

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。
新年前夕,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”。正因为分散在死角旮旯,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。

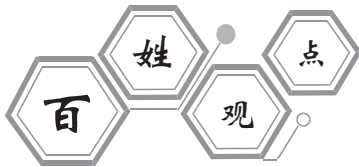
新华社发

对口支援需要“带土移植”

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,我走学科亡”的怪圈,实现“我在学科强,我走学科旺”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。

短评

■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