



向着全面建成世界一流海军阔步前行

——写在人民海军成立75周年之际



连日来,2024年海军成立纪念日舰艇开放活动在青岛举行。图为4月22日,观众在青岛奥帆中心码头,参加舰艇开放活动。

新华社发

新华社记者 黎云 李秉宣 孙鲁明

75年前,3辆缴获的美式吉普车就装下人民海军的全部家当。那时候,海军司令员视察距海岸线仅2.1海里的刘公岛,还要租借老百姓的渔船。75年过去了,人民海军从无到有、从小到大、由弱到强,发展成为五大兵种齐全、常备兼备的战略军种。新时代以来,在习近平强军思想引领下,人民海军听党指挥,在中国特色强军之路上迈出了坚实步伐,正以崭新姿态加速向全面建成世界一流海军迈进。



4月22日,青岛奥帆中心码头,观众在2024年海军成立纪念日舰艇开放活动中参加船艺绳结体验活动。

新华社发

锚定忠诚

岁月流逝,人民海军组建之初的13名官兵之一,也是最后一名历史见证者的黄胜天将军于2023年12月离世,没能见证人民海军成立

75周年。但山东威海刘公岛上那块两米多高的石碑还在,上书:记下来,一九五零年三月十七日,海军司令员萧劲光乘渔船视察刘公岛。“要永远听党话、跟党走。”每次回到军营,见到青年官兵,年近八旬的“八一勋章”获得者、“人民英雄”麦贤得都会将这句话重复一遍又一遍。

人民海军忠于党,航行万里不迷航。成立之初,人民海军就明确提出“海军政治工作的首要任务,是要在海军中保证党的领导”。

75载峥嵘岁月,人民海军官兵忠诚使命、英勇善战、建功海洋,用青春和热血奏响了一曲高昂的强军战歌,创造了“小艇打大舰”“海上拼刺刀”“空中白刃战”等辉煌战绩,铸就了西沙精神、南沙精神、海上先锋精神、海上猛虎精神、核潜艇精神等精神丰碑。

“坚持从思想上政治上建强海军”“努力锻造听党指挥、政治过硬的海上劲旅”。进入新时代,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平多次视察海军,擘画蓝图、聚力推动,开启了全面建成世界一流海军的新航程。殷殷期许、深深重托,激励着海军部队坚决听党话、跟党走。

南昌舰党委牢记领袖嘱托,带领官兵远航白令海、战巡太平洋,先后完成重大任务10余次,累计航程10万余海里。

372潜艇执行战备远航任务时遭遇“水下断崖”重大险情。海上临时党委带领全艇官兵果敢处置,驾驭潜艇成功脱险,圆满完成任务,创造了我国乃至世界潜艇史上的奇迹。

从岸防基地到远海大洋,从深海巨鲸到海天飞鲨,海军官兵用行动践行信仰,用热血写就忠诚,涌现出一批英雄模范人物——

“钢铁战士”麦贤得,在头部受到弹片重创、伤处流出的脑脊液和血糊住眼睛的情况下,忍痛坚持直至战斗胜利。“逐梦海天的强军先锋”张超在训练中突遇飞机故障,从战机报警到跳伞离机,一共只有4.4秒。张超的动作只有一个,就是全力制止机头上扬——他还在试图挽救战机。

“时代楷模”海军航空大学某基地舰载机飞行教官群体,探索中国特色舰载机飞行员培养路径,使中国成为世界上少数几个能够独立培养舰载机飞行员的国家之一。

“舰”证时代

75年来,人民海军装备建设发展经历了漫

长而艰难之路。人民海军成立之初,接收来的破旧舰艇加起来总吨位只有几千吨,比不上大国海军的一艘驱逐舰。

党的十八大以来,海军建设发展进入了“黄金时期”。

2019年9月,我国自主研制的首艘两栖攻击舰下水,海军两栖作战能力实现跨越式发展。

2020年1月,新型万吨级驱逐舰南昌舰服役,海军驱逐舰实现由第三代向第四代的跨越。

2021年4月,海军三型主战舰艇——长征18号舰、大连舰、海南舰集中交接入列。

2022年6月,我国完全自主设计建造的首艘弹射型航母福建舰下水命名。

装备更新换代,指挥员能力素质“水涨船高”。一大批全训合格的舰艇长踏浪大洋,80%以上的师团级指挥员经历了远海风浪“洗礼”。

张美玉用20年时间,从清华学子成长为我国首艘两栖攻击舰海南舰舰长。他和他驾驶的海南舰,都是中国海军大步走进深蓝的见证者。

34岁的闵江涛在海军军士队伍中是个“小字辈”,却有看光采的履历:10年间,他亲历辽宁舰、山东舰、福建舰3艘航母下水入列。在福建舰,像闵江涛这样的优秀人才并非个例。

近年来,在以航母、核潜艇、舰载机、陆战队等为代表的新质力量队伍建设中,海军各级坚持人才培养与遂行任务相伴而行、队伍建设与装备发展协调推进,基本形成了培养一批、使用一批、储备一批的良性循环。

胜战航迹

广东虎门沙角,刚入营的海军新兵将在这里开展10周的集训。军营里,至今还保留着一段阵地残垣。

1841年1月的沙角保卫战,英国舰队几乎以血洗的方式攻陷沙角炮台。珠江门户大开,广州成为侵略者囊中之物。

每年新兵入营后,都要在当年的海防阵地上穿行沉思,亲手抚摸一下那锈迹斑斑的红衣大炮。海洋主权和权益,关系到国家和民族的兴

数字阅读时代,实体书店如何突围

新华社记者 史竟男 孙丽萍 白佳丽

数字化时代,在人们阅读习惯日渐改变、网络电商抢占图书零售市场的双重背景下,实体书店遭遇巨大挑战。一些书店坚守本色,也有书店悄然转型。关闭与重张之间、变与不变之间,实体书店的独立价值也被重新审视。

面临多重困境

第二十次全国国民阅读调查发现,我国成年国民数字化阅读倾向进一步增强,手机移动阅读成为主要形式。“数读”比“纸读”更受青睐的背景下,选择“拿一本纸质图书阅读”的成年国民不足半数。在某问答社区上,一则“为什么大家不愿意选择读纸质书”的帖子下,有网友回复:“坐地铁、挤公交,电子书可以随时读”,也有网友坦言:“下班回家只想刷短视频,根本不想拿起本书读”。除了阅读习惯的改变,实体书店的市场销售也受到网络电商的巨大冲击。数据显示,过去一年,短视频电商成为仅次于平台电商的第二大图书销售渠道,实体书店的市场份额进一步降至11.93%,仅占一成多。资深业内人士三石认为,低价直播模式对实体

书店销售冲击巨大。有业内人士表示,线上图书价格比线下平均低20%左右。

此外,不容回避的是,一些书店从书籍种类、服务质量到环境,都无法满足当下消费者的需求。

天津市一位实体书店负责人说,实体书店租金等运营成本较高,往往靠“图书+X”的运营模式,引入咖啡、文创、轻餐饮等才能勉强收支平衡,“多元经营下,一些书店不重视图书质量,什么好卖摆什么。”

有读者告诉记者,带着孩子去书店选书,发现书品“参差不齐”,甚至有不宜儿童阅读的图书摆放在少儿图书区。

转型之路怎样走

近年来,实体书店正经历前所未有的转变。中国书刊发行业协会理事长艾立民告诉记者,目前实体书店转型呈现“四大转变”——从

单纯卖书向提供阅读服务的转变、从卖场到阅读空间的转变、从线下到线上线下融合发展的转变、从单一经营到多元化经营的转变。

全国实体书店联盟计划“书萌”发起人孙谦说,实体书店可以帮读者更方便地找到心仪的书,也能成为交友和思想交流的平台,具备打造线下优质社交的优势。

同济大学建筑设计专业学生沈含章说,现在不少书店空间美,有个性,活动丰富,体验超值。

近两年来,一些读者开始回归实体书店。“线下场景中,产品、服务与消费者的接触是直接的。”三石说,实体书店是连接人与人、人与书、人与作者、人与活动的阅读与社交空间,这是虚拟的网络空间无法给予的。

今年1月举办的2024中国书店大会以“创新,重塑书店价值”为主题,鼓励书店创新管理、创新服务、转变思路。孙谦说,书店经营形态正在从“以货为本”向“以场为本”进而向“以人为本”转变。

在上海文艺氛围浓郁的长乐路上,朵云书院·戏剧店成为戏剧迷们的“天堂俱乐部”。他们不仅可定期获得戏剧大咖的推荐书单,还能参加剧本朗读会,在书店里的“小剧场”参加演出。戏剧店提出“创意共生”口号,孵化原创戏剧,与各类艺术院校携手变身“产学研”基地,探索根据热门题材生成并反向输出戏剧作品。

“每一间书店,都要让读者找到热爱的理由。”上海世纪朵云文化发展有限公司总经理凌云说,实体书店经营不易,一直在努力创新。现在的书店更像书房、讲堂、展厅、剧场、会场、文苑、客厅……书店运营者集图书发行商、文化服务商、空间运营商“三位一体”。

留住读者最终靠什么

数字化浪潮下,人们的阅读习惯悄然改变,读书的时间、空间也不断压缩。那么,人们究竟为何要去书店?实体书店是否仍有存在的意义?

同时,当书店凭借“高颜值”成为“网红店”,琳琅满目的文创产品和咖啡甜点代替书籍成为“主角”,人们也在思考:书店的独立价值与核心竞争力在哪里?

刚刚过去的3月,北京海淀,被誉为“百万学子大书房”的中关村图书大厦重张开业。相隔不远,北大老牌书店“风入松”归来。被称为“爱书人的港湾”的万圣书店,也凭借深厚的学术背景和丰富的图书资源,持续吸引大批读者。

业内人士认为,提升“选品特色”是书店的灵魂。实体书店可以靠“颜值”吸引读者,但最终留住读者的仍是“内涵”。天津市河西区图书馆副馆长徐瑞琳表示,图书选品要经过调查、筛选等,贴近读者需求,只有保持独有的“选品

特色”,才能吸引更多读者。

近年来,一系列扶持实体书店发展的政策陆续出台。2023年发布的《关于推动实体书店参与公共文化服务的通知》提出,支持实体书店参与政府购买公共文化服务项目,引导实体书店参与公共文化服务网络建设,鼓励实体书店参与公共阅读资源建设。

业内人士指出,实体书店要想更好活下去,还需更多打造数字化阅读无法替代的线下沉浸阅读体验,让书店成为一种生活方式。

南开大学新闻与传播学院副教授马瑞洁认为,“即使在互联网时代,人们也不能把所有生活都留存于虚拟空间,依然需要与‘附近’建立联系。在这样的背景下,书店可带给读者更丰富的‘在场’体验。”

在三石看来,当下大部分实体书店零售模式仍是传统的先开店、后进货、再卖货的模式,即场、货、人模式,而新的商业模式是先精准获客,其次留存,然后转化,即人、货、场模式。同时,实体书店零售和销售方式要从“物以类聚”向“人以群分”转化。

不少受访专家认为,书店应进一步深入百姓生活场域,走入街道社区、乡村农家,在进一步明确服务对象的基础上,降低运营成本,“离开城市中心的商圈,走向更广阔的基层,或许可以赋予书店新的发展契机和生命力。”马瑞洁说。

“书店是城市里的文化之光,是不可或缺的精神绿洲。对于爱书人来说,书店是不灭的理想。”孙谦说。书店连接着文化空间、社会空间、精神空间,只有坚持以知识服务为宗旨,以大文化为目标市场,才能成为读者心中永远温暖的那束光。(新华社北京4月22日电)