

让农村大集成文旅新景

武卫政

既有制作木版年画、剪纸、葫芦烫画等非遗技艺体验活动,也有舞龙舞狮、抖空竹、飞镖等动感十足的节目表演,气氛欢腾喜庆。新春期间,走进有约350年历史的天津宁河区芦台大集,非遗元素扑面而来。

“得有五六万人赶大集,别提多热闹了!”乡亲们回忆,节前腊月初八的芦台大集上,很多人聚集在直径2.25米的“宁河第一锅”周围,排队品尝香气扑鼻的腊八粥。

放眼神州大地,许多地方都有历史悠久的农村大集。春节前后,这些大集更是人潮熙攘,地方特色美食刺激味蕾,米面肉蛋蔬菜水果等农副产品琳琅满目,非遗代表性项目展示等文化活动异彩纷呈。商户销售火爆,收入增加,游客逛得开心、买得畅快。浓郁的烟火气、乡土味、文化味,烘托出十足的年味,吸引八方来客。随着“中国游”更加火热,一些外国游客也身入其间,逛得尽兴。

电商发展方兴未艾,线上购物方便快捷,线下商超环境宜人,为何还有那么多人乐意赶大集?

许多地方的大集代代相传,赶集成人们的习惯。农村大集除了满足生活需求,还承载着亲朋聚会、分享快乐、提振精神等文化功能。它既是乡村的经济活动场所,也是文化传承的平台。在这里,产自田间地头的丰收成果,能工巧匠制作的实用器具,地方民俗和非遗代表性项目等民间文化活动,集中呈现、缤纷多彩;来回涌动的人流,此起彼伏的吆喝、熟人相遇的攀谈,让人们感到生活的美好。

相比网络购物,农村大集充满热腾腾的烟火气。相比城市商超,农村大集多了彰显地方特色的乡土味。大集上货品多样、物美价廉、可触可见,能够抓住百姓的心,给人以归属感和幸福感。

如今,许多大集在时代发展中守正创新,规划更合理、功能更多样,人们徜徉其中,可以发现更多、感受更多。芦台大集利用35亩商业地块,年货商品展销、互动体验、特色小吃、当地特色商品及非遗展示等各有分区、井井有条,多个具有本土文化内涵的网红点位吸引游客拍照。辽宁沈阳浑南区的祝家大集,将粮仓遗址改造成文化创意区和粮仓文化打卡区,80米巨幅乡村生活图景

和簸箕画作、农作物雕塑等乡村场景引人入胜。北京通州区的张家湾大集,引入本区百年老店产品、农业农村局推荐的知名企业产品,还开展抽盲盒促销活动,增添逛集乐趣。

同时,直播带货在许多大集中屡见不鲜。“网红达人”和商户线上、线下两头忙,成为大集一景,也是新的“流量密码”。开辟新场景、运营精细化,增加体验感、提高新鲜度,农村大集更加暖意融融、人气旺盛。

农村大集传承发展,变化的,是品类增多、项目翻新、规模扩大、业态提升;不变的,是它始终彰显人们积极乐观的生活态度、对美好生活的向往。看到农村大集蕴含的商机,焕发的活力、承载的文化,许多地方将大集活动项目化运作,农文旅有机联动,打造“文旅+”品牌,为那些历史久、有特色、口碑好的农村大集赋能。

做好赓续传承,与时俱进创新,在活跃城乡消费市场、促进乡村全面振兴、传承优秀传统文化等方面用力挖潜,农村大集定能发挥更大作用,成为一方水土亮眼的文化名片、近悦远来的文旅新景。

过出“新”年味

周珊珊

年轻人不爱过年了?刚刚过去的这个“非遗版”春节,给出了不一样的答案。

和朋友网上拜年,我发的是延时摄影烟花“大片”,配上定制的拜年表情包;得到的“回礼”则是朋友家孩子抱着猫的拜年视频,背后的猫窝贴着迷你版春联,内容是人工智能生成的、字是亲手写的。

春节是传承千百年的传统佳节,每个时代又都有每个时代的生活。把传统节日的仪式感与丰富的时代生活融合起来,年轻人正在过一种又“老”又“新”的年。

比如,过年的重头戏,是那一桌年夜饭。仪式是“老”的,团圆的意蕴是不变的。但年轻人“过”出了新花样:一位网友分享,以往的这顿饭,是姥姥操持,今年则在她的倡议下,全家一人做一道菜。

形式一变,新的意义就诞生了。一家人齐心协力,张罗一桌好饭,其乐融融的氛围更浓了;人人忙活起来,过年的热乎劲有了,大家的成就感更强了;尤其是老人不再那么辛苦,“孝亲”这个沉甸甸的话题,也在这桌年夜饭中得以实现。

有人说,年味是操持出来的,年味淡了,是因为操持的人少了。从这个角度来说,年轻人的文化基因已经觉醒了,他们正从“体验者”变成“主理人”。

主导“分段式过年”,既回家团聚又携亲友出游,重构团圆叙事;掏出运动相机,以视频形式记录下一家人过年的场景,重新定义“全家福”;把年轻人玩的桌游引入家庭聚会,带领全家来一次“团建”……既认传统,又创新方法,让年味更醇厚、更新鲜。

事实上,作为非物质文化遗产的春

节,历经千百年传承,正如一条澎湃的河流。其团圆、迎新与祈福的文化内涵,如同静水流深;而不同时代、不同地域的人们,则不断用自己的方式,让过年变得千姿百态,恰似浪花飞溅。

非物质文化遗产,是一种活态遗产,它不是静态的文化符号,而是嵌入生活、扎根民间的文化实践。因此,保护好春节这项非遗,最好的方式,就是活态传承,让其融入日常生活,形成自我造血机制,在文化生态体系中健康地生长。

如今,年轻人用自己的方式“爆改”新年,给它披上了“赛博”外衣,这不仅不会背离传统,反而会让千年文脉“热血沸腾”。

这个春节,一个从中国神话谱系中脱胎而来的“三岁小儿”,成为超燃爆款。电影《哪吒之魔童闹海》高开高走,不断刷新影史纪录。创作者和观影者一起完成了一次对经典的重新创造,既见文化传承,又见时代精神,还见个人际遇。在这场视觉盛宴中,人们获得了审美享受,得到了情感抚慰,也完成了一次文化认同。

从《哪吒之魔童降世》到《黑神话:悟空》横空出世,从“诗词热”勃兴到“文博热”升温,人们看到越来越多“古老的”正在成为“新生的”。人们在一个个充满时代气息的文化创造和文化场景中,与民族精神密码不期而遇;在体认文化主体性中,不断增强做中国人的骨气和底气。

“新年长精神!”每逢过年,不少老一辈会向年轻人表达这样的祝福。日复一年,生生不息。在时代的舞台上,年轻人是奋斗者也是书写者,用属于自己的语法,书写着未完待续的“中国式浪漫”。

释放内需潜力 增强发展动能

任雷哲

短短20天,全国手机等数码产品购新补贴申请人数突破2000万。这一数据,启人思考。

印证市场体量,也折射政策能量。从汽车和家电行业的以旧换新,到数码产品购新,“两新”政策释放更强正效应。存量政策有力实施,增量政策加快推出,有为政府与有效市场“双向奔赴”,碰撞出我国超大规模市场的超燃火花。

展现购买能力,也凸显消费潜力。数码产品掀起换新热潮,是对高品质生活的追求,也是对高质量供给的回馈;是建设统一大市场的硕果,也是践行新

发展理念的效能。持续提振消费,扩大内需,经济向好的主引擎就会更加澎湃强劲。

“尔滨”遇上亚冬会,体育消费“热辣滚烫”;“哪吒”刷新票房纪录,电影消费欣欣向荣,假日经济蒸蒸日上……从新春之际不断涌现的新产业、新业态、新模式中,我们看到新消费的春意盎然,看到新动能的春潮澎湃,看到一个活力中国的无限春光。

创新消费场景,培育消费亮点,优化消费环境,中国经济动力澎湃、潜力巨大。

乡村聚才要巧搭台

邵玉姿

才现状,发现博士农场、农业科技特派员已不少,但还缺少年轻力量;又调研了乡村发展情况,明确了农业企业是推动农业现代化的重要力量,数量多且人才需求紧迫。因此,当地确定引才方向为涉农专业高校毕业生,既为乡村蓄力,又为企业输血。看准问题,明晰导向,引才就更有针对性。

给展示的舞台,更要搭成长的平台,提升资源要素的配置效率。在乡村,一些农业科技特派员的水平高,却精力有限;一些大学生农业职业经理人虽全职在岗,却经验不足。怎样取长补短?曲阳县探索建立“专家小院”。

以建在君旭牧场的小院为例,专家团队提出科研方案,刘墨轩跟踪数据、做好分析,双方通力合作,找到了“最优解”。这个过程中,小刘于实战中锤炼技术,增长才干,为更好发挥所长打下基础。可见,“专家小院”犹如人才协作的“连通器”,也像用育才的“孵化器”。成长靠啥?合作的好平台,协同的好机制。在引才过程中,增强育才功能,就能更好实现助推发展与助人成长的双赢。

留住人才,更要当好强大的“后台”。不可否认,多数乡村的生产生活条件不如城

市。唯有在人才政策上强配套、抓落实,切实解决人才的后顾之忧,才能为乡村全面振兴提供人才支撑。毕业于河北农业大学的张博奕,是保定首批大学生农业职业经理人之一。一年多来,他将部分中药材品种的脱毒苗成活率提高了25%以上,还在政策支持下,利用温室大棚的空闲时段进行果蔬种植,带动农户增收。这样的双向奔赴,动力强、可持续。

推进乡村全面振兴是一篇大文章。从构建乡村产业体系,到加快培育新型农业经营主体;从培育文明乡风、良好家风、淳朴民风,到完善农村生活设施……一切都没有现成的、可照抄照搬的经验,必须因地制宜找准方法路径。千方百计用好人才资源,确保目标不变、靶心不散,多点发力、同向用力,才能把乡村建设成为安居乐业的家园。

不久前,习近平总书记对做好“三农”工作作出重要指示,强调“真抓实干、久久为功”。聚拢人才力量,让人才和乡村共同加速成长,广袤农村大地一定会涌动新的活力。

多层次放大“首发”效益

王者

机。产品价格没涨,但功能更丰富、安全系数更高,有意采购的客商也多了。科技研发高出一筹、对接需求先人一步,让新产品富有竞争力,也助力提升首发经济的含金量。

“首发”并不一定就能吸引客户。放大“首发效应”,离不开政府搭台牵线。搭台,为产品首发解决“去哪推介”问题。2024年,CHINAFIT健身大会落地天津。为办好展会,当地政府摸排本地企业情况,一对一邀请客商,由此121家企业发布近300款新产品,交易额超4.1亿元。牵线,为首发产品解决“如何出海”问题。2024年11月,天津为相关企业争取到第十七届中国一拉美企业家高峰论坛参展资格,企业与一家墨西哥企业签署1800万美元订单,其中首发产品占比超四成。内设舞台,外拓渠道,政府积极作为,企业争气有为,就能携手夯实首发经济的基础,扩大市场竞争的优势。

看中首发效益,就要重视企业的知识产权权益。一些新产品发布后,很容易被模仿、被侵权。如何保护创新积极性?怎样让企业心无旁骛地干事?要靠机制保驾、服务护

航。2024年底,布莱特威健身器材有限公司推出一款无阻力单车,其外观设计专利从申请到确权,不到1周时间。何以高效?源于当地从制度建设破题,成立宁津(健身器材和家具)知识产权快速维权中心。目前,中心预审加快外观设计专利申请224件,授权周期缩短为5天。做好包括知识产权保护在内的各项工作,让企业专心抓创新、搞经营,才能不断释放产业活力、蓄积发展动能。

首发不是单发,而是动态的、持续的。首发经济的活跃度,很大程度上代表了创新能力、商业活力和市场潜力。这就意味着,不仅要召开新品发布会、参加商品展会,更应借首发聚资源,引入新投资、新合作,为产业向新发展、区域能级提升添火加柴。

2024年中央经济工作会议指出,“积极发展首发经济”。面向市场需求,善作善为、汇聚合力,打造独特的首发经济资源,定能以新产品带动新需求,有力促进消费,打开经济增长新空间。

减负松绑跑起来

何娟



图片来源:中国组织人事报

会发展各项目标任务繁重,无论是深化改革,还是推动发展,关键在干。

干事创业,关键在人;抓好落实,重在基层。人的时间和精力是有限的。如果冗余的文书工作、繁琐的考核指标、低效的督导检查,挤占了基层干部的大量时间和精力,就必然会影响到服务群众和基层治理各项具体工作的落实。同时,加班加点做无用功,不仅于事无补,还会挫伤基层干部的精气神,积极性。

当前,形式主义仍一定程度、一定范围存在,新问题、新表现还在出现。面对顽瘴痼疾,整治工作必须得其法,才能收其效。“多头报”“重复报”是基层工作者普遍的困扰。重庆永川区启动“一表通”智能报表改

革,推动表格“瘦身”,数据共享,中山路街道月均处理报表数由110多张减至15张,需要承担报表工作的干部由约80人减至8人。

整治违规借调,规范过度留痕,减轻“初稿压力”……减负,就是把那些占用时间同时毫无意义或不该基层承担的事项减掉。找准了痛点、难点、堵点,才能避免成为走过场或者增加新负担;不必要的负担,往往根子在上面,多从源头和上级找问题,多在制度机制上下功夫,才能抓常抓长,避免雨过地皮湿。

同时也要清醒认识到,为基层减负,目的是提升工作实效,必须同步“增能”。

前些年,政务新媒体一度“村村点火,户户冒烟”,不仅增加干部“指尖上的负担”,百姓也难得实惠。针对问题,不少地方一方面停止没有实际效用的账号,一方面做优做强主账号,强化联系、服务、凝聚群众功能。近几年一些地方涌现了不少老百姓认可的政务平台,比如办事就上“浙里办”成为当地群众下意识反应,“游云南”让数亿人次游客“一机在手,全程无忧”。

事实证明,减负不仅不会减责,还会促进干部更好担负起应尽之责。因此,评价减负成效,也要在实践中看效果,既看无谓负担是不是减轻了,更看工作实绩是不是提升了。

会少了,往田间地头跑多了,一名村干部在谈到减负效果时,说现在忙得充实、忙得踏实。减负,减的是无谓负担,去的是思想包袱;增的是真抓实干的时间,添的是敢想能干的劲头。

一年春作首,万事行为先。以减促干,把干事的热情、潜力、活力激发出来,把各方面的拼劲、干劲、闯劲带起来,就一定能干出好成绩。