



# 打开强军事业发展新局面

## ——党的二十大精神进军营综述

新华社记者

新征程展现新气象，新气象激发新作为。

党的二十大胜利闭幕后，解放军和武警部队把学习宣传贯彻党的二十大精神作为首要政治任务，迅速兴起学习贯彻党的二十大精神热潮。

大江南北，座座军营，全军官兵以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平强军思想，紧紧围绕党在新时代的强军目标，牢记职责使命，奋进强军征程，聚焦备战打仗，勇于开拓创新，坚定不移把党的二十大精神提出的目标任务落到实处，把新时代强军事业不断推向前进。

### 全面加强人民军队党的建设 确保枪杆子永远听党指挥

岁末年终，全军高级干部学习贯彻党的二十大精神专题研讨班以电视电话会议形式举办。

6天时间，9次专题辅导，5次研读原文，2次问题研讨，1次交流总结……学习中明确前进方向，交流中凝聚奋进力量。学员们表示，要深入把握实现建军一百年奋斗目标的政治部署，坚持把“两个确立”的政治成果转化为坚决做到“两个维护”的政治自觉，坚持以更高标准、更严格要求贯彻军委主席负责制，坚决听从党中央、中央军委和习主席指挥。

深学细研领悟精髓要义，固本培元筑牢信仰之基。军委机关各部委、军委各直属机构机关干部表示，实践充分证明，新时代党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革，最根本的原因在于有习近平总书记作为党中央的核心、全党的核心掌舵领航，在于有习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引。要更加紧密地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围，毫不动摇坚持党对人民军队的绝对领导，把党的二十大精神作出的各项战略部署转化为实际行动。

党对军队绝对领导人民军队的建军之本、强军之魂。人民子弟兵始终铭刻于心、落实于行。

党的二十大召开后，作为党的创新理论的坚定信仰者、积极传播者、模范践行者，陆军工程大学“星火”理论宣讲团政治教员群体即赴南部战区机关等开展宣讲

服务，为官兵答疑解惑。“必须把学习宣传贯彻党的二十大精神作为首要政治任务，让党的声音第一时间走进官兵、走进群众。”教员曹二刚说。

寒冬腊月，武警河南总队各支队遴选优秀理论骨干组建“红肩章”宣讲小分队，将党的二十大精神宣讲延伸到各个岗位方位。大家纷纷表示，要永远听党话、跟党走，始终做到绝对忠诚、绝对纯洁、绝对可靠。

坚强有力的党组织，是我军的优势所在、力量所在。为提升基层党组织凝聚力、战斗力，东部战区空军航空某旅党委研究制定《基层党支部委员履职考核实施办法》，通过赋权、明责、考核等方式，为加强党支部集体领导作用、聚焦备战打仗主责主业提供可靠支撑。“党的二十大报告指出，‘建强人民军队的组织体系’，作为基层部队党支部书记，我要进一步增强履职尽责的积极性，打造坚强战斗堡垒。”该旅某飞行大队政治教导员刘清林说。

### 全面加强练兵备战 提高人民军队打赢能力

2023年春节前夕，习主席以视频方式检查部队战备工作。去年11月，习主席视察军委联合作战指挥中心，表明新一届军委贯彻落实党的二十大精神、全面加强练兵备战的鲜明态度。

目标昭示方向，使命催生力量。全军各部队普遍把学习宣传贯彻党的二十大精神与自身使命任务结合起来，深入推进实战化军事训练，凝聚起全力以赴抓备战、谋打赢的意志力量。

走进陆军第71集团军“临汾旅”模拟仿真对抗训练室，一场模拟对抗训练复盘正在紧张进行。面对进攻失利，红方指挥官连长李泽州利用作战仿真训练系统的回放功能对大家存在的问题逐一讲评。3D真实效果还原和多个视角的反复重现，让参训官兵对自己在训练中的得失一目了然。“党的二十大报告指出，‘深入推进实战化军事训练’，通过对先进技术的引进运用，可以最大限度让训练贴近实战，提升训练效益。”李泽州说。

全部精力向打仗聚焦，全部工作向打仗用劲。

一次对抗演练，在火箭军某部演兵场骤然打响。“通信中断”“遭‘敌特’袭扰”……“从天而降”的蓝军重拳出击，让官兵措手不及。蓝军部队领导说：“我们就是要深化对抗训练，当好大国长剑的‘基石’，为导弹部队加钢淬火。”

一场讨论交流，在战略支援部队某部火热进行。官兵围绕“学习贯彻党的二十大精神应该怎么做、怎么学”展开热烈讨论。前不久，该部的多个科研项目在加快关键技术攻关等领域取得重大成果。高级工程师杨政文说：“我们要将学习贯彻党的二十大精神焕发的政治热情，转化为练兵备战的强劲动能，用实际行动书写出色答卷。”

一轮轮备战训练，在东海某海域海军厦门舰上有序开展。2022年，厦门舰出海执行训练和战备任务超过200天。作为一支重要海上作战力量，边斗争、边备战、边建设已经是厦门舰所在部队的常态。厦门舰副舰长刘中南说：“我们一线任务官兵一定会发扬‘敢于斗争、善于斗争’的精神，坚决捍卫国家主权、安全、发展利益，完成好党和人民赋予的各项任务。”

### 全面加强军事治理 推动国防和军队建设实现高质量发展

当前我军建设正处在提质增效的关键阶段，必须加强创新突破，抓住窗口期，跑出加速度，推动国防和军队现代化由“量”的增值转向“质”的提升。

在西宁联动保障中心某旅演兵场，一场联合作战后勤保障演练悄然展开。党的二十大精神胜利闭幕不久，为满足未来战场精准化保障需求，该旅组织专题会议研究训法战法，有机融入联合作战体系，提升全域立体保障水平。官兵们表示：“加强国防和军队建设重大任务战建备统筹，加快建设现代化后勤，我们使命在肩！”

在军事科学院，军队科研工作者以党的二十大精神为指引，紧盯部队备战打仗急需，瞄准科技前沿攻关，在军事应用、军事理论等方面持续发力。某科研团队围绕无人作战相关技术展开集成试验，验证了无人力量自主展开行动并协同完成任务的可行性。“党的二十大报告强调加快实现高

水平科技自立自强，为我们的科研工作指明了方向。我们要发扬钉钉子精神，一锤接着一锤敲，一茬接着一茬干，全力以赴，务期必成。”党的二十大代表、军事科学院系统工程研究院研究员何元智说。

强军之道，要在得人。

在国防科技大学某研究团队，“85后”文职人员已成为科研骨干，团队成员表示：“作为身着‘孔雀蓝’的青年科技工作者，我们要紧盯技术前沿，勇做科技强军征途中的奋进者、开拓者、奉献者。”

在国防大学联合作战学院，联合参谋培训是该院人才培养的“金字招牌”。“党的二十大报告强调‘建强新型军事人才培养体系’，这为我们加强军事人才培养工作提供了理论指导和行动引领。”该院教授杨飞龙深有感触地说：“在新型军事人才培养体系中，联合参谋人才培养是不可缺少的一环。我们要加速锻造高素质专业化联合作战参谋人才。”

### 巩固提高一体化国家战略体系和能力 汇聚强军打赢强大力量

“0101，监控系统周界报警……”驻守在阿尔泰山深处的阿黑吐拜克边防连，近日开展了一场应急处突演练。该连防区地形复杂、气候多变，边防管控难度大。随着一系列高科技装备入驻边防一线，部队控边能力有了很大提升。

“边防执勤装备更新换代的同时，我们要确保每名官兵都能熟练地操作使用，发挥人与装备协同的最大效能。”连长王远说。

走进江西省宜春市民兵训练基地，一片火热练兵场映入眼帘。“党的二十大报告强调加强军地战略规划统筹、政策制度衔接、资源要素共享。我们打造集民兵军事训练、全民国防教育、学生军训、应急救援训练演练等功能为一体的民兵训练基地体系，释放了‘1+N’多重国防效能。”该基地负责人、宜春市袁州区人武部部长刘逸飞说。

党的二十大报告提出，“加强军人军属荣誉激励和权益保障，做好退役军人服务保障工作”。新春佳节，在江西、山东、河北、河南、甘肃等地，军地携手举行一张张喜报、一份份荣誉送到立功官兵家中，营造尊崇军人军属的浓厚氛围。

蓝图已经擘画，奋进正当其时。

2023年是全面贯彻党的二十大精神开局之年。全军官兵一致表示，要坚决贯彻党中央、中央军委和习主席决策部署，认真学习宣传贯彻党的二十大精神，坚定决心意志，增强紧迫感，埋头苦干实干，锚定如期实现建军一百年奋斗目标，在新征程上打开强军事业发展新局面。

(新华社北京2月3日电)

### 一图速览

## 中华老字号

# 超六成拥有百年历史！

## 大数据带你了解

中华老字号集商业、历史、文化等诸多功能于一体，是我国工商业发展中孕育的“金字招牌”。

什么是老字号？

近日印发的《中华老字号示范创建管理办法》所称中华老字号，是指历史底蕴深厚、文化特色鲜明、工艺技术独特、设计制造精良、产品服务优质、营销渠道高效、社会广泛认同的品牌(字号、商标等)。

首选标准组合

中华老字号 China Time-honored Brand

可选标准组合一 可选标准组合二 可选标准组合三

中华老字号 China Time-honored Brand

### 我国有多少老字号？

目前我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家 广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域

东部地区数量领先 拥有735家 占比接近70%

华北、华东地区相对密集

食品加工过半 居于行业首位 占比达50.1%

餐饮和零售紧随其后

国有企业担当主力 数量达400家 占比为35.5%

领先于其他类型

### 多“老”才算老字号？

《中华老字号示范创建管理办法》明确，中华老字号品牌创立时间在50年(含)以上

我国有701家中华老字号 创立至今超过100年

六成以上拥有百年历史 创立时间集中于明清时期

### 老字号经营情况如何？

全国老字号年营业收入超过2万亿元

有85%左右的中华老字号企业处于盈利状态 即便是近几年受疫情影响，仍然有70%以上的企业保持盈利

2022年 近35%的老字号企业年销售额超过1亿元 突破1000万元的占七成以上

### 老字号何以历久弥新？

世代相传的传统技艺、工匠精神和诚信理念，成为老字号企业历久弥新的重要因素

全国共有356处老字号旧址

7000余处与老字号相关的遗存被登记公布为不可移动文物

近800家中华老字号涉及非遗项目

87家是国家级非遗代表性项目的保护单位

资料来源：商务部 新华社发 商道 卢茜 编辑

# 冬奥一周年 全国冰雪热

新华社记者

北京冬奥会开幕一周年之际，“冰丝带”的场馆纪录墙上多了10个名字。11岁的张骋予是4日“冰丝带”市民速度滑冰系列赛参赛年龄最小的选手，作为女子青少年乙组优胜者，她和另外九位市民优胜者得到了纪录“上墙”的冬奥冠军待遇。

让百姓成为冬奥赛场上的绝对主角，是北京冬奥会留下的最宝贵财富。自2022年7月9日“冰丝带”正式对公众开放至今，“冰丝带”累计接待游客近21万人次，其中14万人次体验参与了冰上运动。此次比赛正是场馆培育自主赛事新的探索，北京国家速滑馆经营有限责任公司副总经理程淑洁说，未来，场馆将承办多元化、多层次的赛事，不断创新方式邀请公众走进“冰丝带”。

在向大众开放的道路中，“冰丝带”并

不孤单。在首钢滑雪大跳台、在国家高山滑雪中心“雪飞燕”、在河北崇礼的云顶滑雪公园……众多冬奥场馆在这个冬季成为无数国人的打卡地。4日的国家跳台滑雪中心“雪如意”热闹非凡，河北省第四届冰雪运动会正式开幕，并发布北京2022年冬奥会张家口赛区竞赛场馆后续利用计划和京张体育文化旅游带项目，河北省体育局局长王彪表示，希望能巩固提升河北3000万人参与冰雪运动的成果和质量，带动冬奥场馆和市县冰雪场馆综合开发利用，助推后奥运经济发展。

北京冬奥会的辐射力度远远不止冬奥场馆。刚刚过去的春节假期，吉林省冰雪市场表现火爆，万达长白山度假区营业收入连续三天超千万元，北大湖周边民宿订单较2019年增幅达16倍。吉林省体育局局长

车大鹏表示，北京冬奥会一年以来，冰雪运动在吉林省取得前所未有的发展，目前已建成各类滑雪场75家，雪道总面积1256.8公顷、总长度358.1公里，单日最大接待量达12万人次。

在冰雪资源较为稀缺的南方，冰雪产业的发展也呈现一派欣欣向荣景象。安徽省天柱山滑雪场负责人张伟对此感受很深：“2022年之前，我们一年最高接待量也就1万多人(次)，但北京冬奥会举办这一年就达到3万人(次)。”今年春节七天假期，滑雪场接待量达1.1万人次。“从2022年12月18日开始算起，截至2023年1月31日，这个冬季接待量就已超过4万人(次)。”张伟还发现，自带滑雪设备的“发烧友”和有组织的滑雪俱乐部成员越来越多了。

兔年春节前后，上海推出20多项冬季

项目赛事活动，除了十多块固定冰场开门迎客外，上海还新添15块季节性移动冰场。虹口足球场洛克公园的露天篮球场就摇身一变成为滑冰场，上海洛合体育发展有限公司董事长戴富祺表示，南方喜欢冰雪运动的人越来越多，这个改造不仅解决了冬天露天球场客流量较少的问题，也让爱好冰雪运动的市民有了滑冰的好去处。

而在江苏，社区冰雪运动会已在淮安、宿迁、徐州、无锡等地先后举办，3月前还将在常州、苏州举办。从3月开始，江苏省中小學生冰雪项目系列赛活动将进行19场。

从看冬奥比赛，到自己上场学习滑冰滑雪，是这一年来不少中国人的新尝试。南京市陈茜茜去年第一次踏上真冰，今年春节期间第一次穿上了雪板，“冰雪运动的魅力真的很强，虽然我还只是个初学者，但已经成了不折不扣的发烧友，我想下个冬季能到北方去滑雪更有难度的雪。”26岁的她说自己有了新目标。

(记者 王恒志 李春宇 张骁 夏子麟 杨帆 秦婧 张玮华 李典 王帆 周畅 许东远)

(新华社南京2月4日电)

# 莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”

新华社记者 刘惟真 邓浩然

随着我国外卖餐饮市场规模不断扩大，“叫外卖”已成为很多人特别是年轻消费者的生活方式。然而记者走访发现，在餐后的垃圾回收处，时常有外卖被吃一半、扔一半，“舌尖上的浪费”仍较严重。

近年来，各地积极开展“光盘行动”，大力整治浪费之风，厉行节约观念更加深入人心。但专家提示，这项工作需常抓不懈，莫让外卖成为餐饮浪费“高发区”。

作的朱琳说。天津消费者张女士说，一些平台商家还会推出0.1元送小吃等活动，很有诱惑力，虽然超出自己的饭量，但有时还是忍不住想点上。

——小份价格高，大份搞促销。记者在一家商户的点餐页面看到，该餐厅的招牌菜之一“传家肘子”小份菜50克重，标价78元；大份菜1000克重，标价138元。两者价格相差近一倍，大份菜的菜量却是小份菜的20倍。多位消费者表示，十分欢迎小份菜，但有的分量太少、性价比不高，明显不划算。

——强凑起送价，点完吃不了。“多数外卖商家起送价在20元左右，一些商家起送价超过50元，必须点够分量才能配送。有时朋友们中午会点麻辣烫，虽然每份食材很便宜，但凑够起送价送来就是满满一大碗，吃不完又很难打包带回家。”朱琳说。广东消费者孟女士说，一些饮品店的起送价也高于单杯产品的价格，“想喝奶茶时点一杯送不了，点两杯喝不完”。

有关专家指出，随着近年来餐饮外卖行业的快速发展，不少消费者选择点外卖就餐，亟须警惕点餐“超必要”现象造成规模较大的餐饮浪费。

——菜单标识不够明确。记者在一外卖平台上随机选取20家中式餐厅统计发现，其中11家在菜品说明中未标识原料、分量或标识不全。“大多数消费者并不希望浪费食物，但比起堂食能‘眼见为实’，点外卖时消费者看不到实物，从商家给出的餐品图片上也难以估计分量，这在客观上就容易造成‘超必要’点餐。”天津社会科学院社会学研究所副研究员王小波说。

——小份菜普及率有待提升。数据显示，2022年“小份”这个关键词在某外卖平台的日均搜索量超过13万次，消费者对小份菜的需求十分旺盛。朱琳等消费者表示，小份菜下单率较高，顾客评价普遍不错，但很多商家还是没有设置小份菜选项，一些商家提供的小份菜种类有限，仍需持续加力推广。

——个性化服务仍需完善。一位河北消费者表示，有时备注了不要葱姜蒜、不要辣椒等个人需求，但商家并未阅读，餐品送

出目前平台治理和餐饮业发展面临的一些问题。

——餐饮企业经营压力。天津市餐饮行业协会会长李家津、某餐饮品牌创始人韩云峰等表示，目前外卖平台竞争台少、入驻商家多，商家住居居弱势。竞争加剧和成本压力加大，使商家想方设法增加销量，在推行小份菜等举措时有所顾虑。“有时不得不参加一些免运费、打折活动，成本还是要商家承担，做外卖的利润被压得很低。”餐饮个体经营者杨先生说。

——菜单标识不够明确。记者在一外卖平台上随机选取20家中式餐厅统计发现，其中11家在菜品说明中未标识原料、分量或标识不全。“大多数消费者并不希望浪费食物，但比起堂食能‘眼见为实’，点外卖时消费者看不到实物，从商家给出的餐品图片上也难以估计分量，这在客观上就容易造成‘超必要’点餐。”天津社会科学院社会学研究所副研究员王小波说。

——小份菜普及率有待提升。数据显示，2022年“小份”这个关键词在某外卖平台的日均搜索量超过13万次，消费者对小份菜的需求十分旺盛。朱琳等消费者表示，小份菜下单率较高，顾客评价普遍不错，但很多商家还是没有设置小份菜选项，一些商家提供的小份菜种类有限，仍需持续加力推广。

——个性化服务仍需完善。一位河北消费者表示，有时备注了不要葱姜蒜、不要辣椒等个人需求，但商家并未阅读，餐品送

### 多措并举减少外卖浪费

记者了解到，针对外卖浪费，近年来外卖平台企业一直在推进相关反浪费举措，例如鼓励商家丰富菜品规格，提供小份菜、单人餐等多种选择，在确认订单页提示消费者“适量点餐、避免浪费”等。专家认为，下一步还需多方发力，促进相关举措更好落实，形成勤俭节约的外卖新风尚。

某外卖平台相关负责人表示，平台商家可完善套餐设置，进一步优化菜品，根据套餐人数、类型设置菜品多样、内容丰富的套餐，更好照顾和满足消费者个性化、差异化的需求。王小波建议，未来可通过更有力的引导和激励，加快推广小份菜、单人餐等，倡导形成合理点餐、防止浪费的良好风气。

完善图片说明，使消费者一目了然也很重要。王小波建议，平台与商家可进一步细化完善对菜品分量、成分的标识说明，让消费者点餐时更加清晰的概念，尽量避免浪费行为发生。李家津等认为，未来平台可推出“分量自动提醒”功能，在消费者设置用餐人数后根据不同餐量的情况给出分量提示，帮助消费者进行选择。

朱琳、韩云峰等认为，针对外卖浪费，相关平台企业要进一步承担起应有的社会责任。平台可牵头优化满减等促销机制，避免过度价格竞争，形成良性的商业环境。

“未来可进一步推动反食品浪费法落地落实，通过不断完善法律机制，加强行业监督等方式防止食物浪费。”王小波说。

(新华社天津2月4日电)

截至2021年12月，我国网上外卖用户已达5.44亿，外卖市场规模持续扩大。然而，“外卖经济”升温的同时，其背后的餐饮浪费现象也不容忽视——写字楼垃圾回收处多份外卖余量超过一半，没喝几口的奶茶直接被扔进垃圾桶……记者近日走访发现，一些浪费情景令人触目惊心。

此前，安徽农业大学经济管理学院教师宋亮等，以安徽省在校大学生为例进行餐饮外卖食物浪费水平调研，结果表明，仅31.5%的受访者表示外卖就餐几乎不浪费。

记者调研发现，一些点餐的“隐形套路”成为消费者超量点餐的“推手”。

——“加单”反省省钱，点餐“超必要”。多位消费者称，满减折扣、“天天神券”、外卖红包已成为点外卖的“标配”，种种促销活动常常让自己“越算越浪费”。“有的时候觉得越多越便宜，不少消费者会为了凑满减、用红包而‘强行加单’。”长期在食品行业工