中华民族从来不缺脊梁

——写在“海空卫士”王伟烈士牺牲20周年之际

因为课程安排太满，章原没有等到4月1日就来了杭州——他选择在清明节前的最后一个周末，带着退役时那身浪花白的海军军装从上海专程赶来。

服役期满后，章原已经回到了上海交通大学，继续自己的学业。但他总觉得，还有一件事，他没有做，他应该做。章原说，他心里有好多的话，想要对“海空卫士”王伟说。

2001年4月1日，一架美军EP-3侦察机在中国海南岛东南约70海里的专属经济区上空，与王伟驾驶的战斗机相撞，飞行员王伟跳伞，永远留在了海天之间。

那一年，章原才2岁。这位籍贯陕西，生长在新疆库尔勒的男娃当时哪能知道，若干年后他参军入伍加入人民海军，守卫的就是王伟当年起飞的那条军用跑道。

繁星满天的夜晚，班长告诉他，当年，曾有一架中国海军编号为“81192”的军机从这里起飞拦截美军军机，再也没有回来。

从那一刻起，英雄和普通一兵血脉相连。章原说，当兵的日子里，他甚至会有一种幻觉，看到了“81192”着陆返航。

在杭州东北郊的安贤陵园里，安放着王伟烈士穿过的一套老式海军军装，一尊“海空卫士”王伟烈士的全身铜像凌然矗立。20年了，两代海军军人在苍松簇拥下隔空相见。

王伟烈士的铜像前，已经摆满了鲜花，还有国产航母、歼-20战斗机的模型。一枚银色的盾形钥匙扣上写着“人民海军忠于党，舰行万里不迷航”。铜像和墓碑，已被工作人员擦过。

想说的话太多，章原用了三页“上海交通大学”的信笺纸。信的开头，他称呼他“亲爱的王伟同志”，那是共产党人之间最亲切的称呼。在信中，他告诉他，这些年来，是他在激励他负重前行，完成了蜕变。他最敬佩的是他的血性，当年在武器装备存在代差的情况下，没有丝毫的退缩。

“中华民族从来不缺脊梁，过去未曾缺过，现在不缺，未来也绝不会缺。”章原在信中说。

章原从小成长的新疆库尔勒，盛产优质长绒棉，年种植面积80多万亩。信的末尾，章原对王伟说：“绝不后退，绝不投降，绝不妥协！”落款：您跨越20年的战友。把三页长信放在铜像前，身穿浪花白军装的章原立正，敬礼。

临近清明，悼念王伟烈士的人越来越多，想对烈士说的话越来越多。

在很多海军航空大学的飞行学员心中，那个为战而生的海天梦想，是王伟给予的。飞行学员们也给王伟写了一封信，信中说：“您飞过的天空，真美。”

与20年前不同的是，今天的中国海军，“双航母”入列，首批从高中生中招收的舰载战斗机飞行员加入“尾钩俱乐部”。

王伟生前曾说，希望有一天能够驾驶战机，从我国自己的航母上起飞。如今，放眼祖国海疆，军旗猎猎，飞鲨搏空，如英雄所愿。

更多的战友坚守在战位，以各种方式悼念英雄。

在南部战区海军某电子对抗旅，首次公布于众的王伟入党志愿书让不少官兵为之动容。

王伟在志愿书中写道：“我希望加入党组织，决不是为了捞点政治资本，也不是为了升官发财，我只想以一个党员的身份要求自己，为党和人民的利益贡献自己的一切，甚至生命。”

写下这条誓言时，王伟只有20岁。电子对抗旅官兵制作了一条横幅：“81192，我们一直等你返航。”横幅上，签满了战友们的名字。

思念英雄的，又何止是亲人和战友。

杭州市崇贤中学、崇贤第一小学的学生们在铜像旁立起了“爱国主义教育基地”的牌子。更有不知名的人士写下20周年祭文：“十四亿，十四亿，浩浩荡荡十四亿。年年清明，神州苍生迎你回故里。”一束落款“退役军人”的鲜花上，写着“海空卫士请返航。今日海军，如您所愿！”

受一位叫“小巧”的女孩子所托，同城快递的小哥送来的鲜花上写着“看看这盛世，山河秀丽，国泰民安。”小哥认真地把花束摆放好，鞠躬，然后拍照发给了小巧。“早上刚在网络上看完了王伟烈士的事迹，就接到了给烈士献花的派单。”小哥说，烈士牺牲那一年，他才11岁。

祭扫之后，章原又匆匆返回了上海的校园。因为服两年兵役并延迟退伍，他的女朋友已经顺利升入了研一，而章原还要继续他大二的课程。

如今，每年像章原这样报名参军的大学生士兵，已经超过了征兵员额的50%，人民军队的兵员结构大为改观。“我多么希望能听到王伟能亲口对我说：我已无法返航，但你需继续前行！”章原说。 **（据新华社报道）**

未来五年，消费版图如何重构？

文/新华社记者 王雨萧 于佳欣

消费，关乎美好生活，影响经济发展。未来五年，中国消费赛道将迎来哪些“上新”？消费版图又将如何重构？

“提升自主品牌影响力和竞争力”“推动教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等消费提质扩容”“强化消费者权益保护”……近日公布的“十四五”规划和2035年远景目标纲要，勾勒出未来五年中国消费新图景。

国货当“潮” 培育自主品牌影响力

大白兔香水、老干妈卫衣、内联升潮鞋……近年来，不少国货品牌的创新让人眼前一亮，“国潮”“国风”成为中国消费者购物车的关键词。

京东大数据显示，2020年全年，京东平台上销售过亿的品牌中，中国品牌占比超80%；今年妇女节期间，拼多多平台的国产新锐品牌订单量超过国际品牌，占比近60%。

“国潮崛起的背后，是国人对中华文化和审美的认同感日益增强，更是当代消费者尤其是年轻人自信、爱国态度的体现。”拼多多战略副总裁刘大卫表示。

根据规划和目标纲要，“十四五”时期，将开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

“中国企业需要通过技术创新和产业升级，进一步推动消费升级进程。企业只有拥有自己的核心品牌，才有生命力、竞争力。”中国中小企业协会会长李子彬说。

赛道“上新” 充分挖掘服务消费潜力

未来五年，服务消费无疑将成为消费领域的重要赛道。

“以健康消费为例，疫情加速了大众健康观念和消费决策的转变，更多医生走入线上健康消费场景，提供专业化问诊和帮助。消费者对健康的定义也从‘不生病’逐渐转变为‘吃好睡好心情好’。未来国内健康消费增长潜力巨大。”丁香园创始人、董事长李天天说。

随着国内消费升级步伐加快，服务消费在消费支出中已占“半壁江山”。疫情期间，服务消费线上化势头更明显，在线教育、互联网医疗、在线娱乐视听等一系列“无接触”服务呈爆发式增长。

中国贸促会研究院副院长赵萍表示，居民消费从“实物型”向“服务型”转变，凸显了我国消费升级加快趋势。“十四五”时期，要通过加强供给侧结构性改革，进一步挖掘服务消费潜力，为经济发展激活新引擎。

“绿色”“定制” 升级类消费空间广阔

花样滑冰“优雅而至”、钢架雪车“快速驶来”……日前，在青岛啤酒智能生产线上，十几款造型各异的冬奥运动图案“跃上”啤酒罐身。生产线负责人介绍，像这样的定制化产品，已实现全流程智能化，订单交货时间降低50%。

C2M反向定制已经成为消费“新宠”，京东数据显示，2020年上市的“爆款”新品中有大量是定制商品，个性化、差异化的创意产品受到消费者青睐。

绿色消费也成为生活新风尚。新能源汽车畅销、外出就餐点小份菜、节能家居用品走俏市场……如今，环保、低碳、健康、安全的消费理念越来越深入人心。

规划和目标纲要指出，“十四五”时期，要培育新型消费，发展信息消费、数字消费、绿色消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微建议，未来要进一步促进消费产业结构转型升级，促进商品和服务供给从中低端迈向中高端，并以5G、物联网、云平台等新基建为依托，加快构建“智能+”消费生态体系，为新消费潜力释放提供坚实支撑。

瞄准痛点 着力解决消费“烦恼”

优化消费结构，不仅要锻造长板，更要补齐短板。

“改善县域消费环境，推动农村消费梯次升级”“强化消费者权益保护，完善质量标准和后评价体系”“健全县乡村三级物流配送体系”……规划和目标纲要亮出的一系列举措，瞄准消费领域的痛点、堵点。

“目前公路运输成本较高、铁水干线联运通道不畅等问题依然存在，制约着消费潜力的释放。未来应从数字新商贸与智慧物流、供应链协同创新等层面多措并举降低流通成本，畅通商品服务流通渠道，提升流通效率。”苏宁集团董事长张近东说。

国家发展改革委有关负责人表示，要加快破除制约居民消费的体制机制障碍，推进多行业多领域放心消费环境建设，加强消费者权益保护，大幅降低消费者维权难度和维权成本，全面提升产品和服务质量，让消费者自由选择、放心消费。