

# 我国已有 12 条国家森林步道

## 全长超 22000 公里,沿线特色古城镇、古村寨、古道与自然交相辉映

国家森林步道是国家绿色基础设施的重要组成部分。记者近日从国家林业和草原局了解到,我国已有 12 条国家森林步道,全长超过 22000 公里。

国家林草局森林旅游工作领导小组有关负责人说,第三批国家森林步道名单近日公布,包括小兴安岭、大别山、武陵山 3 条路线,全长 3466 公里。途经黑龙江、安徽、河南、湖北、湖南、重庆、贵州等 7 省(市),沿线有 33 处国家森林公园、25 处国家级自然保护区、7 处国家湿地公园、10 处国家级风景名胜区、11 处国家地质公园、2 处世界遗产地等。步道所经之处有我国红松林重点分布区、天然青檀群落,有多民族文化等构成的传统文化区域,沿

线特色古城镇、古村寨、古道与自然交相辉映。

小兴安岭国家森林步道呈西北至东南走向,南起黑龙江伊春市铁力市,北至嫩江县。沿线有黑龙江桃山国家森林公园、五大连池国家级风景名胜区等 20 余处自然保护区。步道全线森林占比 82%,穿越温带针阔混交林和寒温带针叶林。

大别山国家森林步道呈东西走向,东起安徽太湖县,沿湖北、河南两省交界,进入河南桐柏县。步道全长 840 公里,全线森林占比 75%,穿越北亚热带森林和中亚热带森林。

武陵山国家森林步道呈南北走向,南起贵州石阡县,经湖南、湖北,至重庆巫山县。步道全长 1162 公里,全线森林占

比 70%,穿越中亚热带森林。

“为保持生态系统的完整性和原真性,步道主要由土路和砂石路组成,保留周边的自然荒野风貌,并有效避开野生动物种群的迁徙通道,与珍稀野生动植物的栖息地保持了安全距离。”这位负责人说。

国家森林步道是穿越著名山脉和典型森林,邻近具有国家代表性的自然风景、历史文化区域,长跨度、高品质的森林步道,在生态教育、遗产保护、文化传承、生态休闲、改善民生等方面发挥了积极作用。

第一批、第二批名单里包括秦岭、太行山、大兴安岭、罗霄山、武夷山、天目山、南岭、苗岭、横断山等国家森林步道。

(据新华社)



### 解读

## 让诚信成为每个人的自觉

刘奎波

一段时间以来,关于失信或诚信的报道屡见于媒体,并引起人们的热烈讨论。对每一个失信事件,人们都给予批判、谴责;而每一个诚信事件,都被广为传扬、称颂。诚信问题成为一个既让人揪心又让人感动的复杂话题。

在这一话题的背后,有一个不得不承认的现实,就是作为中华民族传统美德、成为中华民族文化基因的诚信,正面临前所未有的冲击和考验。由于对利益的不当追求,无论是社会生活领域,还是政治生活领域,抑或人际交往中,都晃动着失信的阴影。诚信缺失及其严重后果,见诸报道的如制假贩假导致人死,偷工减料导致桥垮楼塌,滥砍滥伐引起山洪暴发,等等,成为国人不堪承受之重。这与我们致力于构建的社会主义和谐社会格格不入的。社会主义和谐社会,应该没有欺诈,没有虚伪,没有假冒伪劣,全社会互帮互助、诚实守信,全体人民平等友爱、融洽相处,不但有富足的物质生活,更有良好的生活环境。因此,加强诚信文化建设,打造诚信中国,让诚实守信成为全社会共同的价值追求和行为准则,为社会主义和谐社会提供道德伦理支撑,是我们党要完成的重要任务。

构建社会主义和谐社会的关键,是尊重各方利益,处理好各种利益关系,尤其是处理好公共利益与个人利益的关系,实现多元利益主体的互利共赢,以利益和谐促进社会和谐。诚信是利益和谐的前提。利益主体之间只有平等友爱、和睦相处、相互协作,才能实现各自利益的最大化,进而实现社会整体利益的最大化。如果利益主体之间尔虞我诈、言而无信、自私自利,就无法互利共赢。不讲诚信者的收益大于其风险成本的现象是不可持续的,随着诚信体系建设的加强,失信者只能获利于一时,最终难免声名扫地,损人不利己,如果是诈骗、渎职、遗弃、虐待、侮辱和诽谤等严重失信行为,还要受牢狱之苦。说到底,讲诚信符合大多数人的利益,不讲诚信损害大多数人的利益。

诚信是一个美好的字眼,但它只是一种软约束,需要改革创新体制机制,形成一种强大的力量来维护它。要加强行业诚信建设,特别是食品、药品、金融、社会保障等行业,要走在诚信建设的前列,把诚信经营作为安身立命之本,切实做到重合同、守信用。要完善奖惩机制,使守信者受益并有更多成功的机会,使失信者付出高昂代价并让这种代价成为其一生的教训。要突出政府诚信的示范引领作用,推进政务公开,依法公开在行政管理中所掌握的信用信息,提高决策透明度,同时保证民众对政府失信行为如不兑现承诺、不履行承诺、发布虚假信息等的追究和惩罚权利。要构建信息共享机制,在保护涉及公共安全、商业秘密、个人隐私等信用信息的基础上,依法使各类社会主体的信用状况透明、可核查,让失信行为无处藏身。

总之,我们构建社会主义和谐社会,要把诚信文化作为重要支撑,无论是个人、社会组织还是政府,都要信奉、推崇和践行诚信文化,让诚信美德发扬光大于全社会,成为每一个人的自觉。

## 劳动比赛过中秋



9月13日,工人正在进行梁柱钢筋绑扎比赛。当日,中建三局三公司北京分公司 2019 年第二届劳动技能大赛在北京顺义区 0075 地块项目部工地上举行。在建项目工人进行了梁柱钢筋绑扎比赛,在劳动技能比拼中过中秋佳节。新华社记者 才扬 摄

## 中秋刮起“国潮消费”风

### 为中国经济发展带来新动能

新华社深圳 9 月 13 日电 (记者 孙飞 吴燕婷)故宫、颐和园等文化 IP 相关的月饼受到市场欢迎,中秋限量款口红设计成玉兔形象,运动品牌结合中秋文化推出限定专款……中秋期间,国内不少消费市场刮起“国潮”风,更具潮牌气质的国货消费潮流,正带来新的消费升级动能。

记者在天猫等电商平台看到,苏州博物馆的“萌宠糯晶”、南京博物院的“五季随园和雅”、故宫博物院的“万花锦盒”、敦煌博物馆“良辰月糯团”,众多文化

IP 相关的月饼琳琅满目,受到消费者欢迎。“感觉吃下去的不是月饼,是文化”。

不仅是月饼,一些运动品牌也推出中秋专款产品,如李宁的“月相”休闲鞋将月相图案融入鞋子的设计之中,为产品赋予新的节日含义。记者在电商平台看到,这款鞋子的月成交已突破 1000 笔。通过将中国元素与自有“体育基因”相融合,李宁品牌正呈现良好的增长势头。

在不少观察人士看来,中秋刮起的“国潮消费”风,正呈现新一轮消费升级迹象,为中

国经济发展带来新动能。

北冰洋汽水、回力运动鞋、永久自行车……近年来,这些“老品牌”正以全新方式回归。在消费群体中,这种“新国货”的消费潮流,也被称为“国潮”。“国潮”成为年轻人的时尚文化新宠,越来越多的青年消费群体将“国潮”作为追求表达自我情怀和时尚态度的新形式。

一些业界专家认为,更国际化的设计理念,融合传统中国元素,赋予传统国货“潮牌气质”,中国制造在部分消费者心目中的印象正在发生改变。