# 文章的“厚”与“薄”[精选合集]

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-07-21

*第一篇：文章的“厚”与“薄”读书作文，人生之大事。读书是一个由薄到厚，再由厚及薄的过程。其实，写文章也有厚薄之说。文章的厚薄主要有两层意思：一是指意境厚重与单薄；二是指文章的长短。是写厚，还是写薄，各有评说。文章意境该厚还是该薄，清代袁枚...*

**第一篇：文章的“厚”与“薄”**

读书作文，人生之大事。读书是一个由薄到厚，再由厚及薄的过程。其实，写文章也有厚薄之说。文章的厚薄主要有两层意思：一是指意境厚重与单薄；二是指文章的长短。是写厚，还是写薄，各有评说。

文章意境该厚还是该薄，清代袁枚在《随园诗话》里有过一段论述。袁枚以诗歌为例，认为其既可以写得厚重，也可以写得单薄些，并没有孰优孰劣之分，最终要以恰到好处为标准。为了佐证自己的观点，袁枚举例两个事物：狐狸皮做的大衣，以厚实为贵；鲨鱼皮纺的丝，以轻薄为贵。又以一物佐证：刀背以厚为贵，刀锋以薄为贵。进而发出了“厚的不一定珍贵，薄的不一定低贱”的感慨。最后，他列举了杜甫之诗厚重、李白之文单薄，李商隐之诗厚重、温庭筠之文单薄，但都是名家，进一步充实了厚薄要恰到好处的观点。

关于恰到好处的智慧，古人早就有论述。《论语·先进》曰：“过犹不及。”宋玉在《登徒子好色赋》里描写“东家之子”的美：“东家之子，增之一分则太长，减之一分则太短。著粉则太白，施朱则太赤。”《汉书·东方朔传》：“水至清则无鱼，人至察则无徒。”《淮南子·道应训》：“夫物盛而衰，乐极则生悲。”《后汉书·仲长统传》：“逮至清世，则腹入于矫枉过正之检。”古人这些做人做事做学问的描述，都在强调凡事要“恰到好处”，过了，就可能要出错了。这里的“过”可以理解为没有掌握好分寸，在事情的拿捏上出了问题。

再来谈谈文章长短的问题。文章就长短而言，多数人主张少而精。“少”就是篇幅短小，“精”就是精确。俗语说：“药灵丸不大，棋妙子无多。”道理虽懂，不少人还是喜欢写长文章。毛泽东同志在《反对党八股》一文中批判冗长的文章，比喻为“懒婆娘的裹脚布又臭又长”。是不是文章文字越少越好呢？也不尽然。文章意思通达，就不要多写了。如果文字太少，不足以通达，就不合适了。比如宋子京在修纂《唐书》时，想把它编得简略些，硬生生删除了许多句子，几乎导致文字不通顺。文章长短的标准应该是字数虽多但不能再删除，字数虽少但无法再添加，也就是恰到好处了。

**第二篇：厚报VS薄报**

一、“厚报薄读”不如“薄报厚读”

当前，国内报纸的版面比较多，48版、64版甚至更多。遇到重大的事件，不少报纸还会增加特刊或者是增刊，中国的报纸进入了“厚报时代”。“厚报时代”的报纸都在扩张，你也“厚”了起来，他也“厚”了起来，每日厚厚的一沓报纸，给读者带来了多样化的选择，这也是好事。

但同时也给读者带来了阅读的不便和“报纸太多太厚”的抱怨。因为报纸的质量并没有随着报纸的增厚而不断提高，报纸的可读性也没有明显增强。许多报纸版面设置雷同，刊载内容相似，千报一面，缺少特色。厚厚的报纸只会增加读者的阅读负担，给读者带来烦恼。有些报纸在读者的一片抱怨声中变成了一堆废纸。

“厚报时代”报纸的经营成本在不断增加。如今新闻纸的价格已从2025年底的4850元/吨，升至今年3月份的5300元/吨，涨幅达到9%。新闻纸价格的持续飙升，使得报纸的经营成本快速上升，“厚报”也有了变薄的利益动机。

“厚报薄读”不如“薄报厚读”。所谓“厚报薄读”是指报纸的版数较多、报纸较厚，而有阅读价值的内容不多。报纸形式上厚，但内容单薄，不值得仔细阅读。所谓“薄报厚读”是指报纸版数相对较少、报纸较薄，而有阅读价值的内容较多。报纸形式上薄，但是内容厚重，值得阅读的内容很多。

二、“个性化品牌”是“薄报厚读”的关键

不管是“厚报”还是“薄报”，能否吸引住读者的关键是报纸提供的内容。阅读哪一份报纸完全在于读者的选择和爱好。如果报纸的内容不能把读者的注意力集中在版面上，那么再厚的的报纸也是废纸一叠，没有任何的价值可言。具有个性的品牌栏目是“薄报厚读”的关键。

1．打造精品栏目

“厚报时代”报纸的版面上有不少的垃圾产品。打造精品栏目就必须净化版面，清除版面垃圾，留下精品内容。《现代金报》就比较重视品牌栏目的建设，也形成了与众不同的精品栏目。如《18财经》栏目，就是非常专业的财经精品栏目，对财经新闻的报道与分析详细、及时、独到，具有一定的参考价值。《金评天下》栏目形成了自己独特的个性，不少评论观点鲜明，内容新颖，语言泼辣而又不失幽默。栏目具有了特定的阅读群体，在宁波的读者中具有很强的影响力。

报纸精品栏目的形成，离不开受众的参与。加强与受众的有效沟通，是建立品牌栏目的关键。媒体要通过观众来信、热线电话、手机短信、开办网站等，做好与受众的沟通，让受众在媒体上有发表建议的园地，以此提高受众对媒体活动的参与度。只有当受众对媒体品牌栏目的内涵得以确认，在心目中留下清晰明了的印象，品牌栏目才有价值。所以，在采编等每一个环节上，落实受众至上的思想，了解受众的需要并满足他们的需要，自然而然地树立媒体的品牌栏目。

2．注重新闻策划

当今社会是一个“信息大爆炸”的时代，各种信息资源如潮水般涌现在人们眼前，令人目不暇接。新闻媒体就必须注重新闻策划，从中选择那些最为受众需要的信息资源，对它们进行优化组合、合理配置，及时传递给受众。这样做既可以满足受众的需求，同时又可以提高媒体的知名度和美誉度。

所谓新闻策划，就是新闻采编人员对新闻实践活动的谋划与设计，目的是更好地配置和运用新闻资源，办出特色、影响受众，以取得最佳的社会效益。新闻策划是对新闻事件的新闻价值、社会反映、变化走向等作出分析与判断，然后在报道上作出一系列的安排。要避免千报一面、相互雷同，就需要搞好新闻策划，在策划中求新出彩。“单个教练”、“单兵作战”式的单篇报道，读者不解渴，领导嫌没劲。新闻策划无疑是打破这种僵局，开创崭新天地的有效做法。如今，报纸上的新闻报道已经开始转向从宏观着眼，发挥整体优势，形成强大合力，增强整体效应。即围绕一个时期或一个阶段的报道重点，策划一系列具有较大震撼力、能在社会上引起轰动效应的报道，使得舆论宣传呈现规范性、战役性、轰动性的特点，进而产生好戏连台，此起彼伏的效果。新闻策划是新闻行业发展到一定层次后所追求的新的生长点，是让新闻升值、媒体升值的艺术。

新闻策划必须讲究一定的原则，如真实性原则、创新性原则、前瞻性原则和系统性原则等。着重做好这样两点：一是放大新闻热点，造成强势冲击。热点新闻集中反映了特定时期的公众情绪，往往是社会公众兴奋点之所在。以大版面、大篇幅等热点新闻从不同角度加以持续的集中报道，既能极大地满足读者的新闻需求，同时也有利于造成强势，以引导舆论。如《现代金报》对杭州湾跨海大桥建成通车的系列报道。二是找准问题切入点，打造新闻卖点。报道工作既要弘扬主旋律，及时准确地报道党中央和地方党委的方针、政策，也要抓住读者的阅读心理，及时反映社会生活中的热点、难点问题。

3．加强深度报道

在媒体进入品牌营销时代，新闻报道进入观点制胜时代的今天，报纸等媒体也非常强调深度报道。从新闻资源来看，媒体的报道对象也基本是针对本市域范围内的重大政治、经济、文化事件。要想在深度报道上更胜一筹，就必须充分挖掘新闻事件内在的、隐蔽的关系，并向公众分析这些内在联系的重大意义。

无论是成就报道、批评报道还是问题报道，任何事物都有它的多面性。用辨证的思维看一些表象的问题，会很自然地发掘到核心所在。中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员陈力丹说过：“深度报道再深，也不是理论文章，不能从概念到概念，推理了再推理。深度报道需要具备可读性和知识性，让人思考，引人入胜。它有讲故事的特点，娓娓道来。然而要给人以明显的某一方面的启示。它不狂热，但决不能没有激情或热情。”读者在阅读新闻时需要回味，需要思考，这就要求记者进行深度挖掘，为读者提供“新闻背后的新闻”。

4．重视版面设计

（1）加强头版的导读功能

头版是整张报纸的旗帜，在西方被称为“橱窗”。顾名思义，橱窗是用来陈列商品招徕顾客的，头版的作用便是吸引读者，推销自身。导读便是“橱窗”里陈列的艳丽的“商品”。头版安排重要新闻导读就成了告知和引导受众的有效手段。导读使头版空间极大扩容，增加信息量，而且成为联系头版与其他版面的纽带，使报纸表里结合，形成新闻强势。导读不仅丰富了头版的内容，同时成为活跃、美化版面的有效手段，可以使头版更加生动形象，充满活力。头版上形形色色的新闻导读，无疑是今天报纸版面的一大特色，也是报纸编辑花大力气想要做好的部分。头版的新闻导读日益成为头版编辑的重要元素，更成为一种有效的新闻链接。将重要新闻所在告知受众，既节省了宝贵的版面空间，增大了头版的信息量，还起到了活跃美化版面的作用。

（2）制作吸引人的标题

制作吸引人的标题说到底是提炼“新闻眼”。在制作标题方面，应该坚持“新闻点、口语化”，讲究口语化、故事化、细节化。标题制作，要以意义的准确、通达为第一准则，同时兼顾标题的简洁和生动。具体说，标题要抓眼球、标题中有事件、标题本身有可读性、标题追求简短，但不要刻意回避长题。

制作吸引人的标题也是报纸竞争的需要。一个城市中的几份报纸，国内要闻、国际新闻、体育新闻等等内容大部分是一样的，所以各报都有很大比例的重合内容。报纸要想吸引读者，就必须制作出足够吸引人的标题，抓住读者的眼球，从而在激烈的竞争中保持一定的优势地位。

（3）方便读者阅读

许多报纸积极引用现代传播的方法，研究和探索新形式下报纸版面展示的特点和规律，让报纸在静态中生动起来，使视觉的被动状态变为主动状态，让读者在轻松和愉快的注意中欣赏报纸，并使其成为生活的必须。这是读者对报纸的新要求，是现代版面视觉的新任务。

当前，报纸越来越厚，信息越来越芜杂。受众的“厚报焦虑”已经产生。“厚报时代”让报纸从信息的整理者、提炼者成为了一个信息焦虑的制造者。怎样让厚报变“薄”、提升报纸的易读性越来越迫切。提高报纸易读性，根本目的在于节省读者的阅读成本，方便读者阅读。这个成本既包括经济成本、时间成本，还包括读者的心理成本——减轻读者阅读的心理负担。

媒体从业人员要反省自己的写作定位、编辑方式，尽最大可能降低读者的阅读成本，让报纸成为信息的整理者、提炼者、消化者，而非信息的堆砌者。这对采编工作提出了新要求。为了方便阅读，报纸的形式产生了很大变化。比如，为便于读者选择，报纸的整体版面安排呈“货架式”排列；报纸的版面排序采取分叠处理的方式，将内容接近的版面集中安排成一组，方便读者阅读和查找；在版面风格上追求疏朗大气，简洁流畅；瘦报现在比较流行，追求在报摊上比其他报纸“长出一截”的效果等等。

患上了“厚报焦虑症”

“厚报”的设计思路是让读者形成选择性阅读习惯，有用的就看，没用的就扔掉。但目前显然大多数读者还不能如此“潇洒”。从大量广告和垃圾信息的“盛筵”中挑出自己需要的信息，对读者的耐心和信心形成了极大的挑战。

调查显示：读者并不满意报纸版面无限扩张。中国人民大学舆论研究所在上海的一项调查显示，读者希望以０．５元买到的一份４开报纸的最佳版面量为３２版，而同期上海都市类报纸的日均版面量普遍在４０版以上。④调查还表明，认为报纸版面越多越好的读者人数和认为报纸最佳版面量应该是１６版的一样多；越是文化程度高、收入水平高的读者，越希望报纸“薄”一些。

调查显示：读者对广告版面越来越多深为不满。央视索福瑞调查公司２００３年针对上海某晚报的一份调查报告显示，５０％以上的读者认为该报广告版面太多。⑤类似的意见，在其他城市读者中普遍存在。

调查显示：报纸版面越来越多，但是读者每天读报时间却没有增加。中国人民大学舆论研究所对上海报业市场的调查显示，２００１年人均读报时间为６３分钟，２００３年为６２．５分钟。⑥即便排除抽样误差因素，起码可以得出近两年上海人读报时间没有明显增长的结论，而近两年上海都市类报纸的“厚度”却突飞猛进，这正如诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙所说：“信息的丰富造成了注意力的贫乏”，报纸越厚，在读者手中停留的时间越短。

天天“新闻盛筵”反而让读者“消化不良”：因为没有时间和精力从头到尾看完一份“厚报”，觉得对不起自己订报的花费；如果跳过某叠完全不看，又怕漏掉自己需要的信息。这种心理状态让不少读者患上“厚报焦虑症”。

“厚报”是世界报业发展趋势，但“厚报焦虑症”在报业发达国家同样存在。美国埃森哲战略变革研究院主任达文波特教授在《注意力管理》一书中介绍说：《纽约时报》周日刊所包含的实际信息比１５世纪一个读者所能读到的全部书面材料还要多。在一项描绘２００条信息的通讯环境的未来机构调查中，７１％的白领称他们感受到每日所接收的信息量的压力，６０％的人感到自己被压垮了。⑦中国人民大学出版社最近出版的《美国报纸产业》一书也提到，美国不少读者不订报并不是文化水平不够，也不是购买能力不足，而是觉得报纸版面太多，根本看不过来。⑧国际报纸发行协会执行总监威尔金斯提醒说：“报业所面临的一个挑战是商业模式，该模式认为越多越好。如果卖出广告越多，报纸张数就越多。这不正是读者想要的吗？但是，大量证据显示，读者要的是能一口气读完的东西，或者自认为能读完的东西。”

对于办报人来说，“厚报焦虑症”以另一种表现形式存在。

每天必须保证足够的新闻量以防止“稿荒”；必须严格稿件流程以防止重稿；必须防备纸价大幅度上涨以控制成本……

●“薄报”的市场机会

虽然对“厚报”有诸多不满，但必须承认，只要广告收入仍是报业经济支柱，报纸越来越厚、广告版面越来越多就是大势所趋，无可阻挡。

与报业发达国家报纸厚度相比，我们仍处于“厚报时代”的初级阶段。辜晓进《走进美国大报》一书列举了美国６家日报平日版与星期日版的页数，其平日版日均版面量为对开９７．３版，星期日平均版面量为３４１对开版。⑨鉴于我国报业繁荣发展的态势，今天继续作出报纸将越来越厚的预测应该是正确的。

广告版面越来越多也是报业经济发展的要求。根据报业经营的经验，新闻版面和广告版面的比例达到４：６时，才能实现利润最大化，虽然报纸不仅仅具有商品属性，但是进入市场后的报纸逐利性是无须讳言的。另一方面，我国报业经济仍然处于一个快速上升的通道，按照世界发达国家的平均水平，广告额占ＧＤＰ的比重大约在２％左右，而我们国家２００３年的数字却只有０．９％左右，广告版面量和广告份额都存在较大的发展空间。

对“厚报”的批评具有反思的意义，但不能停留在简单的指责上，更不可能退回到一份报纸４个版的信息短缺时代。那么，这种批评的意义有二：

其一，“厚报”有责任加强引导，改进编排，以方便读者阅读。比如通过媒介素养教育的方式帮助读者养成选择性阅读的习惯；帮助读者学会利用广告搜集对自己有用的信息；告诉读者只有广告收入高才能保证报纸价格低廉、才有能力对抗商业势力或权力的侵蚀等等。同时在编排上也应该更加明细，让读者能够更方便地找到自己需要的信息，毫不犹豫地丢弃无用的版面。

其二，报业市场有责任提供改良的产品或新的产品，满足那些既想完整系统地了解每日资讯，但又缺少阅读时间的读者的需求。

新闻有软硬之分，所谓硬新闻指那些关系国计民生以及人们切身利益的新闻，软新闻则与人们切身利益并无关系，主要是向读者提供娱乐，开阔眼界，增长见识，陶冶情操，或供人们茶余饭后作谈资。虽然不同的读者对新闻有不同的需求，但是总体上说，硬新闻才是人体必须的维生素，只有基本需求获得满足后才会需要软新闻。⑩

在报纸竞争越来越激烈，报纸趋同现象越来越严重的“厚报博弈”中，从读者对“厚报”越来越强烈的排斥与抵触心理出发，从满足部分读者以最少的时间获得应知欲知的新闻需求出发，眼光一转，可以发现“厚报”时代“薄报”同样存在市场机会。

第一，专业化报纸。这类报纸只需要信息的含金量，不需要面面俱到。２００４年底创刊的《每日经济新闻》在发刊辞中解释了办“薄报”的思路：“以精选资讯立身：因为地球是个村，信息是个港，良莠并存；以独到见解立言：因为社会多元化，瓦釜黄钟齐鸣；以创造价值立德：因为时间是金钱，效率是生命……”，如果能够做到，也就具有了不可替代性，不需要加入“厚报”战团就可成功。

第二，总结性报刊。周报或周刊，对一周要闻进行总结性陈述，并对重要新闻事件作深度挖掘，同样可以满足读者的信息需求。美国《时代》周刊就是这个思路，它的广告语就是：“《时代》帮你节约时间，控制超载的信息”。

第三，以刊登硬新闻为主的“薄报”。

●《立报》的启示

办一张主要刊登硬新闻的“薄报”，有多大市场机会？显然，当下国内报业市场还缺乏这方面的探索，但是回顾中国报业历史，却可以获得一点启发——那就是旧中国红遍上海滩的《立报》。

１９３５年《立报》创刊时，上海报业市场主要是《申报》和《新闻报》的天下，这两张算得上“厚报”先祖，例如同期《申报》就是外埠４大张，本埠增刊２大张还附送画刊。《立报》的特色就是反其道而行之，日出４开４版。但是麻雀虽小，五脏俱全，国内外要闻、本市新闻、言论、副刊一应俱全，文章短小精悍，号称“新闻精”，“五分钟能知天下事”。巴金也称赞说：“在一张小小的报纸里面，我们已经得到了这一天里我们所应该知道的一切，没有多余的巨大篇幅来耗费我们的时间和精力。”

显然，“厚报”存在的主要理由就是“一报在手，样样都有”，通过“一站式购齐”的内容架构满足读者全方位的阅读需求。而“厚报时代”的“薄报”，同样不能违反这个游戏规则，既要解决读者信息超载的焦虑，又不能引起读者信息缺失的焦虑，从而必须走新闻精华、全面覆盖的道路，每一个版面、每一篇文章都让读者感到物有所值，才可能以小搏大，以少胜多。

《立报》能够打开市场的优势还在于价格低廉。据复旦大学丁淦林教授的研究，当时《申报》每份售大洋四分五厘，而《立报》仅为铜元四枚。以大洋每分合铜元三枚计算，买一份大报的钱，可以买三份小报还有余。紒紜矠“厚报”的竞争优势之一就是从量上让读者产生物有所值的感觉，而“薄报”打开市场，也只能以价格优势抵消“厚报”的数量优势。

出于竞争的考虑，不少报纸希望通过加厚来提高报业市场的门槛，为后来者设置资金障碍。《立报》选择“薄报”模式，也是为了减少资金压力。据说，成舍我准备创办《立报》之前，就有人给他出主意：“上海能不能办小型报？如办大报，在申（报）、新（闻报）两大报的高压下，没有百万以上资本，恐怕是不容易和他们斗争的。以我们这种职业报人的经济力量，在上海，只有办小型报，或能打开一条成功的途径。”紒紝矠于是，成舍我等人集资１０万元就办起了《立报》。

创刊时间不长，《立报》就声名鹊起，不到两年发行量突破２０万大关，成为当时中国发行量最大的报纸，让当时的报业老大《申报》《新闻报》暗暗着慌，悄悄筹备办一份类似的小报来和《立报》竞争。当然，《立报》的成功，主要归功于该报内容质量高，且常有独家报道和尖锐的言论。但是也说明，在“厚报”垄断的市场中，“薄报”同样有成功机会。

**第三篇：楼板厚、薄处理方案**

楼板厚度及钢筋保护层防止及整改措施

现浇板超厚、超薄及保护层偏厚质量缺陷防止及处理方案

在主体完工结构验收前，经施工方、监理方及建设单位共同

对各楼号每层的现浇楼板厚度进行实体检测，从检查的结果反映存在部分现浇

楼板超厚、超薄；同时从钢筋保护层结构实体检测情况反映存在部分板面负筋 的保护层偏厚。

对此，为确保工程质量、避免楼板产生开裂等质量问题以及弥补因此所产

生的相关质量缺陷，施工方根据相关的检测结果对存在质量缺陷的部位，编制 的防治及处理措施如下：

1、造成现浇结构现浇楼板局部超厚、超薄及保护层偏厚质量缺陷的原因： 根据《混凝土结构工程施工质量验收规范》(GB50204—2025)，模板工程 4.4.2中规定：“梁、板底模标高最大偏差±5mm,表面平整度最大偏差3mm，和砼工程8.3.2中规定：现浇结构截面尺寸+8，-5mm”。但是在实际施工时，由于以下原 因造成现浇结构现浇楼板局部超厚、超薄及保护层偏厚质量缺陷的原因：1）、梁、板底模在安装时标高偏差超过±5mm，在模板检查时，对模板偏差的范围值过大（一般为±10mm）以上要求整改，对模板最大偏差±10mm之内未整改。2）、模板支撑部分间距过大，板底模下沉或扣件有轻微下滑，造成板厚超厚。3）、现浇结构砼浇筑施工中，对板面的标高控制不严，楼层砼板面标高有超规范±10mm的现象。表面平整度有超规范8mm的现象如同时遇到负级差，就不能满足《混凝土结构工程施工质量验收规范》(GB50204—2025)，砼工程 8.3.2中现浇结构截面尺寸+8，-5mm的规定。4）、现浇结构砼浇筑施工中，操作人员对局部未用水平枋漏震、漏刨的现象，造成砼板面不平和局部标高过高或过低。

楼板厚度及钢筋保护层防止及整改措施

2、消除现浇结构现浇楼板局部超厚、超薄及保护层偏厚质量缺陷的防止措施： 作业前对各专业班组进行施工方案、设计施工图、操作工艺等安全技术交

底，组织工人进行反复学习，做到人人心中有数，认真熟悉并掌握各专业施工 图、操作工艺，来规范工人行为。1）、梁、板模板在制作、安装严格按设计施工图和施工方案施工。严格按《混凝土结构工程施工质量验收规范》(GB50204—2025)，模板工程 4.4.2 中规定控制

标高和截面尺寸。2）、梁、板模板的支撑系统：立杆间距、扫地杆、剪刀撑、板底井字架等必须

按施工方案搭设。3）、施工管理人员严格按施工程序进行质量控制，对不合格的模板质量，必须

进行整改，至满足施工规范为止。同时各级管理人员做好自己的本职工作，为

操作班组提供优质服务，提供标准的轴线、标高基准点或线，为作业创造条件，方便班组施工。

4）、砼浇筑施工中，严格按施工方案进行施工作业，严格按《混凝土结构工程

施工质量验收规范》(GB50204—2025)，8.3.2中规定控制好楼层标高和板面平整度，为了保证现浇结构板的厚度，在板砼初凝前，根据设计施工图制作各种不

同板厚的检查杆来检查板厚实际厚度，如有不能满足设计及施工规范要求的，立即召集项目主要人员到现场查找原因，提出整改措施和人员，至满足设计和 施工规范为至。

3、现浇楼板局部超厚质量缺陷的处理 1）、现浇楼板厚度正偏差超过8mm时，具体处理做法如下： ⑴将现浇楼板表面的砼渣及砂浆等杂物清理干净。

⑵人工用手提砂轮机将现浇楼板超厚的砼打磨到设计及规范允许厚度范 围，随时检测板的厚度以满足规范要求即可。

⑶人工将磨光的砼表面凿毛，以保证楼面面层施工时与结构板之间能有 效结合

楼板厚度及钢筋保护层防止及整改措施3

2）、根据规范要求其现浇楼板厚度正偏差在8mm及以下时是符合规范要求，该部分将不作处理。4、现浇楼板局部超薄质量缺陷的处理 1）、现浇板板厚负偏差在

5～15mm时，具体处理如下： ⑴

对浇板板厚负偏差在5～15mm时，按主体结构支模架方案，搭设满堂脚手架，作为板的支撑。

⑵将楼板板面砼凿毛后充分湿透，采用人工剃打板板面保护层，根据现浇

板负偏差的大小，将板面负筋校正并使其保护层厚度满足设计要求，在板面砼

浇筑时，刷素水泥浆结合层一道。

⑶在素水泥浆结合层面上采用比原现浇板砼强度高一级的微膨胀细石砼 填补，内增加

16#镀锌钢丝网片。

⑷在完成细石混凝土修补后的第二天开始连续关水养护7天，确保新补混凝土能与原结构混凝土能有效结合和不产生开裂等。2）、现浇板负偏差大于15mm时且超过三点时，具体处理做法如下： ⑴将厚度不符合要求的楼板打掉到梁边，梁板相交面的砼凿毛并将钢筋绑扎修复到位后浇水充分湿润并重新按要求支设模板。

⑵在剔打混凝土楼板时必须先将未剔打部位的梁板重新进行加固支撑，剔打过程中不得损伤原钢筋；同时剔打时不得猛打猛敲，防止二次损坏。

⑶重新浇筑的混凝土采用比原楼板混凝土高一强度等级的微膨胀混凝土浇筑。浇筑过程中必须确保混凝土的密实度和浇筑后第二天起至少关水养护7天。同时必须保证混凝土接缝处不得发生渗水。

5、板面负筋保护层偏大的处理方案

1、根据对结构板面负筋保护层厚度的检测结果，我方结合相关资料对板

面负筋部位按要求进行了全数板厚检查，其中较大部分存在板厚度超厚，对该

部分的处理将采用混凝土打磨机将其板表面的浮浆及其它杂物清理干净，以使

结构板厚度及保护层厚度能满足设计及规范要求。2）、经过对楼层内板面垃圾及浮浆清理干净后，其结构板底板面未发现开

裂等质量问题，因此其结构质量满足设计及规范要求。对将板面浮浆等杂物清 楼板厚度及钢筋保护层防止及整改措施

理干净后其板厚符合要求而保护层仍不符合要求时则将该部分板剔打掉。

3）、对因保护层厚度偏大而局部位置的板厚度又不符合要求时，对该部分 楼板的处理将按要求将其剔打掉，再将板面负筋按要求重新修复校正后采用比 原楼板混凝土高一等级的微膨胀混凝土重新进行浇筑，以保证板厚度及板面负 筋满足设计及规范要求。4）、在整改过程中及混凝土剔打过程中必须先将未剔打的楼板按要求进行

加固，防止施工过程中产生二次损伤。同时在混凝土浇筑完毕的第二天开始至 少关水养护

**第四篇：楼板厚、薄处理方案**

江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案

XDG-2025-51号地块开发项目（瑞景望府）一期一标段

现缺 浇陷 板防 超止 厚及 超处 薄理 质方 量案 编

制：

审

核：

审

批：

江苏省苏中建设集团股份有限公司

二零一五年五月二十五日

江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案

目 录

一、工程概况 „„„„„„„„„„„„„„„„„„„„-1-

二、造成原因 „„„„„„„„„„„„„„„„„„„„-1-

三、防止措施 „„„„„„„„„„„„„„„„„„„„-3-

四、楼板局部超厚处理 „„„„„„„„„„„„„„„„-4-

五、楼板局部超薄处理 „„„„„„„„„„„„„„„„-4-

江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案

现浇板超厚、超薄质量缺陷

防止及处理方案

XDG-2025-51号地块开发项目一期一标段工程在主体结构完工以后，经 江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案

三、防止措施

作业前对各专业施工班组进行施工方案、设计施工图、操作工艺等技术交底，组织工人进行反复学习，做到人人心中有数，认真熟悉并掌握各专业施工图、操作工艺，来规范工人行为。

1、梁、板模板在制作、安装严格按设计施工图和施工方案施工。严格按《混凝土结构工程施工质量验收规范》(GB502042002)混凝土工程8.3.2中的规定，控制好楼层标高和板面平整度，为了保证现浇板的厚度，在楼板混凝土初凝前，根据设计施工图制作各种不同板厚的检查杆来检查楼板的实际厚度，如有不能满足设计及施工规范要求的，立即召集项目技术人员到现场查找原因，提出整改措施，并组织人员整改，直到满足设计和施工规范要求为止。

5、实体结构检测之前，将楼面清扫干净。

6、结构未验收之前不得进行抹灰施工，如因各种原因需要提前抹灰

江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案 的，必须工完场地清，将楼板面洒落堆积的砂灰清理并用水冲洗干净，确保楼板厚度。

四、楼板局部超厚处理

1、现浇楼板厚度正偏差超过8mm时，具体处理方法如下： 1）、本工程现浇楼板厚度正偏差超过规范较大的部位，基本由于抹灰时掉落堆积的砂浆所致，先将现浇楼板表面的混凝土浮浆及砂浆等杂物清理干净；

2）、请设计单位对超厚的楼板进行复核计算，满足建筑工程安全和功能要求；

3）、用手提砂轮机将现浇楼板超厚的混凝土打磨到设计及规范允许厚度范围，随时检测板的厚度以满足规范要求即可；

4）、用人工将磨光的混凝土表面凿毛，以保证楼面面层施工时与结构板之间有效结合；

5）、打磨混凝土过程中，确保楼板厚度的同时，要保证钢筋保护层厚度满足设计及规范要求。

2、对于现浇楼板厚度正偏差在8mm及以下时，是符合规范要求的，该部分将不作处理。

五、楼板局部超薄处理

1、现浇楼板厚度负偏差在5～15mm时，具体处理方法如下： 1）、请设计单位对超薄的楼板进行复核计算，能够满足建筑工程安全和功能要求；

2）、按主体结构支模架方案，搭设脚手架，作为板的支撑；

江苏省苏中建设集团股份有限公司

现浇板超厚、超薄质量缺陷防止及处理方案

3）、根据现浇楼板负偏差的大小，采用人工剃打板面保护层，如有负筋露出，将板面负筋校正并使其保护层厚度满足设计要求；

4）、将现浇楼板表面混凝土凿毛清理并充分润湿后，在板面混凝土浇筑时，刷素水泥浆结合层一道；

5）、在素水泥浆结合层面上采用比原现浇板混凝土强度高一级的微膨胀细石混凝土填补，内增加16#镀锌钢丝网片；

6）、在完成细石混凝土修补后的

**第五篇：课前演讲稿　薄积厚发**

课前演讲稿　薄积厚发

天津南开中学八年级 邓晓萌

指导教师 刘敬华

开学典礼上，高年级学长的发言慷慨激昂，激励我们要“厚积薄发”。新学期伊始，班主任语重心长的教诲，告诉我们要“厚积薄发”。连续几日连续听到“厚积薄发”——于是，我开始寻源——这是苏东坡说过的一句话：“博观而约取，厚积而薄发”。对此，似乎没有人不认可；然而思考过后，我却有了新的看法。其实，“薄积而厚发”，对今天的我们更有帮助。

对于“博观而约取”我很赞同，但是“厚积而薄发”，从某种意义上来说，有可能成为白白浪费光阴的代名词。有句话说，“十年磨一剑，霜刃未曾试”。如果当今社会真的有这么一个人，他单纯为了磨剑而磨剑，那么我敢肯定，他不是智商有问题，就是情商过低了。为了一把剑，花了十年的工夫去磨，到头来却毫无用武之地，这的确是巨大的浪费，更是莫大的悲哀。

再细细品味“厚积而薄发”中的“厚”，就更值得现代人斟酌和推敲了。有谁可以告诉我们，什么是“厚”？又有谁可以为我们做出一个准确的界定，多少才可以称得上是“厚”？想来似乎没有人可以做得到。众所周知，姜太公用一生的时间韬光养晦，已经足够“厚”了，最终他可算是有了“发”的机会，因为他遇见了周文王。然而，我们在为姜太公感到幸运之余，你可曾想过，这样一个有才华的人，青壮年时期本应指点江山，事实上却只能隐匿于市井之中，白白浪费了近一生的大好时光，难道我们不该为姜太公的“厚积而薄发”而深感叹息吗！

由此看来，“薄积而厚发”也绝非笑谈。

宋朝宰相赵普在做宰相之初并非才高八斗之臣，可谓“薄积”；但他在做了宰相之后能不断丰富自己，以“半部《论语》治天下”，定下宋朝三百年江山，可谓“厚发”。赵普这样“薄积而厚发”之人，怎么也比那些论理有千言，胸中无一策的泛泛之辈要强多了吧？

回到当今社会，NBA明星科比，初人NBA赛场之时因为身高并不占太大优势而被人忽视，可谓“薄积”；但他不气馁，不断地在赛场上历练着自己，终于在自己的第四赛季，将自己的王者风范惊人地爆发出来，从此再也没有人敢小瞧他的实力，科比终于走上了“厚发”之路。(演讲稿　www.feisuxs)流行音乐天王迈克尔·杰克逊，年幼时曾因为肤色问题，加之年龄太小，舞台经验不足，这样的“薄积”不被圈内外人士看好；但他坚守在自己的舞台上，不断地积累着表演的经验与技巧，逐渐褪去了曾经的稚嫩，终于“厚发”成为流行乐坛上的灵魂人物。

现在的我们虽然无法与这些重臣、名人相提并论，但对于我们这些无名小辈而言，“薄积而厚发”在当今时代完全有理由成为普通人的人生规则。因为，我们要面对的这个世界是一个变化飞速的世界，不管你是否跟得上时代的步伐，只要地球在转，一切都在变化之中。机会不会等你，时间不会等你，成功更不可能等你，所有的一切都要靠你白己去追。有人曾说，即使你只有一辆脚踏车，你也要马上出发了，的确是这样，因为没有人肯停下脚步来等你做好准备再一齐出发。如果你非要等到买了宝马跑车再行动，对不起，比赛早就结束了，你连参赛的机会都失去了。

在当今这个日新月异的时代，“薄积而厚发”教导我们的，不是被动等待，而是主动争取；不是好高骛远地幻想将来，而是脚踏实地攀登高峰，眺望远方；更不是催促我们急着上路，而是带上指南针，看好地图，选择捷径走上征途。

请记住，早些行动，因为时间有限；薄积厚发，因为机会无限！

教师点评

这是一篇学生自选题材、自主命题的课前演讲稿，对“厚积而薄发”提出了质疑，指出在当今时代需要的是“薄积而厚发”。论点振聋发聩，论证有理有据，在学生中引起共鸣，也招来反驳。我们姑且不论“厚积而薄发”和“薄积而厚发”孰是孰非，单就内容而言，学生能对日常生活中学长和老师的感言有所思考，并敢于大胆提出自己的见解，值得其他同学学习；再就形式而言，对于初二的学生来说学写议论文本非易事，而本文作者对这种文体的驾驭能力还是可圈可点的。

（刘敬华）

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！