

【一家言】

要无畏，也要有畏

◎向河

抗美援朝期间，作家巴金率代表团赴朝鲜慰问志愿军，受到彭德怀接见。为此，巴金写了篇《彭总会见记》。在审阅文稿时，彭德怀却建议：将“像长者对子弟讲话”一句改为“像和睦家庭中家人谈话似的”。他解释说，自己是一个很渺小的人，把我写得太大了，使我有些害怕！无畏的彭大将军也有畏，值得我们深思。

孔子认为，君子当有三畏：“畏天命，畏大人，畏圣人之言。”北宋政治家王安石则疾呼：“天命不足畏，祖宗不足法，人言不足恤。”有畏与无畏，辩证统一、相辅相成。遇到困难挫折时，无所畏惧，那是坚强；面对艰难抉择，无所畏惧，那是勇气。而当面对现实里的种种诱惑，有所畏惧，那是理智；面对生命与环境，有所畏惧，那是对人和自然的尊重。人既要有无畏的精神，又要有有所畏、有所敬畏。只有辩证看待与正确处理好无畏与有所畏的关系，大无畏之志，常怀敬畏之心，人生道路才会越走越宽。

当年，面对兰考自然灾害肆虐和贫困落后的实际，焦裕禄不畏困难、不等不靠，带领全县人民自力更生、艰苦奋斗，谱写了一曲改天换地的英雄壮歌。无私才能无畏，只有摒弃私欲、一心为公，发扬共产党人大无畏的革命精神，不畏艰难险阻和困难挑战，以“逢山开路、遇水搭桥”的决心和勇气迎难而上，才能在难题面前敢于开拓，在矛盾面前敢抓敢管，在风险面前敢于担当，最终有所成就和作为。

无畏的翅膀给我们创造一个无限大的舞台，而敬畏之心则教会你如何做一个规矩的舞者。心存敬畏，方能行有所止。敬畏，就是对自然的尊崇、对人民的爱戴、对组织的忠诚和对法纪的遵循。常怀敬畏之心、戒惧之意，是党员干部做人做事、为官从政的基本价值底线。“有所畏者，其家必齐；无所畏者，必忘其亲”。邓小平同志指出，共产党员“一怕党，二怕群众，三怕民主党派，总是好一些”。这就告诫党员干部要有敬畏之心，时刻坚持自省自律、慎言慎行，做到在任何情况下都能稳得住心神、管得住行为、守得住清白，永葆共产党人的先进性和纯洁性。

干部干，干是第一位的，“为官不易”不能“为官不为”。在其位谋其政、履其责，找准位子、扑下身子、放下架子、干出样子，这既是一种责任也是一种担当。不能因怕出事而不干事，满足于当“太平官”，要把“有所畏”落脚到“有所为”，把全部心思和精力用在干事创业、造福百姓上，真正做到权为民所用、情为民所系、利为民所谋。

新时代要有新气象，更要有新作为。对党员干部而言，既要闯关夺隘、动真碰硬，又要不越红线、坚守底线，以蹄疾步稳的节奏一马当先，以舍我其谁的豪气勇往直前，定能打开新境界、闯出新天地。

【街谈】

让快递包装循环起来

◎张淳艺

近两年，多个部门、相关企业大力推广可循环快递包装，加快快递包装“绿色革命”。笔者发现，在消费者收到的快递中，纸箱、泡沫箱、塑料袋等传统包装占据主流，可循环快递包装在日常生活中仍很少见到。

前不久，国家邮政局数据显示，十年来我国快递业务量从57亿件增长到1083亿件，已连续8年位居世界第一。快递业务蓬勃发展的背后，快递包装材料的资源消耗和环境负面影响也日益凸显。调查显示，我国快递业每年消耗的纸类废弃物超过900万吨，塑料废弃物约180万吨，并呈现快速增长态势。在一些特大城市，快递包装垃圾增量已占到生活垃圾增量的93%，部分大城市则在85%至90%。

在这一背景下，加快推动快递包装绿色化、减量化、循环化，显得尤为紧迫。早在2020年12月，国家发改委等八部门就印发了《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》，提出到2022年全面建立统一规范、约束有力的快递绿色包装标准体系，可循环快递包装应用规模达700万个；到2025年，快递包装基本实现绿色转型。去年底，国家发改委、商务部和国家邮政局又联合下发通知，决定于2022年1月至2023年12月组织开展可循环快递包装规模化应用试点。

近年来，多家快递企业纷纷推出可循环快递包装，不过尽管投入量越来越多，终端消费环节仍比较少见。物流终端“最后一公里”回收成本高、难度大，是导致可循环快递包装推而不广的最大原因。对于快递企业来说，循环箱回收会产生人工操作、扫描、车辆运输等额外费用，增加了运营压力；对于快递员来说，需要用户当场拆箱取货后，再将循环箱带走回收，延长了派送时间，降低了派送效率；对于消费者来说，一些人觉得容易泄露隐私，还有人吐槽将快递取回家后再约快递员上门回收，“有点折腾”。在这种情况下，可循环快递包装难逃“叫好不叫座”的宿命。

打通可循环快递包装“最后一公里”，加快快递包装循环利用，必须走出“谁家孩子谁抱走”的小循环，构建快递企业资源共享的“大循环”。一方面，需要统一规范循环箱生产回收。有关部门应牵头制定统一的循环箱标准，引导企业规范回收利用运营模式，从而打破行业壁垒，让快递企业之间可以“一箱”通行，实现“谁回收，谁受益”。同时，还要打造循环箱多元回收体系，在单位、高校、小区等广泛设置回收站，让消费者选择在方便的时候自行交回箱子。在此基础上，出台一些诸如积分兑换快递服务或生活用品的激励措施，也有助于提高消费者参与热忱，更好地推动快递包装循环利用。

北疆观察

精益求精谋发展 与时偕行赢长远

擦亮内蒙古品牌“金字招牌”③

◎袁宝年

品牌发展唯有与时代发展同频、与消费者和市场需求同步，在追求品质中提升产品质量，在精益求精中赢得老百姓口碑，在创新求变中引领行业方向，持续丰富其文化和时代精神内涵，才能为内蒙古高质量发展提供源源不断的能量

入强劲活力与动力。

面对高质量发展的时代命题和市场瞬息万变的现实挑战，无论是成熟的老品牌还是正在成长的新品牌，要想在激烈的竞争中实现持续发展，既能打得响、喊得出，又能立得住、活得久，就需要下一番硬功夫、苦功夫。让内蒙古品牌深入人心、永葆青春，唯有与时代发展同频、与市场需求同步，在追求品质中提升产品质量，在精益求精中赢得群众口碑，在创新求变中引领行业方向，持续丰富其文化和时代精神内涵，才能为内蒙古高质量发展提供源源不断的能量。

创品牌难，保品牌更难。品牌有了知名度后如果放松管理、降低标准，就可能因“名败”而被

市场无情淘汰，这样的事例并不鲜见。品牌的生命，活在用户的口碑里。纵观国内外的“百年老店”“百年品牌”，无一不是重品质、重口碑，从而在市场的大浪淘沙中日久弥新，赢得了一代又一代消费者的青睐。品质是品牌生存的根本，也是竞争力的核心。无论是老字号还是新品牌，要想在日新月异的市场环境中生存并不断发展，必须始终坚持质量第一、消费者第一，从小处着手、细节做起，把质量融入生产和服务的每一环节、每一细节，精雕细琢、精益求精，让品牌与时代同频共振、同步发展。

实践在发展，创新无止境。变革之下，真正有生命力的品牌一定是行业的引领者。融入新发展

格局，不断适应新的市场需求、消费需求，敏锐捕捉市场发展方向和消费方式变化，持续聚焦产品研发、迭代升级和设计创新，不断提升生产技术和管理体系，不断丰富品牌的文化内涵，方能让品牌在日新月异的发展中不断焕发新的生机。品牌的长远发展需要久久为功下慢功夫，不能只在包装营销上做表面功夫，更不能盲目追赶潮流、“山寨”抄袭。立足内蒙古特色产业和发展实际，深耕专业领域、沉下心来钻研，为品牌注入新内涵、为产品增添新内容，就能把内蒙古品牌“金字招牌”越擦越亮。

品牌是企业核心价值的体现，凝聚着追求卓越的理念、坚守信誉的承诺、持续创新的精神和企业文化的传承。找准方向、拥抱变化、用心耕耘，以匠心铸精品，以品质赢口碑，提供更好产品、更好服务、更优体验，就能不断增强内蒙古品牌的传播力和影响力，不断拓展内蒙古品牌的深度和广度，持续赢得消费者、赢得市场。

画里有话



坚决整治涉企“三乱”

前不久，涉企违规收费专项整治行动全国电视电话会议在京召开。工信部副部长徐晓兰表示，将开展涉企违规收费专项整治行动，全面排查交通物流、水电气暖、地方财经、金融、行业协会商会等领域涉企违规收费问题，坚决整治涉企“三乱”行为。

新华社发 王琪 作

【洞见】

赋予乡村治理诗与远方

◎鱼子

不只是片面地追求当下的经济价值，而是要在传统文化创效中实现其创造性转化、创新性发展，获得更多全心的音乐党课……四川省成都市新都区清流镇将文明实践基地的触角延伸到农村散居院落，创新打造了新时代文明实践微家，打通了理论宣讲、志愿服务、文化活动的“最后一公里”。

乡村振兴不仅是经济的振兴，也是生态的振兴、社会的振兴，文化、教育、科技的振兴，更是涵盖着农民素质的提升。微家新时代文明实践活动的对口参与、对点服务，解决村民生产生活中的烦心事；以举办“清洁家庭”“最美乡村讲师”“最美志愿达人”“好儿媳”“好公婆”等评比活动，让精神文明建设真正走进群众心里，赋予乡村治理诗与远方。

群众文明素养“打开方式”如何，

能为乡村振兴凝聚力量。乡村美不美，事关广大农民的获得感、幸福感，事关乡村振兴的底色和成色。既“富口袋”也“富脑袋”，就得加强农村思想道德建设，传承发展提升农村优秀传统文化，培育文明乡风、良好家风、淳朴民风，提升农民精神风貌，提高乡村社会文明程度，焕发乡村文明新气象。深入推进新时代文明实践文明实践活动，让群众的获得感、幸福感、安全感持续增强，就会使风清气正、向善向上的舆论导向推动自我教化，形成良好的村风民俗，让

统文化激荡乡村振兴涟漪。

乡村是最基本的治理单元，是国家治理体系的神经末梢。乡村是农民居住生活的地方，是协调利益关系和化解社会矛盾的关键环节。乡村治理的好坏决定着乡村社会的发展、繁荣和稳定。当然，任何一个村庄都不可能简单地使用某一种治理方式实现有效治理，而是多种治理方式相结合。借力文明实践活动，形成家庭和和睦、民风淳朴、互助合作、稳定和谐的良好社会氛围，势必会让乡村振兴建设更全面、更完整。

乡风文明不是一句口号，讲究的是一个“实”字。有多姿多彩的美丽乡村，才有气象万千的美丽中国。育文明新貌、树文明新风，让文明乡风扑面而来，形成积极、健康、向上的社会风气和精神风貌，才能留住乡情乡韵，为乡村振兴汇聚更多动力和活力。

【来论】

新职业呼唤就业新观念

◎周家和

一个很好的例证。

“民宿管家”主要职责是负责民宿线上线下客人(散客、团队)订单处理，一头对接着民宿，一头对接着客人，实际上是一种自由度很高的灵活就业方式。如果按照传统就业观念，找工作都想要找体制内的单位，或者找一些岗位稳定的“铁饭碗”，那么，“民宿管家”这一新职业的发展不可能如此之快。

农林新叶催陈叶。一批新职业的兴起，往往会一批旧职业退出历史舞台。有些人原以为找到了一份

“铁饭碗”工作，以后就可以高枕无忧了。事实上，这一想法已经不合实际情况。今天，很多人很难保证自己找一份工作或一个职业，就一定干一辈子。所谓的“铁饭碗”也只是相对而言，世上没有绝对的“铁饭碗”。只有转变观念，不断加强学习和提高自身素质，才能适应新时代对就业者的新要求。对于每一个新职业劳动者来说，工作岗位没有高低贵贱之分，只有分工不同，努力学习、不怕困难、踏实肯干，每个人都能适应社会的发展，走出一条适合自己的

职业生涯之路。

新职业是一个很有潜力的富矿，只要科学挖掘就能拓宽渠道、扩大就业，助推经济发展。我们高兴地看到，现在已有很多年轻人不再局限于常规的体制内、“铁饭碗”，而是适应时代发展，走上适合自己特点的职业创新之路，成为新经济业态发展的重要推动力。

就业是最大的民生工程，要解决好就业问题，涉及到的领域、环节和因素众多。拓宽新职业渠道不能只是要求就业者改变观念，用人单位和相关职能部门也要转变观念。对新职业人群，既要有对新鲜事物的包容和接纳，还应及时调整相关政策，比如从制度、法律等层面入手，积极改善工作环境，优化发展空间，更好保障新职业劳动者的合法权益，让新职业越来越精彩、新经济业态越来越丰富。

共有精神家园

常制不可以待变化 一涂不可以应无方

【出处】

(东晋)葛洪《抱朴子·外篇·广譬》

【原典】

抱朴子曰：常制不可以待变化，一涂不可以应无方，刻船不可以索遗剑，胶柱不可以谐清音。故翠盖不设于晴朗，朱轮不施于涉川，味淡则加之以盐，沸溢则增水而减火。

【释义】

《抱朴子》为晋代道教理论家葛洪所著，表达了其内神仙而外儒术的根本观点，对道教理论有一定发展。

在《广譬》中，葛洪提出：“常制不可以待变化，一涂不可以应无方，刻船不可以索遗剑。”涂：道路，又作“途”。意思是：一成不变的规章制度不能够应对形势的千变万化，一条道路不可以通达许多不同的目的地，在行驶的船上刻记号无法找到落入水中的宝剑。

【启悟】

“变者，古今之公理也”。古语说，“天地动而万物变化”，天地间一切事物，从自然界到人类社会，都在不断地发展变化。

对于变化与创新，中国人很早就有着深刻认识。《诗经》有云：“周虽旧邦，其命维新”，周朝虽是旧的邦国，但其使命在于革新；《大学》有言：“苟日新，日日新，又日新”，强调除旧更新、与日俱新；《韩非子》又称：“世异则事异，事异则备变”，世道不同、事物改变，处世行事的方式方法也要相应变化；《周易》里讲：“穷则变，变则通，通则久”，山穷水尽时要有变化，变化则能通达，通达则能恒久；汉代思想家扬雄曾说：“物不因不生，不革不成”，事物要在变革中求发展。

“明者因时而变，知者随事而制。”与时俱进、创新发展，一直是中华优秀传统文化的理念和价值。春秋管仲改革、战国商鞅变法、北宋王安石变法、明朝张居正改革……时代洪流滚滚向前，社会变革从未停止。深谙历史发展规律中国共产党人，更是懂得“常制不可以待变化”的道理。从开天辟地新中国，到改革开放新征程，再到齐心协力圆梦小康，中国共产党以自我革新的自觉和改革创新的担当，积极回应历史呼唤和人民诉求，创造了一个又一个奇迹。历史和实践证明，一个国家、一个民族只有认清发展变化规律，把握“时”与“势”，不断解放思想、探索革新、顺势而为、应势而动，才能乘势而上、行稳致远。

国家、民族如此，个人更亦然。生活从不眷顾因循守旧、满足现状者，从不等待不思进取、坐享其成者，而是将更多机遇留给善于发现、勇于创新创业的人们。世易时移，形势变化产生新情况、带来新问题，若不能审时度势，那所作所为就有可能刻舟求剑或南辕北辙。唯有保持创新敏感，打破思维定势、更新理念观念，主动适应新形势新任务新要求，不断学习和重塑自己，方能赢得先机、大有作为。

“满眼生机转化物，天工人巧日争新。”因时而变的智慧，求新求进的勇气，具有强大生命力。面向未来，只要我们思路观念与时俱进，方式方法不断革新，准确识变、科学应变、主动求变，永不僵化、永不停滞，就一定成功应对各种挑战，于变局中开新局，创造出更多令人刮目相看的成绩。

(哈丽琴)