

习近平回信勉励海军潜艇部队某艇员队 努力锻造全面过硬的水下尖兵 为实现建军一百年奋斗目标作出更大贡献

新华社北京5月11日电 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日给海军潜艇部队某艇员队全体官兵回信，对他们予以亲切勉励。

习近平在回信中表示，看到来信，我想起了10年前同你们共同度过的美好

时光。得知你们勇挑重担、敢为人先，攻克一系列难关，出色完成了担负的各项任务，我感到很高兴。

习近平强调，潜艇部队战斗在深海大洋，使命光荣，责任重大。希望同志们牢记党和人民重托，不断提高履行使命任务

能力，努力锻造全面过硬的水下尖兵，为实现建军一百年奋斗目标作出更大贡献。

海军潜艇部队某艇员队是我国某新型潜艇战斗力建设的重要力量。2013年4月，习近平看望慰问该艇员队官兵，同他们共进午餐、深入交流。10年来，

该艇员队忠诚履职尽责，圆满完成战备远航、试验演训等多项重大任务，中央军委先后两次为他们记集体一等功。近日，该艇员队全体官兵满怀深情给习主席写信，表达牢记统帅嘱托、加强练兵备战、提高打赢能力的坚定信念和决心。

学思想 强党性 重实践 建新功

新华时评：以新气象新作为推动高质量发展取得新成效

□新华社记者 安蓓

当前，全党正在深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育。这次主题教育不划阶段、不分环节，强调要把理论学习、调查研究、推动发展、检视整改等贯通起来，有机融合、一体推进，将以新气象新作为推动高质量发展取得新成效。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。没有坚实的物质技术基础，就不可能全面建成社会主义现代化强国。在全党深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，要牢牢把握高质量发展这个首要任务，以强化理论学习指导发展实践，以深化调查研究推动解决发展难题，把

学习和调研落实到完成党的二十大部署的各项任务中去，以推动高质量发展的新成效检验主题教育成果。

牢牢把握高质量发展这个首要任务，要认真落实党中央关于贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的一系列要求和决策部署。我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期，各种“黑天鹅”“灰犀牛”事件随时可能发生。要增强系统观念和大局意识，统筹国内国际两个大局，统筹“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，加强前瞻性思考、全局性谋划、战略性布局、整体性推进。做好着力扩大内需、深化供给侧结构性改革，加快建设现代化产业体系，全面推进乡村振兴，实施科教兴国战略、人才强国战

略、创新驱动发展战略，在发展中保障和改善民生，推动绿色发展、推进美丽中国建设，推进全面依法治国，建设社会主义文化强国，维护社会稳定等方面工作，形成共促高质量发展的强大合力。

牢牢把握高质量发展这个首要任务，要紧密结合实际，打破思维定势，转变思想观念。理论只有与实际紧密联系，才能发挥对实践的指导作用，实现自身的价值和意义。习近平新时代中国特色社会主义思想扎根于中国特色社会主义伟大实践，实现了马克思主义中国化时代化新的飞跃。要坚持不懈用这一创新理论武装头脑、指导实践、推动工作，紧盯本地区本部门本单位影响和制约高质量发展的问题短板及其根源，开展“靶向治疗”，正确处理速度和质量、发展和

安全、发展和环保、发展和防疫等重大关系，不断提高推动高质量发展的系统性、整体性、协同性。

牢牢把握高质量发展这个首要任务，必须坚持和加强党的全面领导、坚定不移全面从严治党。各级领导班子要牢记党和人民嘱托，发扬“功成不必在我、功成必定有我”的精神，坚持一张蓝图绘到底，对已有的部署和规划，只要是科学的、切合新的实践要求的、符合人民群众愿望的，就要坚持，一茬接着一茬干，防止换届后容易出现的政绩冲动、盲目蛮干、大干快上以及“换赛道”“留痕迹”等现象。在主题教育中不断加强各级领导班子和干部队伍建设，为奋进新征程、建功新时代提供坚强有力的政治引领和政治保障。 (新华社北京5月11日电)

千家企业汇聚于此 讲述中国品牌故事

中国品牌博览会释放经济稳步恢复积极信号

2023年中国品牌日活动10日在上海开幕，本次活动由国家发展改革委联合中宣部、工业和信息化部、农业农村部等单位共同主办，约1000家品牌企业汇聚于此，向全球展现中国品牌的高质量发展。活动将持续到14日，包括举办2023年中国品牌发展国际论坛和中国品牌博览会。

5月10日，在中国品牌博览会现场，各具特色的地方参展商汇聚成一道道亮丽的风景线。近6万平方米的会展现场好似一个迷你的全国地图，观众穿梭其中，可以观赏新疆的民族舞蹈、品尝海南的鲜甜椰子，还能看到四川的川剧和变脸。

中国品牌博览会是一个什么样的活动？在中国经济稳步恢复向好态势下，各行各业又有哪些变化？当日下午，华西都市报、封面新闻记者走进会场一探究竟。

线上线下同步开展 新增现代农业新型工业展区

本届活动同步搭建线上线下展示平台，线下展览设置主题展区、综合展区和专题展区等板块，对900余家地方遴选品牌企业和38家中央企业进行展示。与往届不同的是，今年中国品牌博览会线下主题展区中，新增创新100+精品展区，对各地地方和央企推荐的百余件具有行业引领性的创新产品进行集中展示。

当前全国各地因地制宜，结合参加中国品牌日系列活动，开展品牌创建行动。值得一提的是，今年还新增专题展区，主要展示全国品牌在现代农业、新型工业、优质服务、乡村振兴、数字经济等方面的成功实践。

事实上，从2017年设立“中国品牌



5月10日，在浙江省品牌推介展台，一名工作人员展示采用脑机科技操控的假肢写书法。 新华社发

日”开始，中国企业就在不断增强品牌意识、把握发展机遇。中国贸促会研究院副院长赵萍在此前接受采访时表示，这些年，中国品牌走出国门取得了不错的成绩，也在释放着一个信号，中国企业、中国品牌正在走向世界、被世界看见，中国经济正稳步恢复，未来可期。

四川品牌蓄势待发 30多家川企汇集“魅力天府”

上午10时许，记者来到了以“魅力天府”为主题的四川展馆，30多家四川参展企业中，既有五粮液、剑南春等耳熟能详的品牌，也有极米科技、硅宝科技等细分市场领域的冠军，还有工业机器人、预制菜等蓬勃兴起的潮流新势力。

民以食为天，“天府粮仓”展区的腊肉、香肠等产品吸引了不少观众前去围观。“本次展会我们带来了四川的大米和

粮油，这款‘金水碾’品牌的新米，一袋5千克，零售价46元。”成都粮食集团下属公司有关负责人肖狄向记者介绍，“‘金水碾’大米产自崇州，一亩地可产大米1000斤，目前这款大米已经在红旗连锁上架，最多一天可销售8万袋。”

在四川馆内，一股浓郁的酱香味调动了记者的味蕾，原来是新希望集团布展的名为“预膳坊”品牌的预制菜产品。拆开包装上锅蒸，不到10分钟就可以品尝到川香小肥肠、水煮牛肉、厚切肘子……参展负责人介绍，新希望小酥肉单品年销超10亿元，预制菜市场前景广阔。

除了美食，还有“四川造”汽车。来自四川省内的头部汽车企业凯翼也参加了展会。“凯翼汽车一直坚持走亲民路线，其产品立足于解决老百姓最迫切的需求，为中国的老百姓造一辆人人都买得起、养得起的好车。”该企业相关负责

人向记者介绍，目前凯翼汽车已经走向国际市场，每个月都会搭乘中欧班列销往俄罗斯、东欧地区等。

从央企到民企 品牌自信让更多企业走向世界

随后，记者来到央展馆，在中国中车展馆内，陈列着一列全球首列氢能全自动智慧市域列车模型，列车采用四辆编组，最高时速160公里，采用氢燃料电池和超级电容相结合的能源供应方式。

在展馆现场，除了代表“国之重器”的央企外，许多民营企业带来的产品也吸引观众驻足。

全须红参、野山参汁、红参片……2023年中国品牌日活动吉林展馆内，吉林省长白山人参有限公司展位上，丰富的人参产品吸引了众多消费者的目光。

“‘长白山人参’品牌价值在全国区域公用品牌中名列前茅，品牌价值190.48亿元。”吉林省长白山人参有限公司董事长王淑萍介绍，“现在我们集团已经发展成了从种植到加工、销售三产深度融合，同时，在新零售电商以及跨境电商方面深入布局，让‘长白山人参’这个民族品牌尽快走向国门，走向世界。”

据了解，在今年的中国品牌日活动现场，共有37个省级参展单位参展，观众足不出“沪”便能遍览大部分中国品牌。从食品到制造业再到航空航天科技，从央企到民营企业，在中国品牌博览会上，我们看到了中国品牌正在走向世界。

华西都市报·封面新闻记者 邹阿江 上海报道