9月22日，参加第二个“中国城市无车日”活动的城市增至111个

城市交通 注入“绿色”思维

本报记者 王 炜 赖仁琼 沈文敏 孔祥武 朱 磊 张志峰



9月21日，上海市试行“地铁轨道+自行车”的绿色便利交通，市民纷纷刷卡取自行车。 张海峰摄

热点解读

9月22日，上午7时40分，合肥经纬单车俱乐部100多辆自行车从省博物馆出发，经芜湖路、黄山路，浩浩荡荡向政务新区骑行……“今天改用单车作为交通工具的人很多。路况不错，上班高峰期，车也比以往少了一些。”车队成员沈家明说。

这是第二个城市无车日记者在合肥街头看到的一幕。

扩大汽车的道路空间并不能解决现在交通所面临的难题

这个无车日，因为奥运会的成功举办，而更受瞩目。由于广州的加入，承诺参加无车日活动的城市增加至111个，涉及2.29亿人。

为鼓励各地努力改善和重新分配非机动车和行人使用的道路空间，以缓解交通拥堵、改善空气质量并节约能源，今年我国无车日活动的主题是“人性化的街道”。

“这一主题是要传递一个明确的信息，扩大汽车的道路空间并不能解决现在交通所面临的难题。减少汽车的道路空间反而是一种有效的解决方案，能在不减少个体出行的情况下为所有市民提供更健康的生活方式。”住房和城乡建设部城建司交通处处长兰荣说。

划定一定区域（道路）作为无小汽车区，市长对建设“人性化街道”作出承诺，市府领导带头“绿色出行”等，是今年各地无车日活动的“必修课”。

长春市开展的“无车日”活动，重点限制政府机关、事业单位工作用车，部分区域街路实施交通管制。这一天，由一汽客车集团大连客车厂研制的200辆节能公交车正式上线运营。这些公交车采用天然气发动机，排放达到欧III标准。

一些并未出现明显拥堵的中小城市也积极参与。继去年首次参加“无车日”活动，湖北武汉、随州、松滋等8城市继续参与。其中，松滋属于县级市，平时交通不算拥堵，当天一些党政机关停用公务车。私家车主赵晴选择乘出租车外出。“我们热情参与，是希望居住的城市更美丽！”

“北京今天面临的交通问题，很可能这些城市以后也会面临。”兰荣说，中小城市参与无车日活动，可以向市民推广绿色出行的理念，并在城市布局和交通管理方式上，早作安排。

越来越多的城市开始增加步行区、自行车道和公交专用道

9月22日，北京解除奥运期间各种交通管理措施后的首个工作日。随着单双号限行措施的取消，各条道路车流明显增长，很多市民担心，奥运期间的交通畅通局面能否持续？

交管局指挥中心主任邵杰介绍说，为此，交管部门提前进行宣传，提前发布交通动态预测信息，提示市民尽量选择绿色出行方式。市公交集团从9月22日早高峰起，加派3000名工作人员、志愿者在全市各主要公交车站疏导客流、维护站台秩序。

北京奥运会期间实施单双号限行并封存部分公车，让市民享受了久违的畅通，同时为我国城市重新思考交通发展模式做了有益的试验。

坐出租车太近，而走路又太远，不如租辆自行车“摆渡”——上海浦东新区公共自行车免费租赁项目在无车日上午正式启动，设在陆家嘴和三林地区各小区、车站附近的30个免费自行车租车点同时亮相，每个点配备50辆自行车。

当天，在轨道交通2号线张江高科站试点推出便民车服务，尝试轨道交通与自行车短驳配套出行模式。这也是国内首批“无人值守自行车租赁站点”。据介绍，用户在锁柱面板上刷卡即可取车，还车时只要将自行车车栓正确插入到锁柱的锁罩内，再次刷卡即可，非常适用于闹市和上下班高峰期。预计到2010年底前，上海全市将设立1200个租车网点，并从地铁站周边向社会网点扩展，到2012年达3500个网点。

为鼓励绿色出行，目前越来越多的城市开始增加步行区、自行车道和公交专用道。兰荣肯定了上海的这一做法，“道路空间的重新划分不是想让开车人的出行变得困难，而是想改善所有人的交通选择权和生活质量。”

通过公共交通周和无车日活动，有效制止城市决策者盲目压缩非机动车道和人行道的错误

“国际无车日”诞生于1998年的法国，时年9月22日，法国35个城市的市民自愿在这一天弃用私家车。一年后的同一天，66个法国城市和92个意大利城市参加“无车日”活动。之后的2000年，无车日倡议被纳入欧盟的环保政策框架内。9月22日成了“欧洲无车日”、“国际无车日”，全球前后有1488座城市加入这一活动。

现阶段，很多城市为解决小汽车快速发展带来的城市交通拥堵问题，盲目修桥、扩路，挤占非机动车道和人行道。通过公共交通周和无车日活动，有效制止城市决策者盲目压缩非机动车道和人行道的错误，有助于进一步推进城市交通领域的节能减排，改善城市环境。

对全国各地开展的无车日活动，住房和城乡建设部将紧密跟踪效果，并总结值得推广的经验。据了解，围绕“人性化的街道”这一主题，住房和城乡建设部将陆续开展“步行、非机动车等慢行交通示范城市评选”等活动。

“我们希望借助无车日，推动各地建立更人性化的更长效的交通机制。”兰荣说，一方面，让地方政府重新思考道路使用权的分配，更重视此类政策的制定。同时也逐渐使绿色出行成为普通市民潜移默化的选择，创造连续、畅通并且舒适的交通系统和更宜居的环境。

名牌评选取消之后

苏显龙

国家质检总局日前发布公告，撤销蒙牛、伊利、光明三家企业液态奶产品中国名牌产品称号，并重申今后将不再直接办理与企业和产品有关的名牌评选活动。这是质检总局在加强企业监管和明晰自身定位方面迈出的重要一步。

在这次影响恶劣的“三鹿奶粉”事件中，受到公众谴责的不仅是无良厂家，授予制奶企业“中国名牌产品”称号的国家相关部门也受到质疑。人们不能不问的是，三鹿、蒙牛等公司“国家免检产品”资格是如何拿到的？获得免检资格的企业，监管部门真的就“一发了之”吗？

对普通老百姓而言，购买商品尤其是事关生命健康的食品，图的就是“吃着放心，用着安心”。而企业为了在激烈的竞争中脱颖而出，急需有一个权威机构来对其产品质量予以认可，于是各类“评选”和“标志”等认证活动才有了市场。

从推进中国名牌发展战略的角度看，这样的活动具有一定积极意义，但随着评选的过多过滥，围绕公平公正的争议和质疑不断升级，造成一些混乱。事实上，商品质量的优劣，最终只能由消费者说了算，没有哪个产品的品牌是靠行政机构或其所属的中介组织人为评选出来的。

此次的“三鹿奶粉”事件，继“牙防组”事件之后，使公众再次对监管部门颁发的“名牌产品”产生了信任危机。因为不少消费者购买三鹿婴幼儿奶粉，就是冲着质检部门颁发的“名牌”招牌去的。

在我国市场经济发展的初期阶段，一个民族品牌的培养和壮大往往需要付出大量心血。作为企业，提高品牌意识，追求利益最大化，固然重要，但不能忘了自己的社会责任，为了一时利益而杀鸡取卵；作为质量监管部门，更应该站在振兴民族产业的高度，以扎实严格的监管，呵护来之不易的民族品牌。不能乱发“招牌”，更不能发了“招牌”就当“甩手掌柜”。这样不仅是对企业和公众的不负责，对政府公信力的伤害也是无法弥补的。

9月21日上午，温家宝总理在北京看望“奶粉事件”患病儿童时，深刻地指出，“在这起事件中，暴露出政府监管不力，也反映出一些企业缺乏职业道德和社会公德……我们不仅要追究领导责任，对这样的企业，也要坚决整顿、处理，一个也不放过！”

近日来，全社会各方联动，快速处理“三鹿奶粉”事件的透明度和力度，令人在愤愤之余备感振奋——监管部门和地方领导被问责，企业负责人被刑拘，患病婴儿得到及时救治，合法奶农的利益受到保护……如果各方合力以此为契机加强产品质量监管，净化市场环境，就可以如温总理期望的那样，“把食品安全工作进一步抓好，让坏事变成好事”。

人民时评

ThinkPad全家族震撼亮相 思行合一“小黑”屡达巅峰

——ThinkPad X、T、R、SL系列与新成员W系列全面覆盖商用市场

基于对PC市场需求的深刻洞察，联想集团日前在北京发布旗下商务领导品牌ThinkPad笔记本电脑全线新产品，包括全新的W系列新品。联想ThinkPad就此以W、T、X、R、SL等五大产品系列对商务笔记本电脑市场形成了充分地覆盖，旨在为需求各异的广大商务用户提供品质卓越、技术创新的笔记本电脑产品，进一步巩固其在商务市场的领导者地位。

此次，联想推出的ThinkPad涵盖五大系列的九大全新机型，分别为W700、W500、T500、T400、X200、X301、R400、R500及SL300，后续还将发布X200s和X200平板电脑。秉持ThinkPad笔记本电脑一贯引以为豪的卓越品质和创新技术，联想此次带来了诸多曾应用在ThinkPad X300笔记本电脑上的创新技术，如SSD固态硬盘、LED背光显示屏以及GPS等功能。五大系列笔记本电脑均在绿色环保上取得了突出成就，其中T400更成为全球业界第一个荣获“GreenGuard”认证的笔记本电脑。此次，联想所有最新的ThinkPad笔记本电脑大部分都采用了Intel最新的Centrino® 2处理器平台技术。

笔记本市场增长显著 细分用户成主流

近年，全球笔记本电脑市场增长显著。IDC的研究报告显示，2007年全球笔记本电脑出货量同往年相比增长了33%。与此同时，商务用户对于笔记本电脑的需求也越来越丰富，用户在高性能、便携性、多媒体功能等方面的多元化、个性化需求让商务笔记本市场变得日益细化。

为此，联想继日前发布的针对中小企业用户市场的SL系列，再次推出又一全新产品系列——面向动画设计、能源勘探等专业领域的移动工作站W系列。从此前的T、X、R三大产品系列发展至今天的五大产品系列，表明商务笔记本电脑主要细分市场均能在ThinkPad产品系列中找到符合其需求的笔记本电脑产品。

其中，ThinkPad T系列性能品质卓越，获得了性能与便携的平衡；X系列具备超强的移动性，具有超便携与超长电源续航能力；R系列拥有主流的性能和非凡的性价比，能够帮助企业用户降低总体支出成本；SL系列集成了基础商务功能与强大的多媒体性能，是中小企业用户的终极商业利器；而最新推出的W系列则在图形处理等专业领域表现突出，助力专业人士最大程度地实现其创新。



T、X、R、SL与新秀W组成ThinkPad完美阵容

ThinkPad最新机型T、X、R、SL与新成员W等系列产品为商务用户提供了全面、丰富的笔记本电脑选择。其中，旗舰机型ThinkPad T400/500专为高端商务用户设计，通过采用LED背光显示屏、SSD固态硬盘等技术，搭载领先业界的新一代影像输出规格DisplayPort，延续其T系列作为主流高端机型的定位。此外，该全新ThinkPad T系列笔记本电脑环保性能大幅提高，成为全球业界首个获得“GreenGuard”称号的笔记本电脑。

继备受好评的ThinkPad X300，联想此次再接再厉推出X200，首次采用12.1英寸宽屏、标准7行键盘设计，最轻重量仅为1.35公斤，最长拥有将近10小时的电池使用时间，无愧“便携之王”。ThinkPad X200的推出无疑为高度重视笔记本电脑便携性的用户带来最佳选择。

ThinkPad R系列推出15.4英寸的R500与14.1英寸的R400两种机型，其固态硬盘可以满足用户对笔记本高可靠性的需求，并在保持用户生产力的同时大幅降低用户总体拥有成本，为用户带来最具性价比的笔记本电脑。

中小企业机ThinkPad SL系列此次推出主流13英寸宽屏产品，在多媒体与商务应用上继续保持优势，为中小企业主以有限成本带来最具投资回报率的笔记本电脑应用体验。

同时，联想也正式推出针对专业市场设计的全新ThinkPad W系列，包括W700与W500。它是针对专业人士特别推出的移动图形工作站，具有多项革新性的技术与创新的ThinkPad W系列宽屏移动工作站，将以超越数据及图形密集满足用户的需求。联想为移动工作站带来业界首款内置手写板及色彩校准器，并支持即将上市的Intel移动四核处理器。这一系列创新使ThinkPad W700成为移动工作站领域电源表现与性能的标杆。

思考行动派 ThinkPad与用户思行合一

对商务用户来说，ThinkPad就是笔记本电脑产品领袖的同义词。联想不仅将为用户提供丰富的选择，也努力让ThinkPad成为用户成功的助于，助力其思考与行动的工具，为不断改善用户的生产效率而创新，为其成功提供最强劲的动力。

联想集团将借助ThinkPad全系列新产品推出之际启动“思考行动派”活动，为用户提供一个网络互动平台，鼓励用户发挥创意，并将之付诸行动。届时网友通过该平台将有机会免费获得ThinkPad最新产品。

ThinkPad在其诞生以来，“会思考的笔记本电脑”即成为其代名词，并获得了用户的高度赞誉。今天，联想ThinkPad秉承“思考”精神，不断将之付诸行动，并以史无前例的丰富产品线履行对用户的承诺——提供最具卓越品质与技术创新的笔记本电脑产品，助力商务用户不断获得成功。

·广告·

领导公文写作技巧与常用公文范本大全

本书立足于行政办公的实际情况，从行政公文、事务文书、法律文书、经济文书、告启文书等十四个方面，对各种写作文体进行了新的梳理与阐释，为各个层级的领导者提供了大量实用性、规范性公文的写作技巧与方法及丰富翔实、融通俗性与可操作性为一体的大量公文范例。

特别提示 本书**赠品配套光碟**由北大方正最新研制的阅读软件Apabi Resder1812提供支持，全中文界面，翻页、检索、标注、书签功能齐备，可下载、打印，可修改变通、便于携带，方便广大读者应用。

漂亮公文轻松写就 即查即用便捷实用

总目录

第一篇 领导行政公文
第一章 行政公文概述
第二章 上行文
第三章 下行文
第四章 平行文
第二篇 事务文书
第一章 事务文书概述
第二章 决策类
第三章 规章类
第四章 会务类
第五章 考核类
第三篇 法律文书
第一章 法律文书概述
第二章 刑事类
第三章 民事类
第四章 行政类
第五章 仲裁类
第六章 其他类
第四篇 经济文书
第一章 经济文书概述
第二章 协议类
第三章 报告类
第四章 工商类
第五章 市场类
第六章 金融类
第七章 管理类
第五篇 告启文书
第一章 广告类
第二章 启事类
第六篇 条据文书
第一章 条据文书概述
第二章 凭证类
第三章 说明类
第七篇 传播文书
第一章 传播文书概述
第二章 新闻类
第三章 消息类
第四章 通讯类
第五章 信息类
第八篇 科技文书
第一章 科技文书概述
第二章 科研类
第三章 技术类
第四章 论文类
第五章 情报类
第九篇 宣传文书
第一章 宣传文书概论
第二章 文稿类
第三章 说明类
第十篇 礼仪文书
第一章 礼仪文书概述
第二章 庆祝类
第三章 致词类
第四章 聘邀书
第五章 哀祭类
第十一篇 外事文书
第一章 外事文书概述
第二章 交往类
第三章 证件类
第四章 协议类
第十二篇 书信文书
第一章 书信文书概述
第二章 一般类
第三章 专用类
第十三篇 传记文体
第一章 传记文体概述
第二章 传记类
第三章 史志类
第四章 其他类
第十四篇 民事文书
第一章 民事文书概述
第二章 婚事类
第三章 寿庆类
第四章 丧葬类
第五章 其他类



光明日报出版社 16开精装
全四卷赠配套光盘
定价：998.00元

请将下列订购表格传真或邮寄至我公司(加盖单位公章有效)，我公司收到回执单后2日内发书(内附正式发票)
当您收到书后，请通过邮局或银行汇款至我公司 传真：010-65518108 65518208

订购单位		电 话		联系人	
详细地址		手 机		邮 编	
图书名称				定价(元)	订数(套)
《领导公文写作技巧与常用公文范本大全》				998.00	
《领导口才艺术》(大众文艺出版社 16开精装 全四卷 赠光盘一张)				998.00	
《寓言式领导艺术》(大众文艺出版社 16开精装 全四卷 赠光盘一张)				998.00	
《非权力领导艺术》(大众文艺出版社 16开精装 全四卷 赠光盘一张)				998.00	
《领导场景讲话艺术与经典案例全集》(大众文艺出版社 16开精装全四卷 赠光盘)				998.00	
《国学大书院》(三秦出版社 小16开精装 全60册)				1188.00	
《外国文学名著文库》(华夏出版社 大32开精装 全103册)				1919.00	

地址：北京东直门南大街14号保利大厦778室 邮编：100027 免费订购电话：400-898-6115
北京湖山书苑文化艺术有限公司 先发货物 后付款 订购热线：010-65518168 65518198