



复旦大学附属华山医院朱炎逢 13 年间在救援中成长

救灾火线入党 抗疫坚守后方

全面提升上海城市软实力
新时代·新市民

开栏的话

昨天，中国共产党上海市第十一届委员会第十一次全体会议举行，审议通过《中共上海市委关于厚植城市精神彰显城市品格全面提升上海城市软实力的意见》。

城市软实力、城市精神品格看似无形，实则由千千万万的人创造出来，也要在千千万万的人身上展现出来。每个自带“精神流量”的市民汇聚在一起，组成了新时代新市民的“群像图”；风雨来袭时同舟共济、共克时艰，承平顺境时毫不懈怠、奋发进取，日常岗位上精益求精、追求极致，平时生活中友爱友善、和睦和谐。

人民群众是城市精神的创造者和传递者。聚焦全会提出的塑造新时代市民新形象的要求，今起，本报推出“新时代·新市民”系列报道，将目光投向普通人，感受那些已深深熔铸在上海市民品质、情感及行为中的上海软实力。

新冠疫情突如其来，白衣天使们以“人民至上、生命至上”的伟大信念，诠释了人间大爱，书写了抗疫史诗。共克时艰的日子里，有逆行出征的豪迈，也有顽强不屈的坚守。在疫情、灾难面前，他们就像守护生命的明灯，燃烧自己、照亮他人。

复旦大学附属华山医院 6 楼手术室护士长朱炎逢就是这样一位新时代的“男”丁格尔，他在地震火线入党，又完成国际援建，新冠疫情期间坚守岗位。他说：“我始终记得入党时的初心，我的血还是热的！只要国家、百姓需要，我就义无反顾！”

一线救灾申请入党

朱炎逢至今还记得 13 年前听到华山医院要派救援队去汶川的那一刻。那天正好是护士节，听到消息时还在手术台边，“血”腾一下子涌了上来，毫不犹豫地报了名。当时，他的妻子正怀孕，其实小家同样需要他。“大灾大难时，作为手术室护士，我觉得去前线是我的职责所在。”他说。

医疗队是第一批进驻北川重灾区的队伍，残垣断壁前，灾民期待、渴望的眼神让他至今难忘。队员们以最快的速度了解灾情、清点物资，



6 楼手术室护士长朱炎逢在工作中

刘燕 摄

确定救灾场地、建立救灾流程，这一切，党员都冲在最前面。“我们队伍里党员很多，面对所有危险的事情，党员都会说：‘我是党员，我先来。’这句话给了我很大震撼。到达灾区后的第 3 天，我和另外一位队员就在灾区的帐篷里写了入党申请书。”这份入党申请书是写在处方上的，对朱炎逢来说，他第一次体会到什么叫“共克时艰”。

在多次救援中成长

以 2008 年为起点，朱炎逢先后参加中国红十字国际救援队赴菲律宾台风灾区、参与中国红十字援外

医疗队赴瓜达尔港筹建“中巴博爱医疗急救中心”，带去了中国经验，也体现了患难与共的担当。

个人成长的 13 年，也是见证我国应急救援救援体系不断成熟的 13 年。“我很庆幸组织接纳了我，让我火线入党。13 年里经历的每一次救援救灾，都让我更加热爱我的祖国，珍惜共产党员这个身份。”他说。

朱炎逢作为华山医院紧急医学救援队成员参加了国家紧急救援队，“针对不同气候、不同灾害类型，我们做了针对演练；医院还组织了突发传染病应急处置模拟演练。”从凭经验派医疗队，到带足正规物资

赴海外救援，“我们国家进入了真正的现代化、有理论、有体系的救援阶段，能参与这个过程并从中成长，我无比荣幸。”

疫情暴发驻守申城

2020 年新冠疫情暴发，朱炎逢所在的华山医院派出 273 位队员支援武汉，更让全中国认识了喊出“党员先上”的张文宏。朱炎逢不是没有报名援鄂，但这一次，上海同样需要坚守，他选择服从安排听指挥。前线医疗队员和留守同事的各项工作需要统筹协调，队员的生活和心理情况他也一一关心，有困难还要帮着顶上。换班、加班……无论是疫情一线防控，还是各级各类手术，他和同事们一起为守住这座城市的健康默默努力着。口罩下，是被勒出深深印痕的脸；防护镜下，是布满红血丝的眼……千千万万的医护人员以高度的责任感和顽强的意志力，守住了人民群众的“生命线”。

今年是建党百年，朱炎逢重温了 13 年前简短却真挚的入党申请书：“他们（党员）的光辉形象给我以强大的冲击，使我更进一步了解到党的本质就是全心全意为人民服务。本着对党无限向往，我迫切地想加入光荣的共产党。”13 年后，他说：“人成熟了，但激情始终在，只要有需要，我一定还会站出来。”

首席记者 左妍

《百年大党——老外讲故事》 百集融媒体产品(77)

百年大党 老外讲故事



裴威尔 (西班牙)

西萨化工(上海)有限公司

总经理

“中国政治制度有一个很大的优势，是可以做长远的规划。如果你能做长远的规划，你就可以调整并指引未来的发展方向。”



上海市人民政府新闻办公室 新民晚报 联合出品 扫码查看详情

新民晚报品牌价值突破500亿元

位居 2021 年《中国 500 最具价值品牌》榜单第 164 名

本报北京今日电（驻京记者潘子璇）2021 年《中国 500 最具价值品牌》榜单昨天在京揭晓。“新民晚报”品牌价值突破 500 亿元，以 505.83 亿元的品牌价值位居第 164 名，连续 18 年上榜，品牌价值从第一届的 44.67 亿元跃升至 505.83 亿元，较去年提升 53.91 亿元。

57 个中国品牌价值超千亿

今年是世界品牌实验室编制中国品牌报告的第 18 个年头，2004 年入选门槛仅为 5 亿元，前 500 名品牌的平均价值为 49.43 亿元。今年，入选门槛提高到 30.68 亿元，而前 500 名品牌的平均价值高达 557.91 亿元，增幅为 1028.69%。

2021 年度《中国 500 最具价值品牌》的总价值为 278953.20 亿元，

比去年增加 32032.62 亿元，增加幅度为 12.97%。

今年有 57 个中国品牌的价值超过 1000 亿元。其中，国家电网以 5576.95 亿元的品牌价值荣登榜首。占据榜单前五名的还有中国工商银行（4962.76 亿元）、海尔（4575.29 亿元）、中国石油（4425.79 亿元）、中国人寿（4366.72 亿元），这些品牌已经迈进世界级品牌阵营。

上海本年度 42 个品牌入选

本年度上海共 42 个品牌入选《中国 500 最具价值品牌》，比去年有所增加。上汽以 3197.25 亿元的品牌价值排名第 18 位，其后依次是交通银行、宝武、中国太平、上海电气、拼多多、圣象。传媒类品牌除“新民晚报”外，上海文化广播影视集团有限公司

拥有的“SMG”也进入榜单，以 637.95 亿元的品牌价值位居 102 名。

品牌是一个地区发展的重要标志，品牌带动区域经济的成长，区域经济的发展又促进当地品牌的成长。今年华东地区以 197 个品牌上榜，继续位居 2021 年品牌区域分布的榜首。世界品牌实验室分析报告指出，长三角地区是我国经济发展最活跃、创新能力最强、开放程度最高的区域之一，在经济总量和科创水平方面优势凸显。打造长三角科技创新共同体，除了以高质量发展为主引擎，建设原始创新策源地、融合创新示范区、开放创新引领区，还需要推进文化融合，上海大都市圈建设要把江南文化的传承和创新纳入整体规划，增强文化的包容性，促进长三角地区一体化发展。

“十四五”末沪旅游总收入要超7000亿元

将“黄浦江旅游”打造成“必游”“必看”世界级旅游精品

本报讯（记者 杨玉红）到“十四五”末，上海旅游的总收入要由 2020 年的 3139.78 亿元，增加到 7000 亿元以上。昨天，上海市人民政府办公厅印发《上海市“十四五”时期深化世界著名旅游城市建设规划》的通知，将建设市民游客共享的黄浦江“世界会客厅”。

“十四五”时期，受疫情影响，旅游业面临诸多不确定因素，特别是国际市场的“低谷期”和“恢复期”仍有较长时间。同时，疫情常态化防控

正加快推动世界旅游发展趋势、发展格局变化，人民群众的旅游需求更加注重安全性、体验度和品质化，将引导旅游体验加速从观光旅游为主向休闲度假为主转变，旅游场景加速从旅游景区向全域旅游转变，旅游供给加速从“有没有”“缺不缺”向“好不好”“精不精”转变。

规划提出，上海将实施旅游“倍增”计划。到“十四五”末，上海旅游的总收入要由 2020 年的 3139.78 亿元增加到 7000 亿元以上，占上海

GDP 的 6%，成为上海的支柱产业；打造 100 个重大旅游投资项目、6 个千万级的旅游流量入口，“家门口的好去处”由 2020 年的 50 个增加至 200 个，入境过夜外国旅游者人次力争位居全国城市首位。

规划提出，建设黄浦江“世界会客厅”将成为上海完善都市旅游功能空间，建设富有文化底蕴的世界级旅游目的地的主要任务之一。将“黄浦江旅游”打造成“必游”“必看”的世界级旅游精品。