

# 国家公祭日 凝聚民族复兴的力量

■沈慎

又到一年12·13国家公祭日。山河肃穆,草木含悲。中华门城墙上留下的弹孔依旧清晰可见,南京大屠杀遇难同胞纪念馆里一件件实物记录着历史,凄厉的防空警报响彻南京上空。

这是一个令无数人为之疼痛的日子,这是一段需要不断被铭记的历史。81年前的12月13日,侵华日军野蛮侵入南京,在长达40多天惨绝人寰的大屠杀中,30万同胞惨遭杀戮,人类文明史上留下最黑暗的一页。那段苦难深重的历史,山河破碎的血泪、生灵涂炭的悲剧、满目疮痍的痛楚,镌刻在每一个中国人的内心深处,构成民族共同的记忆,每一次回想起来总是让人痛彻心扉,每一次重温之时总是让人悲痛不已。

昭昭前事,警惕后人。远离战争的烽火,告别亡国灭种的危机,今日之中国已经成为一个具有保卫人民和平生活坚强能力的伟大国家,中华民族任人宰割、饱受欺凌的时代已经一去不复返;沐浴于改革开放春风,成长在社会主义中国的宽广怀抱,今日之人民已经实现了从站起来、富起来到强起来的历史性转变。前事不忘后事之师,任何时候,唯有铭记历史才能开创未来。国家公祭日设立的5年来,以一段悲壮历史的复原与定格表达当代人的深切缅怀,以国家名义的公祭仪式传递中国人不忘屈辱、守护和平的坚定信念。爱国情感的力量在汇聚、走和平发展道路的决心矢志不渝,迈向中华民族伟大复兴的脚步铿锵有力。

“我们为南京大屠杀死难者举行公祭仪式,是要唤起每一个善良的人们对和平的向往和坚守,而不是要延续仇恨。”习近平总书记在第一个南京大屠杀死难者国家公祭日上

曾这样宣示。历史不会因时代变迁而改变,事实也不会因翘舌抵赖而消失。5年来,从纪录片《二十二》的热播,到《南京大屠杀档案》正式列入《世界记忆名录》,还有在加拿大多伦多设立的南京大屠杀遇难者纪念碑,越来越多的人认识到,“只有正义不被扭曲,和平才有可能”。和平犹如空气和阳光,受益而不觉,失之则难存。今天我们纪念死难同胞、铭记那段屈辱历史,就是要让更多人看到,中国珍惜和平、捍卫和平、维护和平的决心意志。

落后就要挨打,发展才能自强,这是苦难历史带给中国的深刻教训。今年是改革开放40年,从“开除球籍边缘”的奋起直追,到现代化建设“杀出一条血路”,40年改革开放带来了“史诗般进步”,迎来了民族复兴更加光明的前景。在曾经被侵略者蹂躏的这块土地,在无数革命先烈抛头颅洒热血的这块土地,中国创造了举世瞩目的发展奇迹,这何尝不是对历史最深沉的祭奠、对先辈最好的告慰!但历史同样启示我们,要时刻保持居安思危的忧患意识。我们比任何时候都更接近民族复兴的伟大梦想,但也要看到改革发展进入了新的历史关头,国际形势和国内矛盾纷繁复杂,唯有激发“逢山开路、遇水架桥”的奋斗精神,砥砺“明知山有虎、偏向虎山行”的历史担当,才能筑就民族复兴的坦途。

每当一位幸存者离世,侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆的照片墙上,就会有一盏灯熄灭,今年已经有20盏灯熄灭,劫后余生的幸存者已不足百人。但值得欣慰的是,国家公祭仪式上传来的青少年朗诵声慷慨激昂、无数人在“默哀一分钟”中追古思今,一代代人把历史铭刻在了内心深处。81年过去了,有些变化沧海桑田,而有些追求和梦想却始终如一。



吵

夜深人静,你是否因刺耳的引擎轰鸣声而难以入睡?深夜飙车的“炸街族”,不仅严重扰民,也给交通安全带来不小隐患,但因查处和取证难度较大,一直是城市治理的难点。日前,上海加强机动车噪声污染治理,首位“炸街族”因违法行为受到惩处,市民们拍手称快。群众痛点在哪里,管理的着力点就要在哪里。面对任性妄为的“炸街族”,监管力量不能沉默。只有架起法治的“高压线”,用好电子警察、声呐定位等“黑科技”,才能提升本领、消除盲区,还城市之夜一片安宁。

新华社发 王鹏作

## 便宜的好货如何迎来“野百合的春天”

■舒圣祥

“双11”才走,“双12”又来了。这些购物节已然成为一种品牌,对所有参与其中的商家来说,更是名副其实拿销量说话的品牌比拼日。多数的爆款,往往有共同的特点:便宜的好货。

便宜也可以买到好货,电商的繁荣一再证明这个道理。好货也可以卖得便宜,恰是电商的最大价值之一。痛点在于,还有很多便宜的好货,就像山谷寂静角落里的野百合,因为没有品牌,无法为人所知。如何让那些便宜的好货打响品牌?这不仅是企业关心的,也是消费者关心的。

品牌不响,没有知名度,渠道不畅,层层分销,成本很高,这是很多中小企业面临的困局。一些中小微工厂,一旦出口需求量有所波动,内需需求量又没有打开,就会出现很大的经营风险。很多给国外产品做贴牌的国内企业,之所以把甘蔗最甜的部分拱手让人,并不是因为没有工艺,也不是因为没有品质,而是苦于没有品牌。

深圳有家做扫地机器人的工厂,长期给飞利浦等一线品牌代工。同类别的产品,同样的标准、同样的工艺、同样的原料,甚至同样的生产线,质量没有本质差别,贴牌产品卖得很好,便宜几倍的自主品牌,过去却根本卖不动。后来,通过电商平台,销售额达到近3000万元,企业从中看到了外贸转内销战略转型的可能。

根据联合国经发组织的统计,在500多种主要工业品中,中国有220多种产量居世界第一,但在世界品牌百强中,中国只有华为、联想两个品牌入

围。经过改革开放40年的飞速发展,一些企业的生产能力、技术水平与研发能力并不弱,只是在“强生产”到“强品牌”之间,还有很长一段路要走。

从国家到地方到企业,一直相当重视扶持、发展自主品牌。自2014年以来,中国自主品牌的发展逐年写进政府工作报告,提到了国家发展战略的高度,各地也陆续推出了中小企业品牌扶持计划。而各大电商平台也为企业提供了展示品牌的渠道。诸如“新品牌计划”之类聚焦中小微制造企业成长,打通需求与生产端的信息流,帮助中小企业以最低成本培育品牌的电商行动,也应运而生。

品牌是生产者和消费者共同的追求,是供给侧和需求侧升级的方向,是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。“互联网+”时代,利用互联网发展与精准的商业模式扶持中小企业打响自主品牌,不仅能助力中小微企业挖掘生产潜能,也能为消费者创造价值;最关键的是,这反过来能为整个中国制造业产业升级赋能。

“便宜有好货”的高性价比购物,始终是最真实的市场需求。哪怕是在发达国家,这也是最成功的商业模式之一。比如美国的著名商超Costco,以贴近成本的低价著称,将高质量的产品卖得便宜。德国也有这样的超市,比如Aldi。

通过政策扶持、电商平台助力扶持,能不能让打造更多自主品牌、让便宜的好货成为可复制的成功商业模式,让山谷里的野百合也能有春天,这既是企业的需要,也是消费者的需要,更是中国经济转型升级的需要。



昨日,美国蒙特奥利弗高中凯文·斯坦斯伯里校长等一行代表团莅临周口新星学校访问,并与该校举行友好学校签约仪式。刘永文董事长、王松林校长等校领导热情接待了他们,并举行了简短的欢迎仪式。凯文·斯坦斯伯里校长一行先后参观了校园环境、教学情况等,并走进课堂体验教学活动。活动中,双方校长交流了学校概况、教育理念及办学情况。周口新星学校此次开展国际交流与合作,旨在架起双方学校的友谊之桥,建立中西交流的通道,促进学校国际化办学。

记者 陈军强 摄