

## ■北疆观察

## 借数之力高奏乡村振兴交响曲

推进内蒙古高质量发展①



□白江宏

作为首批国家数字乡村建设试点旗县之一，扎赉特旗上线“兴安盟大米·扎赉特味稻”区域公共品牌数字身份系统，为优质稻米配发一物一码数字身份证，实现生产环境、生产过程、生产主体多维度管理，打通消费端和生产端数据壁垒，直接带动品牌增值20%以上，让扎赉特味稻声名大振、香飘四方。

数字赋能，让原本藏在深山无人识的特色优质农产品搭乘互联网快车走向全国，成为示范带动“三农”高质量发展的强劲引擎。扎赉特大米“触网即红”的范例，是农牧区抢抓数字乡村建设机遇、促进农牧业增效农牧民增收农村牧区变富变美、为乡村振兴赋能的一个生动注脚。

插上数字翅膀，发展蝶变转瞬间。如今

如今在内蒙古，随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合，数字乡村建设呈现出旺盛生命力，数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。内蒙古要实现高质量发展，农村牧区必须实现高质量发展。数字乡村建设为内蒙古高质量发展拓展新空间、厚植新优势

在内蒙古，随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合，数字乡村建设呈现出旺盛生命力，数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。托克托县通过打造“一码游托县”线上服务平台，着力推动网络文化阵地建设，扎赉特旗利用大数据高效整合信息资源，完善社会治理服务平台，鄂托克前旗用信息化手段把治理和服务连接起来，实现网格一呼、服务即到。数字乡村建设，在点点滴滴改变农村牧区百姓生产生活的同时，也推动着农村牧区高质量发展，推动着农村牧区现代化。无处不在的数字，正在改变内蒙古农村牧区现实、引领未来。

没有“三农”高质量发展，就没有整个内蒙古高质量发展。习近平总书记指出：中国要强，农业必须强；中国要美，农村必须美；中国要富，农民必须富。在向第二个百年奋斗目标迈进的历史关口，巩固和拓展脱贫攻坚成

果，全面推进乡村振兴，加快农业农村现代化，是需要全党高度重视的一个关系大局的重大问题。全面推进乡村振兴，加快农业农村现代化，必须进行数字乡村建设。数字乡村代表着新的生产力、新的发展方向。数字技术正以新理念、新业态、新模式全面融入人类经济、政治、文化、社会、生态文明建设各领域和全过程，给人类生产生活带来广泛而深刻的影响。数字乡村建设为内蒙古高质量发展拓展新空间、厚植新优势，数字乡村的火焰点亮了农牧民幸福生活。

肯取势者可为人先，能谋势者必有所成。数字乡村建设涉及产业、治理、服务等方方面面，只有多方发力，做好“组合文章”，才能以点带面，全面推进数字乡村发展，把乡村振兴的美好蓝图变为现实。目前，内蒙古受制于农村牧区产业规模化程度不高、基础设施薄弱、专业技术人才匮乏等因素，距离全面实现乡村信息化还有很

## ■共有精神家园

## 天下之本在国，国之本在家

【出处】  
《孟子·离娄上》【原典】  
孟子曰：“人有恒言，皆曰：‘天下之本在国，国之本在家，家之本在身。’”【释义】  
“恒”就是常。孟子说：人们有句老话，都说：天下、国、家。天下的根本在国，国的根本在家，家的根本在自己身上。

良好的家风培育人，培育美好的种子，人从家里边把这个种子又带到更广阔的领域，影响到更多的人，从而营造出更和谐、更美好的社会风气。这就是“天下之本在国，国之本在家，家之本在身”。

家庭是社会组织的细胞，家庭文化是中华传统文化不可分割的有机组成部分，透过家庭之道，不仅能透视一个家庭之兴衰，还能体察一个社会之变迁。每个人都以敬畏的态度做好自己，建设和谐美满的家庭，如此国家秩序才能井然，天下才能太平。

【启悟】  
▲家庭的前途命运同国家和民族的前途命运紧密相连。

俗话说“三岁看大，七岁看老”。一个人德行的成长培养，家庭是最基础的土壤。一个国家、一个民族德行的成长，家庭是最基本的细胞。

《论语·学而》中讲：“其为人也孝悌，而好犯上者，鲜矣；不好犯上，而好作乱者，未之有也。”引申言之，好的家教之风能够孕育出好人，好人必然是社会秩序的促进力量而不是破坏力量。好的家风不但具有极其重要的社会意义，而且具有其重要的政治意义。

家庭中蕴含着治国理政的道理，广义的政治活动包含并延伸了家庭。古往今来，无数先贤秉持“家齐而后国治，正己始可修身”的信念，心怀“苟利国家生死以，岂因祸福避趋之”的家国情怀，自觉地把个人、家庭的命运与国家和民族的命运紧密相连，谱写出一曲曲动人的不朽诗篇。

家是最小国，国是千万家。有家才有国，有国才有家，小家连着大家、连着国家。家与国就是你中有我、我中有你，从不曾分离。这就是我们中华民族千百年来传承至今的特有的家国情怀、家国逻辑。

▲把实现家庭梦融入中国梦之中。

中国梦不是水中月、镜中花，中国梦就在我们身边，就体现在我们每个人身上，每个家庭里。中华民族历来重视家庭，正所谓“天下之本在国，国之本在家，家和万事兴”。国家富强，民族复兴，最终要体现在千千万万个家庭都幸福美满上，体现在亿万人民生活不断改善上，千家万户都好，国家才能好。

对千百万个家庭来说，我们要自觉把爱家与爱国紧密联系起来，把实现家庭梦融入到实现中华民族伟大复兴的中国梦之中，心往一处想，劲往一处使，把智慧和力量凝聚起来，化为实现中华民族伟大复兴的磅礴力量。

历史和现实都一再表明：一家仁，一国兴仁；一家德，一国兴德；一家风正则后代正，一源头正则国正。

(张荣)

## ■一家言

## 由“塞谓之风”说开去

□李梁

东汉末年，刘备入川占领涪城时，大宴部下，席间对谋士庞统表示：今日之会，可谓乐矣。庞统却说：伐人之国而以为欢，非仁者之兵也。结果刘备闻之大怒，斥令庞统离开酒宴。不久，刘备自觉失言，遂命人将庞统请回，君臣和好如初。在裴松之为《三国志·蜀志·庞统传》注释时，援引东晋文学家习凿齿的言论，称庞统矫然太当，尽其“塞谓之风”。

所谓“忠言逆耳利于行”，忠言逆耳听起来让人心里不舒服，但往往是这些不中听的“谔言”，最能切中要害，最能使人们看清问题的本质，让人们及时发现不足，改正错误。正如古人所说，一人之耳目有限，思虑难周，非集思广益，难以求治。干部个人再聪明睿智，也赶不上人民群众的智慧。领导干部只有善于倾听谏言、集思广益，才能不断提高自己的修为、提升决策的科学化水平。

求真务实、敢讲真话，是我们党一贯的优良作风，是严肃党内政治生活的应有之义，也是共产党人应有的政治品格。毛泽东同志一直坚持提倡讲真话、不讲假话，他反复告诫全党，讲真话，每一个普通人都应该如此，每一个共产党员更应该如此。而要想听到真话、实话，首先需要营造讲真话、讲实话的氛围。领导干部有敢于听真话的胸襟，闻过则喜、闻阙则忧，不斤斤计较，才能实实在在地听到真话。

上世纪60年代初，刘少奇同志到湖南农村调研，刚开口便恭恭敬敬地给乡亲们鞠了个躬。见他亲切得像自家人一样，大家都放松下来，掏起了心窝子。对于党员领导干部而言，抛开面子、放下架子，深入基层一线，走到群众之中，多一点真诚沟通、多一分坦诚交流，准确了解群众最关心什么、最需要什么、最反对什么，才能了解群众所思所盼，从而使工作更加符合群众意愿，体现群众需求。

当然，讲真话需要勇气，更需要策略和艺术。英国哲学家培根说：讲话绕弯子太多令人厌烦，但过于直截了当又会显得唐突。能掌握此分寸的人，才算精通了谈话的艺术。作为领导干部，既要旗帜鲜明讲政治、讲真话，又要把握讲真话的艺术，既要坚持党性、坚持原则，又要掌握策略和方法上的灵活性。总之，讲真话要做到良药不苦口，如阳光雨露，滋润心田、净化灵魂，如良药治病，药到病除、如沐春风。

进，谔言需勇气，从谦更显胸襟。走进新时代，踏上新征程，要成功啃掉前进路上诸多硬骨头，比以往任何时候更加需要集中人民群众的智慧，更加需要听取谔言真言。只有每一名党员干部都能学会听、敢于听、乐意听百姓的谔言、肺腑之言，才能常怀忧患、砥砺担当，不断纠错防偏、行稳致远。

## ■街谈

## 绑好“螃蟹券”的监管绳

□戴先任

秋风起，蟹脚痒，眼下正是品尝大闸蟹的最佳时间，朋友圈、电商平台各种预售大闸蟹的礼品券供销两旺。但随着蟹券的泛滥，兑换难、蟹券空转的情况时有发生，伤害了消费者权益。

近年来，“螃蟹券”备受消费者青睐，不但线上销售火热，线下门店也多有售卖。要做蟹，先发券，不少螃蟹生意成了零成本买卖。据媒体报道，商家印刷面值500元的蟹券，以400元价格卖给营销人员，营销人员以500元价格对外出售，有些往往以250元的价格往回收，再以300元的价格卖给蟹券商家。通过印刷、出售、回收、转卖等手段，一只螃蟹没有卖的情况下，通过一张蟹券就能让蟹券商家、营销人员稳赚不赔。这么“赚”的买卖，难免让一些商家见利动心，却也埋下诸多消费隐患。

按理说，“螃蟹券”的出现对于商家和消费者来说本是件双赢的事。一方面，可以减轻商家销售压力，增加可用资金，还可依据蟹券预售情况灵活调整备货量、销售计划；另一方面，因为携带或送礼方便，螃蟹可随吃随兑，也为消费者提供便利。然而，现实情况却是，蟹券成为消费套路重灾区。前不久，中消协发布双节消费提示称，在购买大闸蟹方面，消费者尤其要注意防范“螃蟹券”套路。

当然，对商家推出的螃蟹券理应法无禁止皆可为，不能因为螃蟹券可能衍生出一些乱象，就将其视为不合理存在，对其一禁了之。但对于监管部门来说，亟需加强对推出螃蟹券商家的监管力度，对于存在虚假宣传、无法提货、跑路等行为的商家要依法惩治，确保消费者权益不受侵害。同时，也要保持反腐的高压态势，进一步打压购买螃蟹券送礼的涉腐涉纪现象。

让螃蟹券能够回归商品属性，让无良商家的如意算盘落空，既需要商家的诚信经营、合法经营，卖方市场的规范与成熟，也需要消费者能够理性消费，增强防范意识，避免跳进无良商家设下的消费陷阱，更需要买方市场的规范与理性。给螃蟹系上监管的绳子，加强规范与监管，让螃蟹券回归本身价值，才能避免螃蟹张牙舞爪，从而有利于市场良性发展。

□白江宏

作为首批国家数字乡村建设试点旗县之一，扎赉特旗上线“兴安盟大米·扎赉特味稻”区域公共品牌数字身份系统，为优质稻米配发一物一码数字身份证，实现生产环境、生产过程、生产主体多维度管理，打通消费端和生产端数据壁垒，直接带动品牌增值20%以上，让扎赉特味稻声名大振、香飘四方。

数字赋能，让原本藏在深山无人识的特色优质农产品搭乘互联网快车走向全国，成为示范带动“三农”高质量发展的强劲引擎。扎赉特大米“触网即红”的范例，是农牧区抢抓数字乡村建设机遇、促进农牧业增效农牧民增收农村牧区变富变美、为乡村振兴赋能的一个生动注脚。

插上数字翅膀，发展蝶变转瞬间。如今

如今在内蒙古，随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合，数字乡村建设呈现出旺盛生命力，数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。内蒙古要实现高质量发展，农村牧区必须实现高质量发展。数字乡村建设为内蒙古高质量发展拓展新空间、厚植新优势

在内蒙古，随着数字技术与农牧业产业体系、生产体系、经营体系的加速融合，数字乡村建设呈现出旺盛生命力，数字经济正在为乡村振兴注入强劲新动能。托克托县通过打造“一码游托县”线上服务平台，着力推动网络文化阵地建设，扎赉特旗利用大数据高效整合信息资源，完善社会治理服务平台，鄂托克前旗用信息化手段把治理和服务连接起来，实现网格一呼、服务即到。数字乡村建设，在点点滴滴改变农村牧区百姓生产生活的同时，也推动着农村牧区高质量发展，推动着农村牧区现代化。无处不在的数字，正在改变内蒙古农村牧区现实、引领未来。

肯取势者可为人先，能谋势者必有所成。数字乡村建设涉及产业、治理、服务等方方面面，只有多方发力，做好“组合文章”，才能以点带面，全面推进数字乡村发展，把乡村振兴的美好蓝图变为现实。目前，内蒙古受制于农村牧区产业规模化程度不高、基础设施薄弱、专业技术人才匮乏等因素，距离全面实现乡村信息化还有很

职称“天花板”被打破~

打破天花板

洞见

## 莫让网暴干扰防疫大局

□袁宝年

前不久，哈尔滨遭遇新一轮疫情。就在全城抗疫的同时，部分网友把确诊病例行程编成段子在网络上广泛传播，个别网友还对确诊病例“网暴”，进行诋毁、辱骂。

疫情来袭，及时准确流调是迅速找出涉疫风险点、中断病毒传播链条最有效的办法，积极配合流调工作、如实报告行动轨迹是每个人必须履行的义务。于确诊病例而言，他们积极配合防疫工作、为维护公共利益而公开个人行踪轨迹等信息，让渡自己的部分隐私权，理应受到社会的理解和尊重；于公众而言，公开流调信息是为了让其更快更好地进行自我排查和防护，从而提高防疫效率，阻断病毒传播途径。然而，一些人却罔顾确诊病例个人权益，通过仅有的片面的信息去

脑补，当事人的私生活，对当事人评头论足、指手画脚，甚至恶意揣测、造谣诽谤，不仅妨碍防疫工作的正常进行、扰乱社会秩序，而且还给当事人带来二次伤害。

谁都不愿意看到疫情发生，可既然发生，我们就要共同面对。在这个过程中防控举措相应升级，不可避免地会对部分人群的日常工作生活产生影响，抱怨几句也是人之常情，但这绝不是动辄“人肉”他人、出口成“脏”的理由。要知道，新冠病毒狡猾多变，尤其是德尔塔毒株具有超长潜伏期，确诊病例在遵守法律法规和疫情防控措施的前提下正常生活，在做过多次核酸检测和血清检测后确诊，这是其主观上无法预见的，他们也都是疫情的受害者。

随着疫情防控进入常态化，无论是相关部门还是个人，都需要把握好公众知情权和个人隐私权的平衡，守好公民个人信息安全防线，避免造成次生

伤害。一方面，收集联防联控所必需的个人信息应参照国家标准《个人信息安全规范》，坚持最小范围原则，为防控疫情、防治疾病收集的个人信息不得用于其他用途。另一方面，在统计、采集、汇总、披露相关人员个人信息时，要注意每个环节的把关，采取严格的管理和技术防护措施，以防出现数据泄露、丢失、滥用等情形。即使出于疫情防控需要，不得不公布相关病例行踪轨迹等信息，也要确保进行必要脱敏处理。另外，对于泄露和传播他人隐私信息的行为和“网暴”的始作俑者，相关部门也要加强打击力度，依法依规处罚处理。

流调信息不是窥私泄愤的素材，对于受到疫情波及的个人，我们每个人都应当保持最基本的尊重和善意，毕竟从始至终，我们的敌人只有病毒，而非感染病毒的人。我们已经携手走过了最困难的时刻，面对新的风险挑战，还需要继续保持科学理性，做到审慎冷静，这才是对抗疫大局的最大支持。

来论

## 有颜值还需有素养

□汪昌莲

独具一格的装修设计，别出心裁的图书陈列，还能喝咖啡、品美食，甚至引入了当下火热的剧本杀……时下，爆款网红书店不断涌现。褪去其精致的外壳，诸多问题也浮出水面：网红书店怎样才能真正俘获消费者内心？网红书店红得快，如何才能红得久？

伴随着新一轮消费升级，近两年，各种设计美轮美奂的实体书店又纷纷兴起，有的成为游客们打卡必去的景点，有的成为公众号和朋友圈的网红。一些实体书店拼“颜值”，空间设计上豪华新潮，却陷入“叫好不叫座”的尴尬境地。这些网红书店里的书不再是重点，而是拍照的道

具，书店则成为人们点缀虚拟社交的一种娱乐消费品。

对于实体书店来说，这些年的日子的确不太好过。高昂的经营成本，凶猛的电商大战，消失的阅读人群，依旧是实体书店头上的大山。特别是网络书店的低价营销，让实体书店难以招架。《2020中国图书零售市场报告》显示，2020年中国图书零售市场码洋规模首次出现负增长。其中，网店渠道保持正向增长，实体店渠道受疫情影响明显，同比下降33.8%。如此语境下，一些地方尝试实体书店突围，但由于辐射区域小，经营手段单一，效果并不明显。

实体书店的优势在于能给读者带来深度的阅读体验。书店有其商业上的属性，只有顾客与书产生的交集越多，价值才会越大。所以，实体

书店的经营困境，不在图书本身，而是经营者的思维方式。不管书店“颜值”有多高，如果没有系列读书活动，没有丰富的读书体验，也会失去吸引力。

网红书店，不能只有“颜值”，还需有“素养”。应通过创新经营模式，吸引更多的读书人走进书店，提高实体书店的市场竞争力，推动书店焕发新的活力。对于书店的发展来说，光卖书或租书，不可能存在竞争力和生命力。未来书店的形态将会发生一些变化，专业卖书、租书的书店将会大幅减少，而复合型书店会不断增多。具体来讲，实体书店应探索出一条以学术交流、文化沙龙等为主题的文化创意品牌经营模式，为读者搭建一座可供探讨、分享的开放性公共文化平台。