

他一句“炸不走”何以回响至今

【巴渝论坛】

■新重庆·重庆日报评论员 张燕

时光奔流不息，却总有一些身影，屹立于历史长河。

2026年1月8日，是周恩来逝世50周年的日子。他的名字，是中国人民心中永远的怀念。在重庆，这份追忆有了更具体的温度与轮廓——那是周恩来曾与这座城市共患难、同呼吸的身影。

将时针拨回1939年5月3、4日，日军共出动72架飞机轰炸重庆，繁华市井瞬间化为焦土火海——断壁残垣，是家园的伤痕，更是民族危亡的剧痛。轰炸中，中共中央南方局暨八路军驻渝办事处驻地机房街70号也不幸被炸毁，同志们被迫在夜色中

搬往城郊正在修建办事处大楼的红岩村。

然而，真正的意志，从不在瓦砾中倒下。1940年5月，周恩来和邓颖超站在办事处前留影，留下了铿锵有力的话语，“日寇企图用轰炸来摧毁我们的抗战意志，迫使我们屈服投降，但他是炸不走的”。言犹在耳，字字千钧，回荡在烽火连天的岁月里。

一句“炸不走”，何以回响至今？在敌人企图用轰炸摧毁人心、用炮火瓦解信念的时刻，周恩来以一种坚定、从容的姿态，将中国人的脊梁，定格在历史长河的镜头中。那一刻，他置身废墟前，却站在精神的高地之上。炸得毁的是砖瓦，炸不毁的是人心；毁得掉的是建筑，毁不掉的是意志。

这身影，与重庆市民“愈炸愈强”的豪情融为一体，共同铸就了这座英雄之城不屈的

灵魂。这一声“炸不走”，在血与火的淬炼中闪闪发光，成为红岩精神最生动的注脚。周恩来和他领导的中共南方局的同志们，于复杂险恶的环境中，团结一切可以团结的力量，凝聚起抗日救亡的合力，维护民族的未来与希望。他们的身影，在曾家岩的陋室内，在红岩村的小楼里，更活跃于每一次与敌人的较量中。

这种坚韧，也深深融入了周恩来的个人修养。1943年3月18日，重庆红岩，在农历45岁生日这一天，周恩来写下了著名的《我的修养要则》——“努力工作，要有计划，有重点，有条理”“具体的纠正自己的短处”“永远不与群众隔离”……七条要则，句句朴实，却映照出一位革命者永不懈怠、保持自省、永远为民的赤子之心。这种严于律己的修养，与“炸不走”的铮铮誓言一样，影

响并激励了一代又一代后来者。

今天，我们缅怀周恩来，不仅是致敬一位鞠躬尽瘁的总理，也是在重温一段与重庆血脉相连的红色记忆，汲取新重庆建设不断向前的精神力量。如今，山城早已换了新颜，高楼林立，霓虹璀璨。那废墟前的身影，仿佛仍在凝视着今日的繁华，提醒我们：从哪里来，何以立足，又为何出发。

今年，是“十五五”开局之年。我们仍需继承这份“炸不走”的坚韧，在改革攻坚中迎难而上；仍需弘扬这种“愈炸愈强”的顽强，在现代化新重庆建设中敢为人先；更需践行“永远不与群众隔离”的要则，始终和人民心连心。这是历史的回响，更是时代的召唤。

周公虽逝，风范长存；红岩精神，永励后人。这，便是对那段历史最深切的告慰，也是我们面向未来最宝贵的传承。

■王志顺

近日，一则“手打奶茶”视频在社交平台引发热议。画面中，一名店员徒手捏碎橙子片、搅拌奶茶，其未佩戴手套的操作引发质疑。当日，涉事品牌方通报调查结果：涉事店员为模仿“印度奶茶”热梗博取流量，在打烊前使用破损废弃物料摆拍，拍摄后物料被销毁。目前，涉事门店被无限期停业整顿，店员遭辞退，管理人员被降职。

一段时间以来，“印度奶茶”的热梗席卷短视频平台，其夸张的徒手捶打、手臂倒茶等手法被包装成“异域风情”，吸引了不少博主竞相模仿。在印度，街头奶茶的“手作”属性与当地饮食文化深度绑定；而在中国，标准化与自动化是连锁餐饮的行业标准，食品安全是不可逾越的红线。然而，当这种“徒手表演”从印度街头被搬进中国连锁茶饮店，当“博眼球”的意图凌驾于职业规范，所谓的“创意”就走偏了。

此类事件并非个例。近年来，餐饮行业屡陷“流量至上”陷阱，部分从业者将短视频平台视为营销捷径，通过刻意制造反差感、挑战常识底线收割关注，却对潜在法律风险与品牌声誉代价视而不见。涉事店员以“打烊后操作”试图掩盖违规行为，不顾食品安全这一必须时刻坚守的准则。这种思维若蔓延，将导致行业陷入“劣币驱逐良币”的循环——守规矩者被流量冷落，玩套路者却借争议上位。

涉事品牌的快速处置虽彰显企业态度，但此事件背后的管理漏洞不容忽视。门店本应通过自动化设备杜绝人为污染，却因店员在非生产时段违规操作而功亏一篑：员工是否真正理解“人料分离”的意义？门店如何确保废弃物不被用于非生产场景？当流量逻辑与食品安全发生冲突，企业必须清醒：消费者的关注不应成为违规的诱饵，而应是提升服务的内驱力。真正的品牌建设，不在于制造多少热搜，而在于每一杯饮品背后，是否有一整套坚守安全、敬畏规则的体系在支撑。

对消费者而言，即使企业澄清“未对外销售”，这种“事后表达”仍显苍白。餐饮行业的特殊性在于，它直接关乎生命健康，任何将安全底线娱乐化的行为，都是在透支整个行业的信用。“手打奶茶”事件再次为我们敲响了警钟——当“流量至上”开始侵蚀食品安全红线，每一次“玩梗”都可能成为行业信任崩塌的导火索。

唯有将“安全第一”刻入企业基因，让合规操作成为肌肉记忆，才能在流量中守住生命线，让每一杯饮品都经得起检视。

“坑老”课堂



漫画/沈海涛

号称交5000元学费就可跟着名师学中医，一个月后就能“速成”开店，结果一直推销保健品……据报道，一些机构利用老年人希望学习新技能、丰富晚年生活的心理，开设所谓老年课堂，用各种话术诱导老年人高价买课、买产品。

点评：名为课堂，实为图利。一些机构以“速成”“低价”为诱饵，将课堂变为推销高价保健品的卖场，不仅榨取钱财，更辜负了老人的信任。夕阳无限好，不该被算计。监管部门织密防线，子女要多加提醒，莫让“活到老学到老”沦为不法商家精心设计的圈套。

发展票根经济要抓住“情绪”风口

■新重庆·重庆日报评论员 王瑞琳

过去，演唱会门票、电影票可能是你珍惜的记忆载体；如今，这些带有情感印记的票根，正在撬动一种新型经济模式——国家语言资源监测与研究中心发布的“2025年度十大新词语”中，“票根经济”榜上有名。

在此背景下，重庆涪陵最近召开了新闻发布会，宣布在2026年启动“凭证畅游”计划：市民、游客们凭借演出、赛事甚至考试的票根就能畅游全区，享受各类折扣服务。涪陵所选中的，正是票根经济这个切入点。

票根经济的核心是串珠成链。凭一张门票，消费者即可享受从停车、吃饭到购物、住宿等多重折扣，“花一份钱收获多份快乐”。这种享受“额外福利”的心理效应，让消费者更愿意尝试不同消费场景，从而扩大消费半径。

数据验证潜力——去年前11个月，涪陵通过各类活动累计核销7.3万张票根，直接带动消费3.2亿元、撬动二次消费1.9亿元，游客平均停留时间增加0.7天。票根虽小，却能有效激活内需、刺激消费，进而促进区域文旅经济繁荣发展。

那么，同样是享受优惠，票根与消费券有何不同？差异，就在于“情绪价值”。相较于直白的价格补贴，票根本身就与消费者特定的经历绑定在一起，有时还扮演着一种“兴趣

标签”。赛事的热血、演出的激情，先行奠定了情绪基调。带着情绪继续消费，消费者获得的不只是折扣，更是愉悦体验的延续，甚至是圈层认同的共鸣。这才是票根经济的长久内驱力。

有媒体分析，当票根经济升级为情感纪念品的闭环，情绪消费正从“性价比”转向“心价比”。眼下，我国情绪消费市场规模正快速攀升——2022年，是1.63万亿元；2029年，将突破4.5万亿元。或许正因看到了趋势，重庆在谋划“十五五”时期经济社会发展时，也将“推动消费领域跨界融合，培育数字、体育、健康、情绪等新型消费”明确写入了文件。

发展票根经济，要抓住“情绪”风口。这意味着，在设计票根权益和联动场景时，不能随意拼凑业态，而要靶向挖掘情绪增量，打造更多串联“体验—记忆—消费”的垂直型链路。如，针对青年群体，将演出票根与潮流业态深度相融；针对亲子客群，把景区门票和民俗体验紧密关联。以情绪为纽带优化场景适配、深化业态联动，才能持续释放票根经济乘数效应。

春节临近，消费升温。票根经济的赛道上，谁能戳中人们的情绪，谁就能更好抢占内需扩容、消费升级的先机。既有消费热度又有情感温度，小票根定将释放发展大活力。

十年护江绘锦绣 一域清流显本色 重庆水务 以国企担当书写绿色答卷

长江浩荡，奔流不息，滋养两岸，也见证变迁。

回溯到2016年1月5日，推动长江经济带发展座谈会在重庆召开，“共抓大保护、不搞大开发”的战略号角自此吹响。十年来，重庆作为长江上游重要生态屏障的最后一道关口，肩负着“努力在推进长江经济带绿色发展上发挥示范作用”的重大使命。

作为服务长江保护与治理的重要力量，重庆水务环境集团所属重庆水务集团(以下简称“重庆水务”)主动扛起国企担当，以全链条治水体系深耕长江大保护主战场，用十年磨一剑的坚守与实干，在巴渝大地书写了生态优先、绿色发展的生动答卷，让一江清水润两岸、惠民生。

固本强基

筑牢重要生态屏障

“以前江边偶尔能闻到异味，现在水清岸绿，散步都舒心多了。”这是家住长江重庆段、南滨路沿岸的市民李女士的切身感受，也是重庆水务十年污水治理成效的生动写照。

守护长江安澜，硬件设施是根基。作为重庆水环境治理的“主力军”，重庆水务聚焦污水治理“强基固本”核心任务，持续推进设施建设，从源头削减入江污染，构建起全域覆盖的治污网络。

数据显示：十年间，重庆水务运营的污水处理厂数量实现跨越式增长——从2016年初的65座增至124座，处理能力翻倍，覆盖重庆37个区县，真正实现污水“应收尽收、就近处理”。

污泥处置曾是区域生态治理的“老大难”问题，治水不仅要让污水“治得了”，亦要让污泥“治得好”。

针对这一短板，重庆水务精准发力、靶向施策，十年间陆续建成投运鸡冠石干化中心、珞璜污泥处置中心等6座污泥处置中心，使运营的污泥处理中心从1座增至7座，总处理规模达到2362吨/日，成功实现污泥“减量化、无害化、资源化”全流程处置。

昔日令人头疼的废弃物，如今正变废为宝，不仅填补了区域污泥规范处置的空白，更让治水链条形成闭环管理。

截至目前，重庆水务已构建起“污水收集—处理—污泥处置”全流程设施体系，为长江上游生态保护筑牢了第一道防线，让每一滴污水都能得到规范处置，每一方污泥都能实现安全处置。

提质增效

守护一江碧水东流

“水质是核心，达标是保障。”这是重庆水务一直坚持的底线准则。紧扣“服务城市发展、守护生态环境”定位，



重庆水务集团巫山污水处理厂的典型。十年间，该厂从进水监测到出水检测，每个环节都精益求精、严格把控，出水口清澈透亮的水流持续汇入长江，与江水浑然一体。

相关数据显示：2016年以来，重庆水务累计处理市内污水约143亿立方米，COD削减量近360万吨，氨氮、总磷、悬浮物削减量分别达33万吨、5.5万吨、36万吨和261万吨。这一组组沉甸甸的数据，为重庆段长江干流出境水质优于入境水质提供了坚实支撑，让长江碧水在巴渝大地绵延流淌、生生不息。

精细管控

织密城市水脉防线

治水成效的巩固，既要靠设施硬实力，更要靠管理软实力。

重庆水务以“补短板、强基础”为导向，深耕城市污水管网精细化建设与优化，让每一座污水处理厂都成为长江生态的“防护哨”，每一段管网都成为治水的“毛细血管”。

重庆水务并未止步，还进一步积极探索IV类水质运行模式，通过工艺优化、设备升级等一系列举措，推动璧山、大足、荣昌等9座污水处理厂出水水质持续提升，为流域生态修复提供了更优质的补水保障。日处理能力达120万吨的鸡冠石污水处理厂，则是重庆水务水质坚守

管网是城市治水的“地下脉络”，脉络畅通则治水高效。重庆水务十年间建立起主城ABCD四条主干管259个接入口“一口一档”的精细化管理档案，对42座高风险检查井进行加固升级，从源头上防范管网运行风险。

同时，重庆水务积极拥抱数字化转型，创新运用机器人、无人机、AI视频监控等现代化设备，构建起“地面巡查+地下探测+空中监控”的立体巡管模式。机器人深入地下管网排查堵塞破损隐患，无人机俯瞰巡查管网沿线状况，AI监控实时紧盯关键运行节点，形成“预警—防护—监控”的全流程闭环机制，成功破解了传统管网运维难度大、效率低的难题。

截至目前，重庆水务运营的污水管网总长度已达1700公里，十年间新增300余公里。通过老旧管网改造与新建管网配套同步推进，实现污水“应收尽收、高效输送”。

绿色转型

绘就人水和谐画卷

长江大保护，既要当下清，更要长远。

重庆水务紧扣国家“双碳”目标，以技术创新为核心引擎，不断拓展水资源循环利用路径，推动治水与生态、能源、城市发展深度融合，在绿色转型路上勇当先行者，为国企低碳发展提供了可复制、可推广的“水务样本”。

再生水利用的广泛推广，为城市开辟了稳定的“第二水源”。目前，重庆水务运营的污水处理厂已全部实现厂内中水回用，每年可节约自来水量超6000万立方米。

在此基础上，积极推进再生水外供网络建设，建成再生水管网70余公里，累计对外供应再生水3200余万立方米，广泛应用于市政绿化、工业生产、生态补水等多个领域，既为缺水区域“解渴”，又降低水资源消耗，助力城

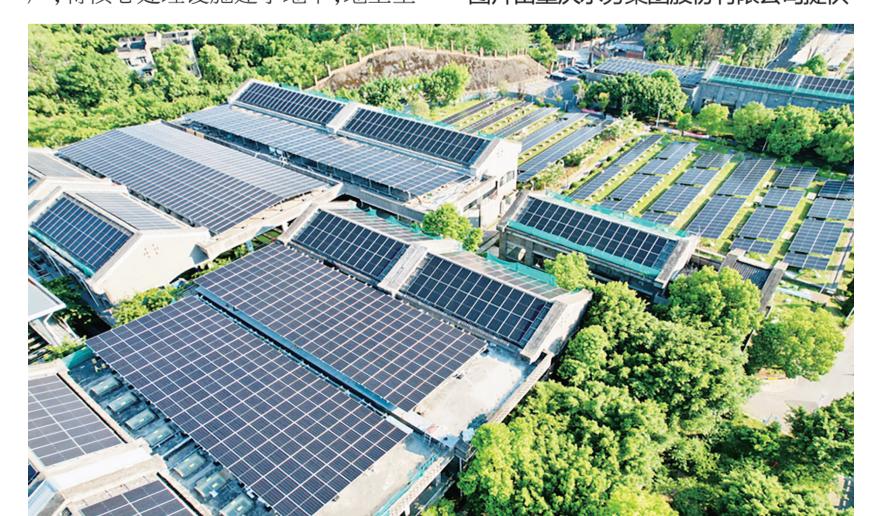
市水资源循环利用。

能源创新实践，让治污过程同步成为“产绿”过程。重庆水务在国内首创“污水厂+发电站”协同模式，投运鸡冠石、唐家沱等尾水发电站，充分利用污水排放后排放的尾水势能发电，总装机规模达3500千瓦。数据显示，2016年以来，尾水发电站累计发电超1.2亿千瓦时，相当于减少碳排放8万吨，实现了治污与节能的双赢。

与此同时，重庆水务积极探索“水务+光伏”融合发展路径，在鱼嘴水厂、九曲河污水处理厂等10个厂站推进光伏发电项目建设，目前已实现全容量并网，并网容量突破20.28兆瓦，累计绿色发电量达343万千瓦时。

据介绍，全部项目建成后，每年可实现碳减排约1.4万吨，让污水处理厂、水厂变身名副其实的“绿色发电站”。

生态集约发展理念的践行，让污水处理设施与城市发展实现和谐共生。重庆水务先后建成投运唐家桥、悦来、沙坪一期等全地埋式污水处理厂，将核心处理设施建于地下，地上空



红工厂光伏发电项目建成并网

食品安全岂容「玩梗」

近日，一则“手打奶茶”视频在社交平台引发热议。画面中，一名店员徒手捏碎橙子片、搅拌奶茶，其未佩戴手套的操作引发质疑。当日，涉事品牌方通报调查结果：涉事店员为模仿“印度奶茶”热梗博取流量，在打烊前使用破损废弃物料摆拍，拍摄后物料被销毁。目前，涉事门店被无限期停业整顿，店员遭辞退，管理人员被降职。

一段时间以来，“印度奶茶”的热梗席卷短视频平台，其夸张的徒手捶打、手臂倒茶等手法被包装成“异域风情”，吸引了不少博主竞相模仿。在印度，街头奶茶的“手作”属性与当地饮食文化深度绑定；而在中国，标准化与自动化是连锁餐饮的行业标准，食品安全是不可逾越的红线。然而，当这种“徒手表演”从印度街头被搬进中国连锁茶饮店，当“博眼球”的意图凌驾于职业规范，所谓的“创意”就走偏了。

此类事件并非个例。近年来，餐饮行业屡陷“流量至上”陷阱，部分从业者将短视频平台视为营销捷径，通过刻意制造反差感、挑战常识底线收割关注，却对潜在法律风险与品牌声誉代价视而不见。涉事店员以“打烊后操作”试图掩盖违规行为，不顾食品安全这一必须时刻坚守的准则。这种思维若蔓延，将导致行业陷入“劣币驱逐良币”的循环——守规矩者被流量冷落，玩套路者却借争议上位。

涉事品牌的快速处置虽彰显企业态度，但此事件背后的管理漏洞不容忽视。门店本应通过自动化设备杜绝人为污染，却因店员在非生产时段违规操作而功亏一篑：员工是否真正理解“人料分离”的意义？门店如何确保废弃物不被用于非生产场景？当流量逻辑与食品安全发生冲突，企业必须清醒：消费者的关注不应成为违规的诱饵，而应是提升服务的内驱力。真正的品牌建设，不在于制造多少热搜，而在于每一杯饮品背后，是否有一整套坚守安全、敬畏规则的体系在支撑。

对消费者而言，即使企业澄清“未对外销售”，这种“事后表达”仍显苍白。餐饮行业的特殊性在于，它直接关乎生命健康，任何将安全底线娱乐化的行为，都是在透支整个行业的信用。“手打奶茶”事件再次为我们敲响了警钟——当“流量至上”开始侵蚀食品安全红线，每一次“玩梗”都可能成为行业信任崩塌的导火索。

唯有将“安全第一”刻入企业基因，让合规操作成为肌肉记忆，才能在流量中守住生命线，让每一杯饮品都经得起检视。

章端

图片由重庆水务集团股份有限公司提供