

富而有礼才能撑起梦想的高度

——你我的中国梦之二

中国将来所面临的问题或许不是如何富的问题,而是如何解决富而不贵的问题。没有精神的支撑和观念的改良,梦想也可能成为一枕黄粱。

□本报评论员 沙元森

每个人都有梦想,梦想又会因人而异。具体来说,不外乎是学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居等。这些梦想并不虚幻,大多是保障生活的基本要求,但是在当前的社会阶段,实现这些梦想无一不需要坚实的物质基础。因为这层显而易见的关系,有人对中国梦的理解就停留在经济发展的层面上,以为只要富裕了,梦想就能实现。而在发展中出现的很多

问题已经警示我们,中国梦必须要触及灵魂。没有精神的支撑和观念的改良,梦想也可能成为一枕黄粱。

很多人都已经意识到“发展中出现的问题”,并为之忧。今年全国两会,一位政协委员作大会发言,谈到了“生老病死都要求人”的社会现象。他在发言中痛陈,“生得好要求人;病了,治得好要求人;死了,烧得好、埋得好要求人;上好学要求人;找工作要求人,调动工作要求人;异地迁徙取得户籍要

求人;参军要求人;职务职称晋升要求人,不一而足”。求人者求人,被求者也求人,求人之风盛行确有优质资源稀缺的原因,但更主要的还是很多人在公共生活中缺乏秩序观和道德标准。我们能看到,一些人求人也不是为了维护自己的正当权益,而是想在别人排队时加个塞儿,试图以特权突破规则。每个人都想在求人办事中额外受益,每个人又都可能成为他人的受害者,这样的问题仅靠增加物质的供给已经无法解决。在为中国梦奋斗的过

程中,中国人在精神层面的提升不能再滞后于物质的积累,否则,“发展中的问题”就有可能越积越多。

现在,中国已经是世界第二大经济体,而且仍然保持着较快增长,实现中国梦有了坚实的“硬件”保障,但是我们在“软件”上的欠缺似乎也越来越明显,中国将来所面临的问题或许不是如何富的问题,而是如何解决富而不贵的问题。一些物质需求基本得到满足的中国人已经开始暴露这个问题,有人开上了

豪车却不懂得遵守交通规则,有人住得起高档酒店却不能在公共场合保持应有的安静,公共生活中各种富而无礼的现象随处可见。物质上的单兵突进非但不能提升国人在世界上的形象,反而加深了世界对我们的误解。这显然已经偏离我们当初的追求。

做精神强大的人,固然需要传承爱国主义和改革创新的宏大精神,但具体到每个人的每一天,在公共生活和公共秩序方面做循序渐进的改良,或许是最便捷有效的途

径。“中国梦是民族的梦,也是每个中国人的梦”,中国梦说到底要以人民幸福感为依归。在公共生活中,如果越来越多的人敢对特权说不,为社会的公平保持血性,那么弥漫在社会中的焦虑就会少一点,人人渴望的幸福就会多一点。生命有限,物质追求终有止境,唯有精神可以代代延续。无论现实有多少不尽如人意之处,追梦的人都不应轻易放弃自己的尊严和价值,要做富而有礼的人,不能为前者牺牲了后者,因为那不值得。

与其向微信收费不如拥抱它

无论未来电信运营商是向微信开发方腾讯收费,还是直接向用户收费,都会损害3亿多微信用户的共同利益,而损害更大的,是中国企业本就微弱的创新能力。

□本报评论员 崔滨

在3月31日的“岭南论坛”上,相关部门负责人表示,三大运营商向微信收费的要求有一定合理性,目前此事正在协调中。这番表态,让习惯了用微信的年轻人心头一紧,也意味着这一新生事物仅仅诞生一年多就有可能夭折。

这绝非危言耸听,因为无论未来电信运营商是向微信开发方腾讯收费,还是直接向用户收费,都会损害3亿多微信用户的共同利益,而损害更大的,是中国企业本

就微弱的创新能力。

中国企业创新能力不足是不争的事实,就算高科技的互联网企业,也多是“山寨”式的模仿,如腾讯QQ照搬ICQ,淘宝借鉴eBay和亚马逊,而微博则在移植Twitter。与这些“微创新”相比,通过网络快速发送语音、视频、图片和文字的微信,称得上是中国难得的一款创新产品,但就是这样一个急需多方共同努力扶持的产品,还因为某些利益集团对创新的恐惧而面临困境。

技术进步是不可阻挡的,

仅以通信技术为例,从电报、固定电话、传呼机再到手机、微信,不过二三十年的时间,每一次新技术的出现,都意味着老技术被淘汰,也意味着对原有利益格局的颠覆和再分配。面对技术创新,正确的方法当然是加强自己的创新能力,而不是通过自身的垄断地位或假借行政之手来抑制竞争。更何况,从眼下移动互联网通信技术的发展趋势看,微信取代短信已然不可阻挡。

就在有关部门确认微信可能要收费的同一天,腾讯董事长马化腾和中国联通董

事长常小兵,正在2013年IT领袖峰会上相对而坐,面对观众抛来的微信收费问题,常小兵说,“不管你用什么创新模式,基本的经济规律仍然有效。”言下之意,投入了巨额成本进行通信网络布局的电信运营商,就理应享受电信服务中的相应利润,而像微信这样的产品显然不符合“基本经济规律”。不过,在马化腾和超过3亿多选择微信的消费者眼中,“基本经济规律”的意思是指用户永远会向能给他们提供更为优质、性价比更高的产品靠拢。比

如同样是拜年信息,0.1元电信资费只够发1条短信,但用在微信上却足够发送一千条,而且只需要动动嘴就能发出。你说,作为一个消费者,是选短信还是微信?

同样是“基本经济规律”,传统运营商与新兴网络公司间的巨大分野,正显示出中国式创新的艰难与不易。一个可资借鉴的例子是,早在微信之前,中国移动就已研发出与之类似的飞信,但出于维持传统短信业务利润的目的,中国移动将飞信转包给第三方公司,而且承包合同一年

一签。这种既不愿自己创新,又生怕别人创新危及自身利益的心态,导致眼下的飞信已经逐渐被消费者背弃,成为微信的陪衬。

工信部部长苗圩说,三大运营商绝不能“凭借自身的垄断地位,卡死像腾讯这样一个非常好的企业”。如其所言,面对微信带来的挑战,运营商和腾讯都应该以更加开放的态度拥抱创新带来的行业变革,并共同寻找双赢的解决方案,一味依靠收费这种损人不利己的方式阻碍创新,最终受损的将是整个行业。

Hisense 海信空调 变频专家

苹果派A8

智·爱一身 净·享奢华

海信空调大革命 万人团购苹果派

【技术革命·产品革命·消费革命·价格革命】

- ◆智能无线远程控制
- ◆一键轻启 独立净化365天
- ◆至薄11.3cm 厚积薄发
- ◆750m³/h循环风 提速50%
- ◆高效一级变频+大师级艺术品

买空调 抢海信

高效能 大普惠
超薄空调 ¥2499

海信苹果派A8超薄空调
活动价最低仅售2499元
(节能补贴后)

1元认筹百倍花
套也是团购价

活动期间购海信空调指定机型,
预定定金翻100倍,最高抵1000元,
让您一人就能抱团打天下。

2年包换 10年包修
1年内免费清洗1次(预约)

适用于89、87、86、81、77、
19、18、15八大系列一、二级
能效变频产品