

绿水青山是中国梦的重要组成部分



■高世楫

政论专题片《将改革进行到底》的第六集《守住绿水青山》，聚焦党的十八大以来我国推进生态文明建设的改革实践和巨大成效，内容丰富，针对性强。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央大力推进生态文明建设，将绿色发展确立为新发展理念的重要内容，将建设美丽中国列为实现中国梦的重要目标。生态文明建设成为习近平总书记治国理政新理念新思想新战略的重要组成部分。

《守住绿水青山》的第一个看点，是梳理了习近平总书记生态文明思想的源流和发展情况。自20世纪80年代起，无论在

什么地方工作，习近平同志都高度重视良好生态环境的经济价值和社会价值，总是强调经济发展与生态环境保护的内在统一，把保护生态环境、建设生态文明作为工作的重中之重。《守住绿水青山》中关于福建长汀治理水土流失、浙江建设生态省等内容，反映的就是当年他领导地方推进绿色发展、建设生态文明的实践行动。这一时期习近平同志关于生态文明建设的系统思考和理论探索，可从他1992年的《摆脱贫困》、2006年的《干在实处 走在前列》和2007年的《之江新语》等著作中窥见一斑。

正是因为在基层工作时就深刻体会到保护生态环境与民生息息相关，习近平总书记才能从“良好生态环境是最公平的公共产品，是最普惠的民生福祉”这样的战略高度去理解并推进生态文明建设。

《守住绿水青山》的第二个看点，是系统解读了生态文明体制改革的背景、逻辑和历程。发展经济和保护环境，在人类工业化进程中一直是一对难以协调的矛盾。在快速工

业化进程中，我们无论在意识、制度还是能力上，都没有做好充分准备，导致环境遭受污染、生态环境被破坏的不良后果。

进入新的发展阶段后，以习近平同志为核心的党中央充分认识到必须从制度上解决环境保护和生态文明建设的问题。为此，党的十八届三中全会确定了生态文明体制改革的任务，提出加快建立系统完整的生态文明制度体系。中央全面深化改革领导小组为此成立了经济体制与生态文明专项小组，负责生态文明体制改革的顶层设计，目的就是要打破部门藩篱，协调推进生态文明制度建设。中央深改组审议通过的《生态文明体制改革总体方案》，贯彻了从源头到末端全程治理的新理念，先后出台了近40项改革方案，搭建起我国生态文明制度的“四梁八柱”。

《守住绿水青山》的第三个看点，是在肯定巨大成就的同时直面我国生态文明建设中存在的问题。过去几十年，我国经历了人类历史上规模最大、速度最快的工业化进程。在发展过程中，由于环境监管不到位，导

致恶意污染环境事件频频发生。内蒙古阿拉善盟腾格里工业园区违规排污，祁连山自然保护区违规开发导致生态破坏，长江因承受不起缺少保护的开发而“病了”……这些问题有些是由于法治不健全，更多的是由于执法不力、问责缺失。难能可贵的是，本片没有回避这些问题，而是对此进行了如实呈现和客观分析。

可喜的是，在过去5年中，我国正式向环境污染宣战，在生态文明建设的总体规划下，完善了相关法律法规，先后出台了大气、水、土壤三大污染防治行动计划。与此同时，加大执法力度、铁腕治污，对污染者和监管者严厉问责、追责，环境污染严重、生态系统退化的不利局面在总体上得到了控制，局部地区的生态环境质量有了显著改善。

眼下，我国生态文明建设已经走在路上，相信有党中央的坚强领导，有系统的制度保障，有全国人民的共同努力，我们一定会建成山川秀美、美丽富饶、人与自然和谐相处的美丽中国——这也是令人魂牵梦绕的中国梦的重要组成部分。

老字号价值在老出路在新

■李慧

在纷繁复杂的市场竞争中，老字号更应眼睛向内，固本培元，守正出新，借力借势借智，用创新思维打造新时代的文化精品。

前不久，笔者乘飞机回北京，在厦门机场的老字号片仔癀体验店，诸多新产品刷新着对中华老字号的理解和认识。在这里，曾经板着脸孔的老字号片仔癀变身精华霜、牙膏、痘痘贴，深受年轻人的喜爱。作为国家级非物质文化遗产，这些产品不仅演绎着百年老店的工匠精神，更随着“一带一路”倡议的落实，走出国门、走向世界。

然而，并非所有老字号都有这样的活力。在时代的更迭中，许多老字号惨淡经营，不少甚至处于“僵尸”状态，空有品牌，离市场轨道越来越远。

数据是最好的说明。目前商务部认定的中华老字号有1128家，发展良好的如片仔癀、稻香村、全聚德、东阿阿胶、中茶等仅占20%~30%，受困于缺资金、缺人才和缺品牌三大问题，多数企业经营情况欠佳。以云南为例，该省老字号企业共计89家，分布在14个市州中，但只有38家实现持续3年盈利。在江西省的老字号中，近七成生存困难，部分老字号在市场大潮中悄然退场。

作为金字招牌，中华老字号承载了太多的文化情怀与记忆。民俗专家袁家方曾说过，老字号是一个地方的老人，是老百姓的老邻居。归根结底，老字号是一个国家的商魂所系、商道所在。从这种意义上讲，振兴中华老字号不仅是对一个品牌、一个行业的振兴，更是对民族自信、文化自信的有力弘扬。

老字号不仅是商品，更是文化。每一个老字号背后几乎都有一个美好的故事，时间的积淀让它更像一缸滋味悠长的老酒。在纷繁复杂的市场竞争中，老字号更应眼睛向内，固本培元，守正出新，借力借势借智，用创新思维打造新时代的文化精品。

老字号价值在老，出路在新。这个“新”是全方位的，不仅体现在对传统产品的改造上，而且还体现在发展理念的转型、销售方式的变化中。要创新理念、开阔视野，打破固有格局，多层次、多角度地提升老字号品牌的市场活力；要创新资本运作模式，大胆试水资本市场，促进企业经营从传统模式向现代企业制度转变，让百年老店的金字招牌熠熠生辉；要创新产品形态和营销模式，善于用互联网思维挖掘老字号的文化内涵，在知名度、忠诚度方面赢得顾客群，在“互联网+”的大潮中找到自己的生存之道；要创新人才培养模式，摒弃狭隘的人才观，树立全面的人才观，推行人才的动态管理，建立完整的人力资源考核和激励机制，用人才活力激发老字号发展潜能。

在经济全球化的今天，品牌不仅是企业自身的事，更事关国家的形象，是一张张生动的国家名片。作为全球第二大经济体，我国更需要打造兼具软硬实力的民族品牌，来引领文化振兴和未来发展。

当前，“一带一路”建设为中华老字号在振兴中走向世界提供了新的契机。让“老字号”跟上“新市场”，需要老字号企业深入了解市场需求，重新定位品牌价值所在。今天的老字号更需要以工匠精神体味品牌背后的文化价值，打造更多闪亮的国家名片。



画中有话

幌子

“白富美”主动加好友搭讪，还晒朋友圈炫富，别光羡慕，这可能是骗子的理财骗局。国内网络诈骗举报平台——猎网平台发布预警称，近日，已有不少网友上当，在“白富美”的引诱下投资贵金属现货遭遇诈骗，平均损失高达22万元。

受害者陈先生至今懊悔不已。前段时间，一位美女添加陈先生微信好友。“白富美”告诉陈先生，她朋友圈里的豪车、名包是在老师的指导下投资贵金属现货赚的，而且也可以带陈先生一起投资，这让陈先生十分心动。

不法分子利用受害者赚钱的欲

望，通过在社交软件炫富诱骗投资者入局，然后通过所谓的专家分析骗他们花大钱投资。有的不法分子为了赢取投资人信任，还私自后台更改数据，诱惑受害者投资。受害者看到的赚大钱的数据，仅仅是模拟盘的模拟信息。

新华社发

爱车被塞小广告 车主莫要随手扔

三川原声

■王松涛

车辆停靠路边，经常会被塞满小广告。有些小广告别在车把手上，有些压在雨刮器下，也有些卡片形式的小广告别在车窗上，片刻功夫，爱车就变成了“小广告发布栏”。不少车主扯下广告纸扔在地上便开车离去。风

一吹，地上的广告纸四处飘散。

想到爱车雨刮器被掰起，车把手附近的车漆被刮出小细纹，可以说车主心中很是不悦，再加上赶时间，部分车主会直接将广告纸扔在路边。虽然这种小广告给车主带来了麻烦，但是有些车主这种随手扔广告纸的不文明行为也要改一改。广告纸随手扔，不仅会影响市容市貌，也会增加环卫工人工作量。遇到刮风的时候，这些小广告还会被吹到机动车道中间，这更增加了环卫工人工作的危险度。

小广告塞在车上为车主带来麻

烦，车主将广告纸随手扔在地上又为环卫工人带来了更大的负担。车主们厌恶爱车被塞小广告，希望有关部门治理乱发小广告的行为，但同时是否也能严格要求自己做到不乱扔小广告呢？你们随手一扔，环卫工人便要多弯几次腰。多走几步，将小广告扔进垃圾箱，不但减少了环卫工人的工作量，同时也是对环卫工人劳动成果的尊重。

看见爱车被塞小广告，别光顾着生气，也想想他人不易。一念之间，举手之劳，文明从点滴做起，从你我做起。