

土耳其出兵搅动叙利亚局势

□ 中国国际广播电台 武剑

■提要

土耳其此次跨境打击，主要是为了消除土叙边境潜在的安全威胁、为美国支持叙利亚库尔德武装的行为划设“红线”。不过，值得注意的是，此次军事行动仍将对各方围绕叙利亚问题进行地缘政治博弈产生一定影响。一方面，可强化土耳其与俄罗斯和伊朗的关系，另一方面，齟齬不断的美土关系恐将走向长期化和复杂化。

控制土叙边境西北部的“人民保护部队”与控制土叙边境东北部的“叙利亚民主军”实现合流且壮大，势必对土境内的库尔德工人党形成激励和支持，进而威胁土耳其国家安全。

去年9月22日，叙北部库尔德人控制区举行首次地方选举引发关注。三天后，伊拉克库尔德自治区不顾多方反对就独立问题举行公投。伴随叙利亚内战延续和“伊斯兰国”崛起，库尔德人再次迎来实现百年建国梦的机遇之窗。在此背景下，土耳其更是不给库尔德人势力坐大的任何可乘之机。

由此看来，土耳其清楚地通过此次跨境打击定位为一次有限、可控的军事行动，主要是为消除土叙边境的安全威胁、为美支持叙利亚库尔德武装的行为划设“红线”。值得注意的是，土军事行动仍将对各方围绕叙利亚问题进行地缘政治博弈的形势产生影响。一方面，由于俄出于拉拢土耳其的需要、而伊朗则同样面临叙利亚和库尔德人问题的困扰，两者均对土此次军事行动报以默许态度。俄罗斯和伊朗此举在换取加强与土耳其在叙利亚问题上合作的同时，也使得土在叙利亚问题上的话语权进一步提升。另一方面，土耳其此次军事行动破坏了美国通过扶持代理人以增加在叙存在感的最新政策尝试，但美国仍难以放弃叙利亚库尔德武装这个重要的地缘政治博弈筹码，预计齟齬不断的美土关系将走向长期化和复杂化。



环球论坛

土耳其在叙利亚北部阿夫林地区开展的军事行动已近一周，尽管包括美国、欧盟在内的各方展开斡旋，但战事尚无停息迹象。1月25日，土耳其总统埃尔多安前往与阿夫林接壤的哈塔伊省视察部队，表示只有在达成预定目标后土方才停止军事行动。

过去数周，土耳其武装部队多次炮击叙利亚北部阿夫林地区的“人民保护部队”目标，并将坦克等装备运送到土叙边境。盘踞在该地区的“人民保护部队”被土耳其政府认为是其心腹大患库尔德工人党在叙利亚的分支。1月21日，土武装部队总参谋部宣布对阿夫林地区发起代号为“橄榄枝行动”的地面军事行动。此前强硬警告、跨境炮击到现在亲自上阵，土耳其军事行动不断升级与美主导的打击“伊斯兰国”多国联盟证实欲在叙打造“边境安全部队”一事密切相关。

本月14日，多国联盟发言人瑞安·坎龙表

示，多国联盟和“叙利亚民主军”正在打造叙利亚“边境安全部队”，该部队组建的最终目标大约是3万人。美国此举一石激起千层浪，立即遭到来自叙利亚、俄罗斯、土耳其和伊朗等国的一致强烈反对。叙利亚发表声明强烈谴责美国主导的国际联盟公然侵犯叙利亚主权、统一和领土完整，公然违反国际法。此外，俄罗斯、土耳其和伊朗也都指责美国公然干涉叙利亚内政，并企图分裂叙利亚。美国在叙利亚欲组建“边境安全部队”之所以会引发多方强烈反对，事实上是因为此举系美国利用叙利亚问题牵制上述四方的一石多鸟之策。

首先，随着叙利亚危机的重点由打击“伊斯兰国”转向政治和解进程，美国意图加大扶持叙利亚反对派对巴沙尔政权施加压力，以此达到影响叙利亚未来政治安排的目的。其次，俄通过军事介入叙利亚不仅巩固了其在中东的地缘战略支点，而且还奠定了其在中东重要级

玩家的战略地位。美国有意加强军事存在以削弱俄在叙利亚乃至中东的影响力。再次，7·15未遂军事政变后，土与俄关系越走越近的同时，与西方渐行渐远。不论加入俄土伊主导的叙利亚问题三方合作机制还是执意从俄购买S-400防空导弹系统，土日益表露的离心倾向已使美国和北约阵营不安。为此，美国拿库尔德人问题做文章显然有约束土方用意。最后，伊朗借打击“伊斯兰国”之机将军事力量输入到叙利亚，成建制的什叶派民兵以及可能在叙利亚修建的军事基地，都令美国及其中东盟友以色列备感威胁。

对于美在叙建立“边境安全部队”，土耳其反应最为激烈。埃尔多安明确表态，要将这支部队“扼杀在摇篮中”。在上看来，美打造“边境安全部队”所倚重的“叙利亚民主军”由叙利亚库尔德人和阿拉伯人组成，但其主导者其实是库尔德武装“人民保护部队”。一旦

2017年早教市场规模约为2000亿元，红火背后乱象丛生——

生意靠加盟 客源靠买卖 上课靠忽悠



试镜？表演？高价陷阱！

无需任何培训或资质，只要投资几万元就可加盟；通过招生代理“购买”生源，广告内容与实际课程脱节；招生时随意承诺，合同语义模糊，缴费后立马“变脸”。

由于需求旺盛，目前针对0-6岁阶段的早期教育机构呈爆发式增长态势，其中乱象丛生。部分早教机构生意靠加盟、客源靠买卖、上课靠忽悠，家长们往往在付费之后才发现自己被“套路”。

深圳邱女士近日带着4岁的女儿乐乐购物时，被举着话筒的“星探”拦下，邀请孩子参加免费海选试镜。随后她们来到“深圳市时代华娱文化传媒公司南山分公司”。面试后，一名总监夸赞乐乐有镜头感，并称海选挑选10个孩子，目前只剩最后一个名额，报名23800元两年的课程，可对孩子进行舞蹈、钢琴、形体等方面培训，可以在电视台节目中参与影视表演。

邱女士交了数千元订金，此后工作人员不断电话催款。邱女士发现这家公司已遭不少家长投诉，学习一年没有任何活动。当提出退还订金，工作人员就以报名名单已上交为由拒绝。

免费海选变高价培训并非个案。招生时采用“套路”，已成加盟机构向加盟商传授的重要内容。记者以投资为由，拨通“0-6岁大脑潜能激

发班”早教机构电话。业务经理承诺只要5万元加盟费就可“创富”。打开《商业合作手册》中“招生秘笈”部分，赫然写着“家长掏钱的速度等于被感动的速度”“依据家长阶层推荐不同价位的套餐”。

生源被买卖 代理只管多接单

当您给孩子报了名早教机构，您可能不知道，还没开始上课，部分学费或已支付给了招生代理。业内人士透露，借助招生代理拓客已经是早教行业公开的秘密。

记者以早教机构加盟商的身份联系到一名上海早教代理，对方承诺“只需1万元，就帮你在两天内发售400个课程体验包，并保证5%以上转化率。”也就是说，花1万元可以招徕至少20名学生，按每名学学生每年学费至少4000元计，早教机构两天可以产生至少8万元回报。据透露，招生

代理或营销人员不负责教学，唯一动力就是多接单，会虚构教师资质、编写成功案例，夸大教学效果，会对家长作出许多空头承诺。

早教岂能只为敛财

数据显示，中国婴童教育市场正值高速发展期，2017年早教市场规模约为2000亿元。

然而产业化发展并未带来教学质量的同步提高。除了正规教育品牌，同样涌现不具备教育资质的早教机构，披着幼儿教育的外衣，从事敛财买卖。拓客有成本，营销要付费，教育内容却空心化。教育理念东拼西凑，打着低加盟费甚至零加盟费的幌子招揽投资者，教育质量无从谈起。

中国青少年研究中心研究员孙云晓呼吁加强对早教机构的监管，让幼儿教育回归教育价值和理想，让无序产业化和来自成人的“教育焦虑”放过孩子。（据新华社深圳1月28日电）

“冰冻”模式让我国电网负荷突破历史极值

据新华社北京1月28日电 零下30度！零下40度！近日，我国多地开启“冰冻”模式，一贯温暖的南方省份也大幅降温降雪。受此影响，我国用电水平持续攀升。

记者28日从国家电力调度控制中心获悉，入冬以来，全国发电量日均191.29亿千瓦时，日发电量最高达201亿千瓦时，比去年冬季最大值增长了15%，创史上最高值。

国家电网公司区域内，东北、西北两个区域电网及湖南、辽宁、吉林、江西等省级电网用电负荷均超过夏季用电高峰，突破历史极值。“多地发电量创新高，主要是天气寒冷，居民取暖负荷需求增长明显造成的。”国家电网调度控制中心副主任王玉玲分析说。

此轮冰雪天气，仅江苏的净增空调取暖负荷就超过1000万千瓦，相当于一个南京市的用电负荷。

浙江全面推行“亩均论英雄”改革

据新华社杭州1月28日电 浙江省政府近日印发《关于深化“亩均论英雄”改革的指导意见》，决定在用地5亩以上工业企业已经实施“亩产效益”综合评价的基础上，到2020年全省所有工业企业和规模以上服务业企业（不含批发零售住宿餐饮、银行证券保险行业和房地产开发）以及产业集聚区、经济开发区、高新园区、小微企业园区、特色小镇（不含历史经典产业特色小镇）全面实施“亩产效益”综合评价。

其中，规模以上工业企业综合评价以亩均税收、亩均增加值、全员劳动生产率、单位能耗增加值、单位排放增加值、R&D经费支出占主营业务收入之比6项指标为主。

为了进一步深化“亩均论英雄”改革，浙江省政府完善资源要素差别化政策。在切实推进降本减负的基础上，各县（市、区）政府可依据企业“亩产效益”综合评价结果，依法依规实施用地、用电、用水、用气、排污等资源要素差别化政策，扩大差别化价格实施行业范围，加大首档企业激励力度，倒逼末档企业提升资源要素利用效率。

捷克总统泽曼赢得连任

据新华社布拉格1月27日电 捷克现任总统泽曼27日在总统选举第二轮投票中，击败对手捷克科学院前院长德拉霍什，赢得连任。

据捷克总统选举第二轮投票96%的选票统计，泽曼得票率为51.7%，德拉霍什得票率为48.3%。

泽曼现年73岁，曾任众议院主席、政府总理，在捷克农村和底层民众中颇受欢迎。

作为鲁酒中为数不多走出山东的企业，泰山酒业打造的泰山特曲、五岳独尊等产品，畅销华北、华东、华南等地，并远销我国港澳地区和韩国，创造了业内外称誉的“泰山现象”；五岳独尊三十年正式上市，吹响泰山酒业进军次高端白酒市场的号角

泰山酒业：培植发展新动能 助力鲁酒振兴

1月9日，泰山酒业一年一度的经销商年会召开。来自全国各地五百余名经销商代表共同听取了泰山酒业营销工作报告。泰山酒业集团董事长张铭新在报告中宣布，泰山酒业圆满完成2017年各项任务目标，销售收入同比增长8%，利税同比增长12%。这在整个鲁酒行业无疑是一份亮眼的成绩单。同日，泰山酒业高端战略新品——五岳独尊三十年正式上市，吹响了泰山酒业进军次高端白酒市场的号角。

张铭新在上任泰山酒业董事长伊始，就旗帜鲜明地提出“打造百年幸福泰酒”的宏伟蓝图。在他主导下，泰山酒业对营销、管理、生产技术等进行了系统的改革提升，培植出泰山酒业发展的新动能。

理念先行

以“五大理念”为指导

思维决定行为。基于对行业发展和企业长远发展的深入思考，张铭新经过反复论证最终归纳出打造百年企业的“五大发展理念”，这是泰山酒业实现新旧动能转换的助推器。

“五大理念”是一个完整的体系，这其中包括以效益为中心，以市场为导向，以品牌为核心、以质量为根本，以管理为保障等五个方面。其中，以效益为中心体现的是企业的务实精神，以市场为导向要求企业具有与时俱进的创新精神，以品牌为核心是要求企业应该对人文精神进行更高层次的思考，以质量为本表明企业的发展不能背离产业本质，而管理则是保障企业健康运营的基础。



张铭新还用形象的比喻来阐释这套理论体系。他说：“如果把企业比作一棵大树，那么效益就是‘果’，市场就是‘枝’，品牌就是‘干’，质量就是‘根’，管理就是‘栽培’，包括‘浇水’‘施肥’‘剪枝’等在内的管理行为，它们是有机统一的一个整体。”

明晰的指导思想，是企业改革提升的先决条件。在“五大发展理念”的引领下，泰山酒业进行了一系列的改革创新和战略调整，企业的经济效益和发展质量持续领先。

创新营销

坚持以市场为导向

白酒行业是一个高度成熟的行业，消费者

越来越成熟，白酒的普遍增长时代已经过去。白酒消费形态正从购买商品向购买服务转变，消费者对产品品质的要求越来越高。张铭新认为，在新的白酒行业竞争形势下，要想培植新动能就必须从营销入手，从产品结构的优化入手，来适应市场需求的变化，满足人民群众对高品质白酒的需求。

今年，泰山酒业正式推出高端新品——五岳独尊三十年，以“泰山的高度”，致力打开次高端市场，提升鲁酒整体品牌形象。泰山酒业看准了消费升级的难得机遇，对五岳独尊、酒仙、金泰山等战略单品进行升级再造，深受消费者欢迎。

在营销模式上，泰山酒业大胆创新，在原有县级代理制基础上，选择重点市场，试行办

事处直分销等模式，对当地市场进行精耕细作，增强了对市场的掌控能力，经销商队伍也始终保持稳定，实现了厂商合作共赢。

作为鲁酒中为数不多走出山东的企业，泰山酒业打造出泰山特曲、五岳独尊等一系列名牌产品，畅销华北、华东、华南等经济发达地区，并远销我国港澳地区和韩国，创造了业内外称誉的“泰山现象”。在市场拓展上，泰山酒业又把目光投向东北市场，在东北的核心城市——哈尔滨，成立泰山酒业北方运营中心，通过与强势经销商强强联合，从而实现东北、北京、内蒙古等市场连片发展。此举必将创造泰山酒业在省外市场的新辉煌。泰山酒业南下北上，成为山东白酒拓展省外市场的先锋，为兄弟企业开拓省外市场提供了可资借鉴的样板。

携手“三高”

打造鲁酒高端品牌新标杆

泰山酒业认识到，品牌高端化并不等于产品高端化，品牌建设才是重中之重，只有建设高端的品牌形象，才能实现“打造百年幸福泰酒”的目标。与中国航天、航空和高铁进行战略合作，下大力气进行品牌建设，就是泰山酒业实现品牌高端化的路径。

2016年底，泰山酒业第三次与中国航天签约，并且升级为中国航天事业战略合作伙伴，五岳独尊继续作为“中国航天庆功酒”，见证中国航天的每一次飞跃。

泰山酒业充分利用高铁平台，

除投放京沪高铁等热门线路的LED广告之外，在原有五组“泰山酒业号”高铁品牌专列的基础上，今年新增五组品牌专列，重点展示五岳独尊三十年，全方位地展示泰山酒业的企业形象，进一步提升五岳独尊的品牌高度。

借助与山东航空的全面战略合作，在山航100多架飞机上通过语音广播、电视、杂志等形式，集中展示高端品牌五岳独尊，加快泰山品牌向全国迈进的步伐。

通过与“三高”联手，五岳独尊频频出现在中国航天庆功的舞台上，十组“泰山酒业号”高铁品牌专列飞驰在祖国的大江南北，承载着泰山酒业高端形象的飞机翱翔蓝天……

持续的品牌建设投入换来了可喜的成果，“泰山牌”白酒享誉大江南北，“五岳独尊”酒成为山东高端白酒代表品牌，连续多年稳居鲁酒领头羊的位置。

风正潮平自当扬帆破浪，任重道远更须策马加鞭。乘着鲁酒振兴的政策东风，泰山酒业集团必将引领鲁酒发展新潮流，为山东经济社会发展作出更大的贡献。

①52度“五岳独尊三十年”新品
②泰山酒业集团总部

③“泰山酒业号”高铁品牌专列发车仪式
④泰山酒业营销中心



“泰山酒业号”高铁品牌专列发车仪式

2018年1月11日