以及在专业知识上的盲点,设置重重套路,让人防不胜防。

——夸大功效虚假宣传。山西省市场监管局相关负责人表示,此前由国家卫健委等六部门下发的《关于进一步规范儿童青少年近视矫正工作切实加强监管的通知》明确,在目前医疗技术条件下,近视不能治愈,在广告宣传中不得使用“康复”“恢复”“降低度数”“近视治愈”“近视克星”等表述误导消费者。近年来各地市场监管部门也加大了打击力度。但记者采访发现,近视防控市场领域的虚假宣传现象仍大量存在。

记者在线上、线下采访中看到大量诸如“摘掉眼镜不是梦”“近视杀手”“已帮助10万+散光近视患者恢复”“治疗散光近视神器一贴看清”等明显夸大功效的广告宣传。一些机构虽不敢宣传“治疗近视”,但在拉拢顾客的过程中频频“擦边球”,模糊“裸眼视力”“屈光度”等专业概念的差别,试图误导消费者相信使用其产品后可降低度数。

——四处拉扯高端包装。不少机构对产品进行“高大上”的包装,如宣称中科院团队研发、根据“贝茨原理”研发、“十四五”全国重点规划课题、与知名专家合作等。但事实上,很多概念似是而非,合作性质也存疑。

例如,不少产品宣传中提到的“贝茨原理”得名于100多年前一位名叫贝茨的美国眼科医生。首都医科大学附属北京同仁医院主任医师翟长斌表示,这一原理主要是做所谓的变焦训练,其实就是看远、看近来回变换,不排除有一定作用,但缺乏足够数据支撑,远不如让孩子去户外运动。此外,太原一家机构还宣称与山西省眼科医院某专家合作,但记者核实发现,双方并无合作关系。

——制定话术“忽悠”家长。为增加销量、规避维权纠纷,不少机构制定专门成套话术应付消费者。

某机构销售人员向记者透露了此类话术的具体内容。如,针对近视的孩子可以说提升视力,对不近视的孩子可以说提升远视储备;对训练后效果会不会反弹的疑问,不要直接回答,要强调平时用眼习惯的重要性以规避风险等。

此外,销售人员在售销时往往会用“金眼银牙,护眼就是花钱”“孩子的眼睛是大事,不能省”等说法,给家长“洗脑”。不少机构还会强调,养护视力是“长期过程”,“需要一直做到18岁”,“忽悠”家长持续投入。

多措并举呵护未成年人眼健康

武汉普瑞眼科医院主任医师沈政伟告诉记者,目前近视的发病机制尚未明了,近视形成因素主要为遗传因素和环境因素,因此防控主要围绕这两大点进行科普宣教,比如优生优育,每天不少于2小时户外活动,照明环境、合理饮食、睡眠充足等。

“因研究发现离焦学说尤其在视网膜上形成近视性离焦对近视控制有帮助,所以临床上角膜塑形镜、离焦型框架眼镜、离焦型日戴软镜或硬镜等能达到30%至70%的近视控制效果,是目前主流观点。”沈政伟说,对于使用一些眼部仪器、吃叶黄素和蓝莓果浆等方法,从循证医学角度来讲尚未发现对近视控制严谨科学的数据,对缓解疲劳及提供营养可能有帮助。

多位眼科专家指出,目前一些家长存在认识误区,认为只要进行了防控干预,孩子的度数就不应该涨,其实理想的目标是通过干预,将度数增长控制在较小幅度,避免孩子在成年之前发展为高度近视,后者会带来视网膜病变等眼部疾病风险。

对于近视防控市场诸多不规范现象,中国人民大学法学院教授刘俊海表示,市场监管、药监等相关部门应当加大监管力度,创新监管方式,畅通举报渠道,促进近视防控市场规范发展,保障消费者特别是青少年的合法权益。针对网络平台虚假广告现象,要压实平台责任,要求其设立鉴别机制,对近视防控相关产品的违规虚假信息保持高压治理。

山西省眼科医院一级视光师冯恬枫表示,家长在为孩子选择近视防控方式时,应当首先到专业医疗机构进行检查、咨询,根据孩子个体情况选择适合的方案,避免盲目用药用械。

新华社