

乡亲们 咱一个都别掉队



■步超

寒来暑往，春耕冬藏。但时间并非简单地周期重复。

年前夕，国家主席习近平发表了令人倍受鼓舞的新年贺词。过去的一年里，祖国和我们，都进步了！2017年的新年，也一定会

成为中华民族在这片大地上生生不息的征程上的又一个新起点。

鼓舞之余，令我们印象深刻的，还是习主席对于困难群众的牵挂：“他们吃得怎么样、住得怎么样，能不能过好新年、过好春节。”喜的是，去年1000多万贫困人口实现了脱贫。抽象数字的背后，必是一个个真切、生动的脱贫故事。

从甘肃的半干旱土地到贵州的贫瘠山区，身处地北天南的人们，曾经同样面对着贫困问题的困扰。基础设施落后，生产生存条件恶劣，劳动技能缺乏，在偏僻的山洼洼里，只得靠天吃饭。长期缺乏发展生产的要

素禀赋，还不是最糟的。最怕失去自我奋进的行动意识和组织能力。

因长期贫困而落入恶性循环。这样的例子，即使在发达国家，也不少见。一位美国法官说过，在一个逐渐走向富裕的社会里，这样的人注定会是“分散而孤立的少数”。正因为分散在犄角旮旯，正因为人数太少，在西方精于计算的政客那里，他们不会成为值得争取以获取政治优势的多数，他们大概会被所谓政治过程，甚至社会本身彻底遗忘。

然而，类似的情节，中国版本却讲述着一篇完全不同的故事。

在新年贺词中，习近平主席掷地有声

地说道：“小康路上一个都不能掉队！”这，不只是数九寒天里，让困难群众倍感亲切的一句暖心话，更是一步步扎实推进脱贫攻坚的铿锵步履。在这背后，是省、市、县、乡、村五级书记抓扶贫的工作责任制安排，是扶贫干部深入家门的帮扶指导，更是通过“五个一批”“六个精准”到2020年如期脱贫的国家战略。

一个都不能掉队，这份坚持，这种觉悟，不仅仅是一位国家领导人的民生情怀和政治责任的体现，更是党全心全意为人民服务的宗旨要求的。

日月其迈，运会其新，我们共同守望。

画中有话



防护

雾霾频发，口罩、空气净化器热销，“除霾秘方”在微信朋友圈疯传……我们该如何保护健康？权威专家指出，口罩和空气净化装置能起到防护作用；各种“药茶”应慎用；吸烟比吸霾更损害健康；增强自身抵抗力需养成健康的生活方式。

新华社发

对口支援需要“带土移植”

■剑峰

医疗人才“组团式”援藏是卫生援藏的升级版，通过整合优质医疗资源，实行团队作战，精准发力，堪称援藏工作的一项重大制度创新。

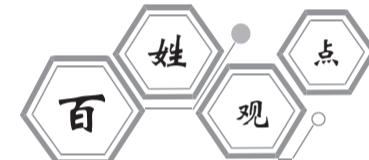
一棵树苗，从一个地方挪到另一

短评

个地方，如果带着泥土移植，不仅成活率高，而且容易形成“小气候”。医疗人才“组团式”援藏，就是“带着泥土移植”的成功范例。援藏单位不是将一位专家、一台手术、一个学科输送到受援医院，而是将一个团队、一套制度、一种理念移植到受援医院，着力创造有利于医院长远发展的“小气候”，走出“我在学科强，我走学科弱”的怪圈，实现“我在学科强，我走学科弱”的良性循环，从而留下一支“不走的医疗队”。“带土移植”，必须尊重规律，因地制宜，选择适合当地环境的“树

种”。医疗人才“组团式”援藏坚持问题导向和需求导向，梳理出当地居民外出求医的重点病种，有针对性地提升受援医院重点学科诊疗能力。援藏单位采取“团队带团队”“专家带骨干”“师傅带徒弟”等方式，手把手帮助受援医院培养医务人员，同时选派受援医院相关人才到内地重点医院学习进修，努力建设一支高水平、成梯次、成建制的本地医疗人才骨干队伍。今后，援藏单位仍需发扬“钉子”精神，一茬接着一茬干，使一大批“本土树种”茁壮成长，为如期实现支援目标奠定坚实基础。

“求同情”的创业走不远



■王珂

朋友来北京旅游，在乘坐地铁时遇到几位这样的“创业者”：大学生模样，拿着手机在地铁车厢里逐一向乘客询问并“求扫码”，给出的理由是“我们的创业项目，请扫码关注，就算帮帮忙。”

朋友也是一位创业者，想到创业不易，加上几分好奇，就用手机扫描了二维码，关注了一个所谓的创业公号。没想到，这个公号就是一个非常普通的微店，里面销售的东西无非是网上常见的“山寨品”，价格却高得离谱。之后朋友果断把这个公号删除了。

类似“扫码求关注”的场景，在北京、上海等大城市的地铁里并不少见，有的是做微商，有的是做回收服务，还有的是做家政服务。在消费需求个性化、多元化的今天，这些创业者借助移动互联网进行推广，引起更广泛的关注，打造更便捷的服务方式，想法是好的。

然而，在“求扫码族”里，有些人把路走歪了。像朋友在地铁里遇到求扫码的“创业者”，只求扫码博关注，不靠产品赢口碑。他们以创业为由，打着同情牌，获取别人注意。这种方式确实可以在短时间内营造出一种“创业有成”的假象，但如果创业项目没有优质产品为保障，最后难逃被“取关”的命运。朋友感叹说：这样的创业可谓“神仙难救”。

互联网技术的发展给创业者提供了新舞台，利用互联网搞营销不仅成本低，而且往往可以在短时间内玩出彩、博眼球，以至于出现了产品和营销孰重孰轻之争。有观点认为，玩好营销就能轻松创业。他们可以举出一些例子，比如很多手机、净化器、母婴用品的新品牌，都是借助互联网营销快速赢得关注。

营销固然重要，但对于创业者来说，只重营销的观点可谓“只知其一、不知其二”。消费者买的是什么？是真正可以满足需求的好产品或是好服务。细心观察不难发现，在每一个营销案例背后，都离不开优质产品的支撑。没有这些产品，只靠营销，无论是大忽悠还是求同情，即便有短暂的火爆，也只是昙花一现。甚至，有的所谓“创业者”用二维码做幌子，以“创业”之名，行“非创业”之实，利用二维码进行假宣传、假推广，这就突破了创业的底线，如果涉嫌违法，还应受到法律惩处。

其实，我国消费市场潜力不断释放、互联网技术不断更新，创业者机会很多，大有可为。比如，一些互联网废旧物资回收创业项目，把废品回收业务做到了家门口，解决了很多人废旧物品处理的难题；再如，一些互联网生鲜配送创业项目，专做生鲜订制、预订上门时间的服务，提供了不一样的消费体验，也发展得不错。

从这些成功的案例不难看出，营销固然重要，但创业的根本还是要回归产品，没有产品的营销只是空中楼阁，走不远也走不稳。真正抓住消费痛点的创新产品，再配合适当的营销手段，这样的创业组合才算是如虎添翼，赢得更多消费者的认可和掌声。