

新华社记者屈婷、郑良、吴晶、王成

用生命诠释忠诚

追记福州市公安局原局长潘东升

他是一名老公安，从警37年，一心为民，护一方平安，直至牺牲在工作岗位。他常说：“加入公安队伍，就时刻准备着，为党和人民牺牲一切。”

他是一名领导干部，对党和人民赋予的权力始终心存敬畏。他常说：“只有个人的干净，才有做人的底气、干事的硬气、从警的正气。”

9月25日，福建省公安厅党委委员，福州市副市长、市公安局局长，一级巡视员潘东升因长期超负荷工作，突发疾病，牺牲在工作一线。许多民警、群众自发悼念、缅怀他：“潘局用生命践行了‘人民公安为人民’的庄严承诺，为政法干部树立了榜样。”

他是敢打敢拼的“硬汉局长”

生命最后的几天，潘东升忙得“像陀螺一样”：疫情防控、会议安保、慰问一线民警和防疫点医护人员……

9月24日晚，刚结束一项安保任务，潘东升跟妻子微信视频通话。和往常一样，因为工作电话不断“加塞”，几句家常话回拨了多次才说完。

9月25日早上9时许，一向守时的潘局少见地“缺席”了……虽经全力抢救，那颗心脏再也未能跳动起来。

“潘局太累了……”大家难以接受这个噩耗。

他的办公室，桌上还堆满了待办的文件，只是藤椅空荡荡的，再也见不到那个人，大步流星，推门而入。

“好像他只是离开一小会儿，马上就会回来，继续指挥我们战斗……”福州市公安局副局长施玉安说，“只要老潘在，就没有打不赢的仗。”

2018年，首届数字中国建设峰会在福州召开，福州市公安局创新启用的“智慧安保”系统大显身手。从太阳光线直射人脸识别通过率，到外国人面部结构差异影响识别准确度，再到参观人数最高峰时的安保预案，潘东升都曾严格把关、反复推敲。

最终，峰会上的立体“云防”实现了10万人最高流量的安全通行，参会的全球技术专家不约而同地对潘东升竖起大拇指。

第44届世界遗产大会、金砖峰会“三合一”会议……1700余场各类活动安保任务顺利完成的背后，是潘东升参与推动的公安大数据智能化建设发挥的作用。

上世纪80年代，潘东升毕业于福州大学计算机科学系软件专业。当年，国家信息化产业正处于起步腾飞阶段，他的专业成绩全班第一，不少同学劝他下海经商，老师也劝他出国深造，但他毅然选择了人民公安事业。

“是党培养了我，人民警察是为群众做事、保护一方平安的崇高职业，我想加入这支光荣的队伍。”正是抱着这个信念，他勇往直前——

为了让大数据真正为民所用，他敢立，更敢破。

他是“数字福建”专家委员会19名成员中唯一的公安代表。警务信息有“堵点”，他坚信“数据用不坏”，打破部门和层级壁垒，推动建成省市一体化的公安大数据中心；

疫情溯源有壁垒，他主抓的“超算”疫情数据模型，20分钟可分析处理数万条流动人员数据，助力福州市在全省首批实现现有病例、疑似病例“双清零”；

扫黑除恶有障碍，他毫无惧色坐镇指挥，“有压力都是我的压力，你们只管放手干！”

在同事眼里，这位“专家型”领导雷厉风行、敢打敢拼。只有亲近的人才知道，已被切掉半个成人拳头大小肺部的他，常常胸闷难忍……

“他十几年没有休过假了，儿子结婚的当天下午还去开会。他总对我说‘谢谢’‘对不起’，我很后悔没有更好一点照顾他……”妻子袁秋榕哽咽着难以言语。

“加入公安队伍，就是时刻准备着，为党和人民牺牲生命。”潘东升用



潘东升（中）在闽清指导防抗台风“尼伯特”（2016年7月12日摄）。

新华社发（福州市公安局供图）

生命践行了这句滚烫的誓言。

他是心系百姓的好局长

潘东升走了，很多没有和他见过面的百姓，却把这个名字记在心里。

2015年的一个夏日，三明市市民邹满生因为骑摩托车没戴安全头盔被执勤民警拦下。让他惊讶的是，民警不但没有记分罚钱，反倒送给他一顶安全头盔。

“处罚不是目的，一定要引导群众把安全头盔戴上。”潘东升说。

时任三明市公安局长的潘东升推行的这种安全教育，不经意间改变了城市的面貌，也把公安干警的良好形象印入了群众心底。

“不管大事小情，只要有利于群众，他都要做。”这是福州市公安局党委委员、交警支队支队长陈明佛对潘东升的评价。

2016年，潘东升履新福州后，发现城区交通拥堵严重，很多道路的信号灯还靠民警在现场按，路况靠电台报。多次实地调研后，他牵头在全省率先推出智能交通大数据平台，实现了信号灯精准配时、智慧排堵。

面对百姓的诉求，他有春风之暖，亦有雷霆之举。

福州聚集着大量人流、物流、信息

和资金流，各领域的风险也在隐蔽角落丛生。特别是少数黑恶势力社会关系极为复杂，犯罪手段也不断翻新。

“如果这类毒瘤不切除，群众会对福州市公安局扫黑的决心和力度产生怀疑！”潘东升直接指挥、缜密部署，经过一年多秘密侦查、固定证据，终于将一个十分棘手的涉黑组织连根拔起。

小到一顶安全头盔、一盏信号灯，大到惊天大要案，面对阻力和压力，潘东升声声叮嘱：“你们要牢牢记住‘人民警察’前的‘人民’二字。”

对于事关百姓生命财产安全的民生案件，潘东升要求快侦快破，“打防”结合——

在他的带领下，福州市公安局在全国省会城市首开先河，创建24小时实战研判、“情指勤舆督”一体化的合成作战体系；全面“升级”科技化信息收集触角，实施“智慧天眼”工程，打造福州治安防控圈。

对于群众的“急难愁盼”，潘东升始终牢记挂在心——

在福州的派出所，有“办不成事”的受理窗口，还有线上的“清零窗口”。顾名思义，这些“刀刀向内”的改革，都是为了杜绝为群众简单说“不”的不作为、不担当。

把侨胞办理证照、货运汽车备案

等群众办事项目搬到“云上”；把行政审批的网上流转时限不断压缩……潘东升推出的创新举措无不彰显着为民理念：“什么叫‘马上就办、真抓实干’？就是把‘不能办’变成‘怎么办’，把‘不好办’变为‘想办法办’。”

2021年初，有群众提出“抓拍多、罚单多、停车难”，潘东升立即牵头调研，几个月后会同相关部门增设9600个停车位，出台允许老旧小区、学校、公厕周边有序停车等人性化举措。

命案破案率创新高、“两抢”案件发案数连降最低、累计打掉200多个各类涉黑涉恶组织和犯罪团伙、治安状况满意度跻身全国36个大中城市前列……一张张令人信服的成绩单，见证着公安干警为百姓守护“平安福州”的努力。

他是干净担当的“父兄”

“一起再向潘局敬个礼吧！”送别潘东升的那一天，民警们在他的遗像前整齐肃立。

往事一幕幕，浮上心头。4年前的夏天，潘东升看到交警林州明顶着高温执勤，特意让他休息，稍后又送来两大桶凉茶。

“我给潘局剥了一碗来自平潭的花生，希望他吃好家乡味，再走好！”得

知潘局长去世的消息，林州明泣不成声。

“潘局更像是我们的兄长。还想着等他退休以后，好好和他一起吃餐便饭，他总不会再拒绝吧……”福州市公安局政治部主任潘臻颖红了眼眶。

潘臻颖曾任福州市罗源县公安局局长，她说：“潘局从不怕担责任，工作中遇到重要情况，总会给我非常明确的指示，他常说：‘放手去干，天塌不下来’。”

潘东升常告诫民警权力要为民所用，“摘下警徽，我们也是老百姓”。

潘东升留下的遗物很简单：一个用了13年的尼龙公文包，鼓囊囊地塞满一叠待办件。随身携带使用了30多年的钱包里，常年放着一张泛黄的照片，那是他一家三口的合影。工作之余，他时常拿出来瞧瞧。

风清气正地来，干干净净地走。“除非有特别重大任务，工作再晚，他都会回家吃饭。”袁秋榕忘不了，上班时，他常会仰头看着阳台，跟她告别；她也会站在那里，等他下班回来……

妻子长年待业在家，潘东升从未利用手中的职权，为家人谋过任何利益。

潘局长是“硬骨头”，但又是“软心肠”。

2014年，来到三明市地处偏远的岩前派出所调研，眼前的景象让潘东升伫立良久：不足10平方米的老平房宿舍里，仅有一桌一床，所有的生活用品都挤在桌面上，冬天没有热水洗澡，食堂也没办法开办伙食。

“一定要给民警一个温暖的家！”很快，“暖警工程”“团圆计划”陆续推开，基层派出所民警住得好、吃得好，外地无房民警也住进设施齐全的“周转房”。

到了福州，他又在总结三明经验的基础上，推出了解决民警夫妻两地分居的“积分制”，目前已帮助68名民警调动工作。

从入职培训到职级晋升，从提高待遇到医疗保险……潘东升虽然走了，但他爱警惠警的一腔热忱，为民执法的一腔抱负，都留在了一线民警心中。

福州市公安局巡特警支队民警姜迎新忘不了，2018年的春天，自己的一百多名新警参加授衔仪式，他们一个个走向潘东升，他就那样笔直挺立，敬礼、授衔，面带微笑，如师亦友。

“您未尽的事业终将被我们扛起。”姜迎新在纪念文章里这样写道，“如同诗里说的那样——只要春风吹到的地方，到处都是青青的野草。”

新华社福州11月18日电

推动中国农业品牌化的“拓荒者”

记浙江大学CARD中国农业品牌研究中心主任胡晓云

本报记者谢云挺

革命老区宁夏盐池县滩羊，肉质细嫩、低脂无膻、香味浓郁，但在市场角逐中，一直处于弱势，优质难以优价。2015年，浙江大学CARD中国农业品牌研究中心的专家团队协同当地政府，为其进行区域公用品牌战略规划和设计推广，“盐池滩羊”成了脱贫的“领头羊”，带动了盐池县在宁夏8个贫困县中率先摘掉了“贫困帽”。

这支专家团队的灵魂人物是胡晓云。她和她的团队帮助全国多地打造了长白山人参、烟台苹果等上百个农产品区域公用品牌，助农增收数百亿元。作为浙江大学CARD中国农业品牌研究中心主任，她经过扎实研究提出了“农产品区域公用品牌”概念，引领了中国农业品牌化的方向。2017年，“推进区域公用品牌化建设”被写入中央一号文件。

17年来，胡晓云出版了《中国农业品牌论》等20多本著作，发表了40余篇论文和百余个调研和评估报告，构建起中国农业品牌研究体系。她探索的发展模式、制度方法，有效地推动着中国农业品牌化的进程。

“8个中国黄岩蜜橘抵不过1个日本小柿饼”

1983年，胡晓云以优异的成绩从浙江大学毕业并留校任教。1994年，胡晓云进入广告教学领域。她是浙江大学广告学学科带头人，2003年获得首届中国十大广告学人，2005年荣膺首届中国杰出广告人。

在普遍的学理意义及城市品牌、高端消费品牌方面进行品牌研究与实践的胡晓云，转而专注于中国农业品

牌化研究，源于不经意间的一次探访。

2004年，在澳门八佰伴，胡晓云看到中国优质农产品的尴尬，“8个家乡的黄岩蜜橘价格抵不过1个日本小柿饼，仍乏人问津，当时那种震撼和刺痛特别深刻。”胡晓云说，我们不能坐在象牙塔里，一边喝着别国的咖啡，吃着别国的农产品，一边谈论着中国农村的落后、中国农民的贫穷。“我不愿意看到这种情景永远持续。”

回来后，胡晓云马上着手组建数十人的团队，展开了全国范围的农业品牌状况调研，历时两年多，横跨29个省市自治区，获得了大量第一手的数据与资料。2006年，胡晓云发表《关注中国“三农”，关注民生期待》，在中国品牌传播界发出了第一声呐喊，引起广泛关注。

但中国农业究竟应该走一条什么样的品牌化道路？

“由于中国农业的基本经营制度是家庭联产承包责任制，依靠千家万户分散生产的小农推进品牌化并不现实，也不可能效仿欧美‘大农场制’做法。”胡晓云的创见是，以中国文脉为根本，打造农产品区域公用品牌，实行区域公用品牌带动企业个体品牌的“母子”结构模式，联合闯市场，从根本上解决个体企业弱小无力任性的难题。

2007年，胡晓云出版了《中国农业品牌化——中国特征与中国方略》专著，首次提出“农产品区域公用品牌”概念，并论证指出，中国大部分农业区域可以以区域公用品牌为抓手，实现有效的农业品牌传播，推动农产品品牌溢价。

紧接着，她继续率领课题组，借助德尔菲法等多种专业调查法，研制出针对区域公用品牌和企业产品品牌的两套应用性评估模型，构建起中国特色与价值性的农产品品牌建设和预测和

评价指标体系。

有的学者搞研究的目的在于写论文、评职称，胡晓云不想让自己太过功利化，她有“国之大家”的情怀，一头扎进农业品牌研究中，希望深入地真正研究点问题，为社会提供有效的专业帮助。

品牌农业是个全新的研究领域，不仅需要农业经济和品牌传播方面的专业知识，还要综合利用人文学科与社会科学进行立体研究。为了让自己拥有综合性交叉研究能力，胡晓云选择攻读管理学博士，在获得博士学位后，又赴香港城市大学访学，实施学科交叉研究的深入协同——农业品牌研究。

2009年，胡晓云在浙江大学中国农村发展研究院的支持下，领衔创建浙江大学CARD中国农业品牌研究中心。依托这一平台，胡晓云带领团队摸索前行，创立了多个“第一”：举办全国第一个农产品区域公用品牌论坛、全国第一个国家级农业品牌大会、全国第一个农产品包装设计大赛等。

这些活动都不是任务，也没有专项经费支持，完全是责任的驱使，是不计得失的付出。为了澳门八佰伴那一眼，胡晓云靠着执着，成为推动中国农业品牌化的“拓荒者”。

如今，越来越多人理解了农业品牌的地位、作用和价值，品牌化成为继产业化、规模化、标准化之后，中国农业现代化的核心标志。胡晓云的品牌研究中心，担当着中国农业品牌领域的权威智库责任。今年9月，浙江大学中国农村发展研究院又得到喜讯，“品牌化、组织化、数字化‘三化’协同助推乡村振兴”被中国社会科学评价研究院评为“2021年中国智库特色案例（社会服务）”。

“农产品区域公用品牌”创造裂变

中国有数千年的农耕文明，特色农产品种类丰富繁多，许多好产品卖不上好价钱，缺的就是品牌效能。

“一个地方特产，登记地理标志，注册集体商标或证明商标，只是区域公用品牌建设的一个环节而已。”胡晓云说，打造农产品区域品牌，需根据地方资源禀赋特点、消费趋势变化因地制宜进行。一些地方政府往往将商标理解为品牌，存在重视商标量，忽略商标质；重视规模生产，轻视规划设计；强调产品历史，无视消费文化等现象。

为了便于我国农产品区域打造公用品牌，胡晓云经过多年研究实践，提炼出单一产业、多品类、全区域、区域联合品牌等4种农产品区域公用品牌创建与运营模式。打造“丽水山耕”带来的裂变，是其中的典型案例。

地处浙南山区的丽水市，如同地名一样，天赐秀山丽水，有“浙江绿谷”“华东氧吧”之誉，生态环境超群。但“九山半水半分田”的地貌特征，决定了丽水农业产业“多、小、散”的特点，全市6000多家农业经营主体，尽管有许多优质农产品，却卖不上好价钱。

2014年，胡晓云协同丽水市委市政府，根据丽水区域及农业的实际情况，创建了基于中国农业现状、针对山区农业特征，覆盖全地域、全品类、全产业链的农产品区域公用品牌“丽水山耕”。该品牌以“法自然、享淳真”为价值定位，传递出丽水水产品的根本特征，由地方政府授权当地国有“农投公司”运营。品牌系统采取“母鸡带小鸡”方式，以“丽水山耕”标识标准统一对外，实行企业子品牌严格准入和农产品溯源监管，以保障“丽水山耕”

的农产品品质。政府发挥集聚资源、整合力量、品牌传播的独特优势，很快赢得了社会各界广泛赞誉。

“丽水山耕”模式不仅降低生产主体进入市场的成本，创造出平均33%的溢价空间，还深刻影响了当地山区农业现代化的进程。

“丽水山耕”的成功探索，引发了多地特别是山区农业的品牌化进程：巴味渝珍、天賦河套、济宁礼食、一座保山、三衢味……天南地北，胡晓云和她的团队打造的一个个彰显地方特征的全品类区域公用品牌，以区域特色为基础，顺应品牌建设的区域化趋势，在绿水青山转换成金山银山的过程中，承担起不可或缺的桥梁作用。

近年来，胡晓云推出了以乡村空间作为研究对象的乡村品牌化研究成果。在她看来，政府在美丽乡村建设中投入了大量资金，只有倡导品牌化，强调基于独特文脉的差异化，才能有效避免千村一面的同质化现象，才能挖掘乡村价值，凸显个性化乡村意义，推动“美丽乡村”到“美丽经济”的蝶变。

“永安稻香小镇”是胡晓云领衔打造的一个处于都市中的乡村品牌。这个世代以水稻为生的杭州市余杭区的乡村，自品牌运营以来，乡村集体经济年收入平均增长达到56.17%，农民因乡村品牌化增加了额外收入。

“浙江已打造了1000个3A级村落，目的是将其推向乡村旅游市场，而品牌是连接村落和消费者的必需工具。因此，乡村品牌化必将成为农业品牌化之后又一个重要探索对象。”胡晓云肯定地说。

中国农产品需要打造“国家名片”

当前，国家与国家之间、区域与

区域之间的竞争，越来越趋向于品牌之间的较量。因为品牌的背后，实际上是质量、是文化、是信誉、是综合竞争力。

胡晓云认为，在品牌战略上升为国家战略的背景下，亟须重视打造中国农产品“国家名片”。

“我国地大物博、气候多样，孕育了众多地理标志的农产品，这是世界的通行证，具有强大的竞争力量。”胡晓云说。她以新西兰打造“奇异果”国家品牌为例，当地专门成立了市场营销局，形成国家推力，并制定品牌的统一标识和生产标准，全球统一行销。赢得国际市场后，以此开道，输出本国的奶粉、羊肉。这种做法不仅收获了农产品的溢价增值，也大大提升了国家形象，值得借鉴。

“品牌是个战略，不是立马见效的。它是个专业化程度非常高的系统工程，需要宏观、中观、微观的规划和设计推广。”胡晓云说。

中国是茶叶的故乡，无论种植面积、产量、销售量均位于世界前列。胡晓云建议，中国品牌走向世界的国际名片应首推茶叶，通过茶叶品牌的国际化竞争，传播中国文化与生活方式，同时带动其他地标农产品品牌形成国际市场的品牌竞争力。中欧地标贸易协定，是我国农产品走向国际的通道。但走出国门的农产品，应当富有品牌魅力，才能不辱使命。

“培育国家品牌要重视深度培育产业链和消费者，要在品牌形象、传播策略、行销方法等方面有统一规划，要充分体现出国际化、年轻化与中国文脉、中国特色的高度衔接。”胡晓云期待并深信，只要有目标、有方法、齐心协力、扎实推进，在不远的未来，中国的农产品、中国的乡村，一定能够让世界转身，向东看。