大，任重道远。  
　　中国自主品牌的未来，取决于如何应对全球经济格局正在发生的深刻调整，取决于如何把握正在孕育兴起的新一轮世界科技革命和产业变革，取决于决策者的远见、预判和战略，取决于企业上下战略执行的决心和定力，取决于在开放合作协同创新中体系能力的提升。  
　　随着吉利收购沃尔沃汽车，中国和欧洲在汽车领域的合作从中国单向引进欧洲资金技术，开始转变为双向输出资金和技术。正是沃尔沃汽车比利时根特工厂的成功，让人们从中看到了渴望产业升级换代的中国企业与拥有资金需求的西方企业双赢合作的乐观前景。  
　　科技革命、产业变革带来的竞争挑战，同时也会给中国自主品牌的创新发展带来前所未有的机遇。  
　　2月5日，由人民日报社作为支持单位、中国汽车报社主办、深圳证券时报传媒有限公司协办的2018中国汽车品牌发展峰会（以下简称“峰会”）在北京召开。工业和信息化部（以下简称“工信部”）总工程师陈因出席峰会。  
　　峰会现场，陈因在接受记者专访时表示，党的十九大为我国未来发展制定了蓝图、指明了方向。推进品牌建设，是推动高质量发展、深化供给侧结构性改革、加快制造强国建设、实现制造业优化升级的必然要求。“在经济全球化时代，品牌是企业乃至国家综合核心竞争力的体现，拥有一大批具备国际先进竞争力的品牌是一个国家制造业强大的重要标志。”陈因说。  
　　近几年，中国汽车品牌的持续向上，正在成为引领国家制造业实现转型升级的先锋队和主力军，也成为践行国务院部署实施“中国制造2025”，开展消费工业品增品种、提品质、创品牌“三品”转型专项行动中的排头兵。凭借多年的努力，中国汽车品牌的品种丰富度、品质满意度以及品牌认可度都实现了显著提升。  
　　据了解，工信部自组建以来，认真贯彻落实党中央、国务院部署，始终坚持质量品牌工作整体推进，引导企业在设计开发、生产制造和营销服务的全过程，建立全员、全方位的质量管理体系、诚信体系和品牌培育管理体系；以讲求诚信为基础，以提高产品实物质量为核心，以提升产品和服务的价值为导向，以培育有竞争力的品牌为标志，在推广品牌培育的理念、创新品牌培育的方法、构建试点示范的工作方式、形成有影响力的标志性活动以及带动地方和行业联动推进等方面取得了一定成效。  
　　经过多方努力，企业对品牌培育的战略制定、资源管理、过程协调和持续改革的综合能力得到了有效提升；行业企业品牌培育管理相关行业标准及实施规范逐渐健全完善，指导工业企业系统顺利开展品牌工作；通过试点先行、示范引领的方式，加快推进品牌建设进程；打造了“质量标杆”“工业企业品牌培育”“产业集群区域品牌建设”“中国工业品牌之旅”等标志性质量品牌活动；初步形成了东部地区引领带动、中部地区有效推进、西部地区跟进开展的品牌建设工作格局。  
　　陈因表示，党的十九大胜利召开，开启了全面建设社会主义现代化国家的新征程，开创了全面建设世界质量强国、品牌强国的新纪元。谈到未来工信部针对中国品牌建设的工作计划，陈因强调，下一步工信部将在建设“品牌强国”的目标下，重点围绕以下四方面做好工作：一是强化标准的引领作用，围绕汽车等重点产业，通过现金标准引领实物质量提升，为打造中国品牌奠定坚实基础。二是组织制定企业品牌培育管理体系行业标准，指导行业和企业开展贯标活动。三是促进区域品牌与企业品牌良性互动，深入推进产业集群区域品牌建设试点示范工作，引导产业集群综合运用创意设计、团体标准、知识产权、行业自律等手段，提升产业竞争力和区域品牌影响力。四是加大宣传力度。联合开展公益性品牌宣传展示活动，提升中国工业品牌形象，提升消费信心，推动中国产品向中国品牌转变。  
　　“相信未来，中国汽车品牌将以更加开放的姿态坚持自主创新，以更具价值的品牌含金量，继续塑造中国品牌在全球制造业的全新形象。”陈因说。  
　　2016年中央经济工作会议指出，引导企业形成自己独有的比较优势，发扬“工匠精神”，加强品牌建设，培育更多“百年老店”，增强产品竞争力。汽车行业也应该加强品牌建设，尤其是自主品牌建设，从“分一杯羹”到“分庭抗礼”，到“并驾齐驱”，再到“当仁不让”。  
　　如何打造中国汽车自主品牌？要像中央经济工作会议提出的，坚持以提高质量和核心竞争力为中心，坚持创新驱动发展，扩大高质量产品和服务供给。质量是产品的核心竞争力，是品牌的基础。不断创新、持续提高质量和核心竞争力，是品牌不倒的支柱。  
　　习近平总书记指出，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。当前，我国新能源汽车已经有了一定基础，2017年的产销量双双接近80万辆，形成了比较优势。  
　　但我们也要清醒地认识到，当前新能源汽车发展过程中还存在里程焦虑、安全焦虑、充电焦虑、价格焦虑等问题，这就需要我们继续在技术、品牌上下功夫，用质量、品牌的提升满足市场需求，推动新能源汽车的健康可持续发展。  
　　综观目前的各种新能源汽车技术，个人认为，相比纯电动、插电式混合动力等技术，增程式电动汽车是目前最佳的解决方案，希望能引起各方重视，携手共同推进我国新能源汽车的发展。  
　　发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，因此要加大研发力度，认真研究市场，用活用好政策，开发适应各种需求的产品，使它成为一个强劲的增长点。  
　　创新不是一句口号，首先要有理念，有了理念才有创意，创意是创新之源泉，还要有人才，人才是创新之本，还要有好的氛围，什么是好的氛围？开放合作，公平竞争，充分利用网络和大数据。  
　　汽车业正迎来三大革命：电动化、自动驾驶、共享汽车。汽车革命必须跨界融合，注入新的基因，即信息技术和汽车技术的融合。电动汽车快速增长，其革命可能会在未来5年或者更长一点时间发生，它的基础就是电动车的性价比要达到或超过燃油车，各个厂家有自己的判断和战略。  
　　汽车革命已经到来，不适时转型就会有被颠覆的风险，很多企业的惨剧告诉我们，错过了战略转型关键期一切将为之晚矣。  
　　新能源汽车要健康发展，一是创新驱动，开发各种电动车，从高端车到国民车；第二要双轮驱动，政策驱动和市场驱动；第三是三好，好的产品、好的基础设施、好的商业模式。第四是四网融合，交通网、能源网、信息网、人文网。  
　　汽车自主品牌的建设是我国汽车工业发展的战略性问题，也是汽车生产企业最大的系统工程。培育汽车品牌是一场持久战，越早谋划越好。我们急需品牌的领军人才，在国际上见过、干过、赢过的品牌领军人才。  
　　（——2018中国汽车品牌发展峰会嘉宾发言摘编  中国汽车报记者王金玉、张冬梅整理）  
　　一个自主品牌如何蜕变为世界品牌？一个汽车大国如何成长为汽车强国？站在汽车新一轮技术革命的潮头，中国汽车人该何去何从？在2月5日举行的中国汽车品牌发展峰会圆桌讨论环节，与会专家和企业高层畅谈中国汽车产业的品牌向上突围之路。  
　　“一个汽车强国必须走在产业发展的前列，它靠什么走在前面？靠自己的核心技术，靠有自己的创新能力。”中国工程院院士、中国汽车工程学会理事长李骏认为，汽车强国的标志是能够引领全球汽车产业发展，能够解决全球汽车遇到的问题，能够满足消费者对最新技术应用的需求。  
　　在安徽江淮汽车集团股份有限公司总经理项兴初看来，虽然中国自主品牌汽车和外资品牌相比仍然存在一定差距，但已经具备了品牌向上的力量，只要坚持创新驱动、品牌引领、绿色发展和人才支撑，终会实现突破。  
　　“一方面我们已经建立或者完善了研发体系，另一方面我们的产品质量、品质、口碑早已非十年二十年前可比，现在完全可以和合资品牌同台竞技。”奇瑞汽车股份有限公司副总经理、营销公司总经理贾亚权认为，中国汽车品牌现在集体“向上”突破，已经具备了良好的基础，而接下来的突破点在于如何抓住汽车节能、智能、舒适的发展趋势。  
　　作为中国商用车企业的代表，北汽福田汽车股份有限公司总经理巩月琼表示，与乘用车情况有所不同，中国商用车品牌在全球已经处于比较强的地位。“在中国，8家自主品牌商用车企业加起来已经占据80%以上的市场份额，在海外的新兴市场，东南亚、中东、非洲，中国商用车企业也处于主导地位。”巩月琼说，“下一步我们还要把中国的商用车投放到全球去，包括欧美市场。”  
　　在汽车行业，有一个毫无争议的观点：即中国汽车产业由大变强，关键看零部件，而零部件的核心在于发动机和变速器，特别是变速器，一直是我国自主品牌的短板。在中国，就有这么一家零部件企业，十年磨一剑，专做中国自己的变速器，这家企业就是盛瑞传动股份有限公司，董事长刘祥伍对汽车强国有着深刻的认识，“这么多年来，我们就做一件事，就是对标德国、日本先进的变速器企业，让中国人自己的变速器在汽车强国当中发挥价值。”  
　　清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全认为，中国汽车自主品牌只要坚持“五心”，即雄心、信心、决心、恒心，上下齐心，就一定能实现汽车强国梦，一定能够实现中国汽车品牌强国宣言，一定能够屹立于世界强国之林。  
　　  
　　本版摄影：中国汽车报记者  杜  琳  
　　1月31日，国内首家互联网保险公司众安保险宣布，以车险为切入点，以大数据等现代科技手段为纽带，由点到面，连接起汽车产业链的各方合作伙伴，推动形成“汽车新生态”。这是众安保险去年9月在香港上市后，公司发展战略全面升级的首个大动作。  
　　网上构建汽车“新生态”  
　　据国家统计局和汽车工业协会的数据显示，2016年我国汽车销量接近2800万辆，汽车保有量达到1.8亿辆，预计2020年中国汽车保有量将突破2亿辆，仅汽车后服务市场的规模就将近5万亿元。  
　　众安保险与平安保险于2015年联合成立首个互联网车险品牌“保骉车险”。“我们的服务注重线上、线下融合，将车险的销售、理赔嵌入各种消费场景，运用大数据、移动互联、人工智能等科技手段，提高服务效率、优化客户消费体验。”众安保险车险负责人王禹表示，2017年保骉车险的销售业绩增速高于行业平均水平。  
　　众安保险2017年下半年创新行业平台型（OMO）商业模式，通过在线分享商务、移动电子商务、线下商务的有效聚合，强化与汽车行业的互动，比如推出车险APP、微信服务号、小程序等直营体系。与此同时，拓展与瓜子二手车、毛豆新车网和易鑫集团等汽车新零售平台的合作深度，拓宽与长安汽车、比亚迪汽车等主机厂的合作广度，利用汽车生态链的扩展为用户带来更全面、贴心的服务。  
　　今年，众安保险提出“新零售、新金融、新出行、车联网”四位一体的汽车生态战略。“眼下的汽车行业，各大整车企业、零部件企业加紧布局汽车后市场，各种互联网创业者也纷纷加入，他们选择车品、洗车、保养、维修、二手车等相对独立的环节切入。”众安保险CEO陈劲表示，移动互联网和数字化正在助力汽车完成从机械化向智能化的转变，改变未来的汽车和车生活场景。众安保险将以汽车保险连接各个汽车生态场景，服务不同环节的同业伙伴和客户，形成一个共融可循环的开放式汽车生态。  
　　打造行车“一站式”服务  
　　“车险只是公司业务的起点，我们真正的愿景是可以为有车用户提供一站式更多选择、更便捷、更放心的车生活服务方案。”陈劲说。  
　　目前，以车险为连接点，以大数据赋能为支撑点，众安保险为汽车消费者提供了智慧用车服务和全场景保障体系：  
　　——在新金融风口，众安汽车以保骉车险为切入点，提供买车、用车、养车全流程金融保障服务，包括但不仅限于提供类似“车钱包”服务，可做分期、理财、购买会员养车类服务、线上授信、支付购车费和车险费等。  
　　——在新零售环节，众安保险和长安汽车合作，打造“退价保”等新的交易保障产品，弥补商家退货损失，吸引用户放心购物，并推进车险周边产品研发，提供更碎片化、定制化、多元化的金融方案和出行方案。同时与多家汽车新零售平台合作，为车主客户提供买车端、租车端的一站式方案。  
　　——在出行保障方面，众安保险将逐步得到滴滴、安拓、ETCP、E代驾、盛世大联等更多合作伙伴的赋能，以及以SAAS服务的方式切入汽车后市场开展服务，提供包括代步、代驾甚至今后可能达到的“共享汽车”“刷脸用车”等智驾服务。近期，众安保险还将推出众安汽车会员俱乐部，提供包括查违章、气候查询、周边洗车、机场高铁停车、代驾代步及各种增值服务。  
　　——在车联网方面，目前，众安汽车通过前端和主机厂合作，后端和OBD厂商合作，以数据整合和定价的方式切入车联网布局及UBI产品储备，致力于将来为新生代客户构建一套完整的汽车生态服务。  
　　“在不久的将来，众安汽车将推出基于车联网数据的‘智慧行车’体系，不仅可以实时预估来年的保费，还可以根据车主的违章情况、驾驶路径、驾驶习惯等给车主推荐服务和定制保险方案。”陈劲说。  
　　跨领域整合互联网车险  
　　据一家全球著名咨询公司的报告显示，2016年至2021年，中国车险市场预期将由6830亿元增长至1.2万亿元，车险科技市场规模将由1240亿元增长至4120亿元。互联网车险发展即将迎来黄金期，形势已经非常明朗。  
　　作为第一家专业的互联网保险公司，众安保险的市场版图扩张正在提速。日前，公司已获中国保监会批准，可在18个地区提供汽车保险产品，这部分地区车险保费市场约占全国车险保费市场规模的33%。  
　　众安保险近期公告显示，众安保险与中国平安两方将平分保费，共享理赔及成本。通过双方更平等的业务合作深化交流，再加上“新零售、新金融、新出行、车联网”四位一体的汽车生态战略，众安汽车及保骉车险今年有望迎来新的发展。  
　　“布局‘汽车新生态’，打通众安保险自建场景以及各汽车相关行业伙伴共建的场景，从而发现更多产品和服务的创新导向，这也将是我们今后几年的新业绩增长点。”王禹说。  
　　“数据魔方”赋能合作伙伴  
　　作为新战略的第一落点，众安保险首推大数据平台“数据魔方”——通过与其他保险公司、汽车产业链相关合作伙伴共享数据储备、共享数据分析结果与数据产品，致力于形成保险行业的大数据生态，推动车险行业乃至整个保险行业的数据创新发展。  
　　据中商产业研究院发布的《2018—2023年中国大数据行业发展前景及投资机会研究报告》显示，2017年中国大数据行业市场规模为3615亿元，预计2018年中国大数据行业市场规模将达到5979亿元。利用在数据挖掘、机器学习、数据算法和人工智能技术上的突破，众安保险在保险行业首推大数据平台“数据魔方”，为汽车生态合作伙伴在新金融、新零售、新出行、车联网4个场景下，提供数据共享、数据储备、精准营销、定价建模、反欺诈等多维度应用，加速行业创新，推动合作共赢。  
　　“数据魔方”采集的数据涵盖众安保险千万出行用户信息、车险投保及理赔数据、征信累积数据等，其广泛来源极大提高了数据的丰富性和准确性。  
　　众安保险逐步解决了车险数据孤岛问题，并根据数据迭代与机器学习的结果，准确做到描述车主行为画像、辅助客户风险管理、在线金融授信以及在线提供定制化的金融保障和用车解决方案，实现为众安汽车、合作同盟和同业伙伴赋能。  
　　“众安汽车的目标并非是要和其他汽车生态的投入者竞争，而是作为保险业界的先行者，致力于打造社会化协同的平台，以轻模式连接汽车全流程产业链。我们期待更多的合作伙伴加入进来，实现开放、融合、一体化的可持续发展。”王禹说。  
　　党的十九大报告提出，以城市群为主体构建大中小城市和小城镇协调发展的城镇格局。近年来，我国城市化进程明显提速，城市群成为新型城镇化的主体形态，都市圈特征初现，但也暴露出县域经济薄弱、关键节点缺失、产城相互割裂等一系列突出问题。  
　　华夏幸福基业股份有限公司是我国产业新城事业的领军企业。16年来，其与多个县政府以PPP模式合作建设运营的产业新城项目，入选国家发改委PPP项目典型案例和财政部等20部委发布的PPP示范项目。  
　　1月31日，首届华夏幸福产业新城合作伙伴大会在北京召开，来自全球十余个国家近200位嘉宾共商如何更好合作，推进产业新城事业新发展。  
　　推动县域经济转型升级  
　　“未来中国城市群发展将呈现都市圈特征。都市圈发展不是一个局部问题，而是关系中国经济发展全局的大问题。” 中国发展研究基金会副理事长刘世锦在演讲中指出，我国城市群发展的一个重要趋势是以中心城市为极核，在周边20—50公里范围内发展中小城市和小城镇，通过轨道交通形成由廊道、圈层和关键节点组成的网络化城镇体系，有效促进人口和创新要素向周边中小城市发展，为区域协调发展提供新动力。  
　　“产业新城有望成为促进都市圈高质量发展的新引擎、培育壮大新动能的重要载体、中国县域经济转型升级的重要抓手。”首都经济贸易大学副校长杨开忠认为，促进中国经济由高速增长转变成高质量发展，就要加快区域经济由要素驱动向创新驱动转型升级，探索实现地方品质驱动型发展，以地方品质聚集人才，由人才驱动创新，由创新提升地方竞争力。  
　　麦肯锡公司大中华区总裁倪以理提出，以移动互联网、云技术、新一代基因组学、高级机器人技术、可再生能源等为代表的12项颠覆性技术，将从根本上变革人类生产、生活方式，带来无限的产业创新发展机会。  
　　产业新城是都市圈新引擎  
　　与大中城市相比，我国都市圈周边的县域经济发展存在着资金、技术、能力等多方面短板，导致县域创新资源要素集聚难，也难以吸引高层次创新人才。  
　　而产业新城有望补齐县域发展的短板，充分调动社会资本参与城镇综合开发，为县域经济发展注入新动能，并成为促进所在都市圈高质量发展的新引擎。位于北京天安门正南50公里的河北固安县经过16年实践，走出了一条“产城融合”实现经济高质量发展的有效路径。  
　　2002年，河北固安县政府与华夏幸福以PPP模式合作开发运营固安产业新城，经过双方通力合作，曾经的农业大县已经转变为现代化工业强县，产业新城财政贡献率达到68%，累计招商引资达1500亿元，初步形成了新型显示、航空航天、生物医药等三大千亿级产业集群。  
　　如今，“固安模式”已在全国其他地区广泛复制，华夏幸福的产业新城业务已覆盖全国12个省，并走向“一带一路”沿线6个国家。  
　　合作共建产业新城  
　　近年来，华夏幸福的实践证明，产业新城是都市圈发展不可或缺的关键节点，是做强县域经济、促进区域协调发展的重要抓手。  
　　“产业是城市的根基，城市是产业的载体。”华夏幸福总裁孟惊介绍，华夏幸福围绕都市圈周边县域开发运营产业新城，因地制宜，科学规划，为合作区域提供了一整套以产城融合、产业发展为核心内容的整体解决方案。  
　　以首届产业新城合作伙伴大会为契机，华夏幸福发出“共同搭建合作平台，共同推进全面合作，共同构建阳光环境”三大合作倡议，期待全球范围的有识之士和大批有情怀的企业，为产业新城共同担当、共同奋斗。  
　　与会嘉宾认为，产业新城是时代赋予的机会，更是一种使命，其未来充满无限想象。在未来中国城市群和都市圈的发展中，需要建设一批产业新城，而实现产业新城的健康发展，需要在金融服务、配套建设、产业发展、公共服务等领域形成多方面的能力聚合。只有共同培育“阳光、开放、互信、共赢”的合作环境，相互赋能，才能开创共赢未来。  
　　1月4日，携程APP在火车票频道首页推出“务工回程”购票通道，用户只要点击“务工回程”，就可快速选择日期、车次、坐席及输入身份信息进行购票，简单方便。同时，携程发起“致敬城市英雄·携爱回家”等活动，城市务工人员只需上传自己的工作照，就有机会领取携程提供的300元回家基金一份，使用时间截至3月底。  
　　携程旅行网首席执行官孙洁说：“企业参与公益不能仅仅限于捐资捐物，更应该发挥自身影响力，通过互联网技术优势，‘连接’更多的人参与公益事业，有公众参与的公益才会更持久、更有力。”  
　　携程始终坚持深耕互联网旅行服务领域，随着企业的发展，携程在推进旅游扶贫、低碳出行、灾害救助等方面做了许多有益的尝试。  
　　手把手帮务工人员购票  
　　1月24日，北京室外气温很低，59岁的老张心里却格外温暖，因为距离春节还有半个多月，她就订上了过年回家的火车票。  
　　老张是山西人，在北京新机场工地做保洁已有两年半。每到春节回家，买火车票就成了她的头等大事。可她不会上网，只能等下班或请假到火车站排队购票。今年，通过驻守在新机场工地的携程志愿者帮助，老张顺利买到了车票。  
　　除北京新机场工地外，在上海市务工人员较集中的“徐汇滨江建设者之家”，从1月8日至2月13日，携程志愿者们也手把手帮务工人员订购回家车票。  
　　在北京、上海、广州、深圳等外来务工人员较集中的城市，携程门店均有专门人员提供一对一协助，目前已开放第一批20多家春运公益服务门店。  
　　春节前这些日子，携程客服吕志霞每天都要接上百通电话，坐班10多个小时。为了节省时间，吕志霞专门准备了超大水杯，这样就不用每次来回跑很远接水了。  
　　在江苏南通携程服务网络中心大楼，还有7000多名像吕志霞一样的客服人员，24小时协助用户解决春运出行和住宿等难题。这个大楼平日有3000人同时办公，春运期间，客服人员增加了一倍多。像这样的客服中心，还分布在江苏如皋、河南信阳、重庆永川、湖北赤壁、山东威海、黑龙江穆棱等地，客服共计1.5万人，占携程员工总量的一半左右。  
　　发布100条扶贫旅游线路  
　　旅游行业产业链很长，涉及交通、住宿、餐饮等数十个关联行业，旅游扶贫大有可为。近年来，携程积极开展扶贫旅游、乡村旅游产品开发，上线了众多“扶贫旅游线路”，湘西十八洞村、贵州丹寨、四川阿坝等一批新颖的乡村旅游产品走红，带动当地农民脱贫致富。  
　　2017年10月，携程与交通运输部共同启动“交通公益+旅游扶贫”项目，联合发布了全国首批100条扶贫旅游线路，覆盖国内近20个省份，涉及全国各地近1000个景区。  
　　携程也是国内旅游行业第一家推行“碳补偿”计划的企业，至今已持续了近十年。在该计划下，客户通过携程在线预订机票，携程会根据其航程告知因此产生的二氧化碳排放量，并且提供碳补偿选项。客户可把积分兑换为树苗，由携程组织植树造林。截至2016年底，携程在内蒙古阿拉善地区种植的“携程林”已增至7013亩，累计栽种树苗63.13万棵，存活率达91.8%。  
　　建立境外游保障机制  
　　2017年8月，来自深圳的娄女士母女在柬埔寨暹粒游玩时遭遇车祸，急需救治。此时娄女士的女儿想起，在携程预订酒店时曾收到过提示，旅行中遇到困难可向携程求助。抱着试试看的心态，她向携程发送了求助信息。很快，携程工作人员和当地向导迅速建立工作群，立即安排车辆将娄女士母女送至柬埔寨国际医院就医，后续还协助安排母女俩回国治疗。  
　　这起突发事件的成功处理，得益于携程全球24小时“旅行SOS”服务。携程、去哪儿网、艺龙的用户，一旦在行程中遇到紧急状况，都可以随时通过携程的“7×24小时应急支援”联络服务人员协助处理。  
　　据介绍，“全球旅行SOS”服务目前主要包括三大范围：一是自然灾害、恐怖袭击等突发情况下的支援；二是旅途受伤或生病时求助，包括“协助就医”“协助快递药品”“协调翻译”服务；三是旅途遗落贵重物品时，提供“协助物品找回”“协助物品带回国”服务。  
　　为了让旅客更放心出游，携程设立了重大自然灾害旅游保障基金。仅2017年，携程就在包括九寨沟地震、墨西哥地震、西藏林芝地震、中国南方大雨等国内外10多个重大突发事件中启动旅游保障金。  
　　“未来，我们将通过产品和服务创新，充分利用3亿会员的平台联动优势，吸引并鼓励公众、志愿者及合作伙伴一同做公益，力求让旅行更幸福，让公益更可持续。”孙洁表示。  
　　新征程需要本领高强、素质过硬的干部来推进。党的十九大报告提出，建设高素质专业化干部队伍，强调“党的干部是党和国家事业的中坚力量”。从今天起，本刊将推出“如何打造高素质专业化干部队伍”系列报道，敬请关注。  
　　——编  者  
　　  
　　“尚贤者，政之本也。”党的干部是党的事业的骨干。进行伟大斗争、建设伟大工程、推进伟大事业、实现伟大梦想，离不开一支宏大的高素质专业化干部队伍。  
　　政治路线确定之后，干部就是决定的因素。习近平总书记在党的十九大报告中指出，“要坚持党管干部原则，坚持德才兼备、以德为先，坚持五湖四海、任人唯贤，坚持事业为上、公道正派，把好干部标准落到实处。”这是新时代干部工作的根本指针和行动指南，为如何选人用人指明了方向。  
　　“党管干部”，什么时候都动摇不得  
　　镜头：  
　　前些年，江西、山西、辽宁、云南等地政治生态遭到污染，很大原因在于党组织失去了对干部的教育管理，党管干部原则被歪曲、错误执行，甚至