

一家言

观察

流量背后是民心

◎何勇海

湖南蓝山县委书记邓群最近火了。她在个人抖音账号上,针对网友反映的交通拥堵、桥梁下沉等民生问题,逐条回复、现场派单、跟踪督办,赢得网友广泛关注。

在公众习惯领导信箱、领导邮箱、接待日等传统沟通方式的今天,邓群放下身份标签,开通社交账号,直接和群众对话,虽然没有炫目包装、夸张文案,但仍火出圈,实力涨粉。这充分说明,把群众放在心上,群众就会把你放在眼里。

邓群的抖音账号成民情留言板,折射出治理理念和姿态的转变。现实中,有的领导干部害怕直面群众提问,害怕接触网上舆论,远离社交平台。实际上,社交平台早已是民意集聚、信息传播和公共服务的重要阵地,领导干部若脱离这个阵地,极易与群众脱节、与时代脱轨。只有善于利用社交平台,才能在数字时代与群众心连心,把实事办到群众心坎上。正如邓群放下“官架子”,在评论区与群众互动交流,干群关系便从管理与被管理转向共同治理。

邓群个人账号成了民生问题“放大镜”,网友反映路灯不亮、饮水不畅、道路不便、上学拥堵……邓群始终秉持不推事、不敷衍的原则,能马上办的事马上解决,“即刻转办”,直接点名部门、明确时限;对于受资金、技术限制的难题,她坦诚说明争取项目、协调资源的进展,以透明化沟通消除群众疑虑。这种快速响应,让群众真切感受到诉求有人听、难题有人管、反馈有结果,让群众从被动等待转向主动参与。

邓群的账号走红并非偶然,数字时代给民意一键直达创造了天然条件。新时代的群众路线,早已延伸到数字空间,指尖之上。多一些俯下身子、多听一听、多问一问的执行力、多做一些公开透明的诚意,政务新媒体就不会是冰冷的账号,而是有温度的连心桥;基层治理就不会是空洞抽象的口号,而是看得见、摸得着的幸福生活。

当然,书记逐条回复的热情与勤勉,终究替代不了常态化、制度化的治理体系。网友在点赞邓群之余也难免担心:热度过后能否坚持?一己之力能否覆盖所有诉求?这也提醒我们:基层治理不能依赖单打独斗,要把偶然的亮点变成可复制的经验。正如当地并未满足于“书记带头”的短期效应,而是出台专门办法,鼓励领导干部用好新媒体、走好新路径,将临时举措固化为长效机制、转化为制度效能,让民意直通车长期平稳运行。

期待更多地方领导干部放下架子、主动破壁,走进社交平台,把每条留言当作民情清单,把每件小事当作民生大事,让治理更接地气、服务更有温度、民心更有归属。各地也应推动各职能部门与时俱进转变工作思路,以融合数字时代的方式走近群众,线上听民声、线下解民忧,让数字红利转化为治理效能。

来论

春耕一线“烹小鲜”

◎周荣光

人勤春来早,一幅春耕备耕图景正有序展开。农技人员深入田间地头,讲解春季田间管理的实用技术,有植保无人机的操作,也有智慧灌溉的新方法。几位上了年纪的农民听得认真、问得仔细,农技员耐心解答、手把手示范。没有大喇叭,没有横幅标语,朴实无华的场景勾勒出农技推广“烹小鲜”的真切画面。

如今,新质生产力正在重塑农业生产的全流程,科技装备渐成常态。无人机低空作业,智能水肥系统远程控制,5G传感器实时监测田间动态,北斗导航播种机精准作业……这些曾属于未来农业的畅想,正一步步走进田间地头,成为春耕一线的日常。然而,在新技术加速落地的时候,也必须正视一个现实:当下的农业生产中,小农户仍然占据相当比例,特别是随着青壮年大量进城,留在田里的大多是年纪较大、习惯传统耕作的农民。

这些农民对新技术的接受能力有限,操作智能化装备存在门槛,他们的老经验在快速迭代的现代农业面前,显得滞后甚至失效。比如,有的人不知道无人机播种的时机怎么把握;有的人在病虫害防治窗口期,误了最佳用药时间;有的人因为盲目施肥,不但增加成本,还影响了土壤质量。科技带来的增产红利,在他们那里落了空。不是他们不努力,而是缺少一把能打开新技术的“钥匙”。农技推广下乡,正是这样一把“钥匙”。

送农技下乡,不能“大水漫灌”,更不能“一刀切”。同一个村子,相邻的两块地,可能因作物品种、土壤条件、灌溉方式不同,面临截然不同的管理需求。如果农技推广还停留在开开会、发发材料的阶段,就很难真正触达农民、见到实效。真正见效的农技推广,是走到田间、蹲在地头,搞清楚农户遇到的具体问题,面对面讲、手把手教,做到“缺什么补什么、问什么答什么”。只有把良田、良种、良法、良机这些要素,以“烹小鲜”的方式,讲透、教会、用实,农民才能听得进、记得住、用得着,农技下乡的“最后一公里”才能真正打通。

“烹小鲜”之道,讲究的是精准拿捏、因时制宜、因材施教。这份细致与耐心,不仅适用于农技推广,也适用于“三农”工作的方方面面。无论是推广新品种、解决新问题,还是推进乡村治理,都不能因事、搞简单化,而要真心切切俯下身,走到群众中间,听一听他们的困惑、问一问他们的需求。只有把问题摸准了、方法找对了,那些写在文件里的政策才能真正变成田里的好收成、农民脸上的甜笑容。在这个春天,期待更多这样的田间课堂,更多“烹小鲜”式的农技推广,把科技种进泥土里、把希望种进农民心里。

文旅热起来带动消费旺起来

◎袁宝华

激活文化消费新活力,必须以文化为魂、以创新为翼,把文化底蕴转化为持久强劲的消费吸引力。更要以优质服务让游客来得放心、玩得舒心、消费安心,用有温度的服务,把短期流量转化为长期口碑,以优质服务留住人气、激活消费

烟火升腾消费旺,文旅潮流活力兴。刚刚过去的马年春节假期,内蒙古文旅消费市场暖意融融、人气拉满,全区各地商圈客流如织、景区人头攒动、民俗活动场场火爆,交出了一份亮眼的成绩单。

2026年春节假期内蒙古累计接待国内游客3485.80万人次,实现国内游客总花费244.73亿元。“2026内蒙古过大年”系列活动全域联动,推出冰雪嘉年华、非遗贺新春、文旅惠民季等十余项特色主题活动,串联起全区多元消费场景,点燃新春消费热潮。这场扎根乡土、彰显特色的文旅盛宴,既是内蒙古百姓欢度新春、乐享生活的真实写照,更是各地以活动为牵引,以文化为内核、以服务为支撑,推动文旅消费提质升级的生动实践。

文旅市场的火爆,是内蒙古把资源禀赋转化为发展新优势的生动体现。从冰雪体验到马

术展演,从景区沉浸式游玩到文旅街区一站式消费,全区各地打破单一观光模式,推动“吃住行游购娱”全链条融合,让游客从走马观花变为深度沉浸。同时,全区各地通过发放文旅消费券、推出景区门票减免、开通新春文旅专线、发行文旅一卡通等一系列惠民举措,直接撬动大众消费,使文旅红利真正惠及百姓,也为消费市场添足动力,让内蒙古文旅在春节文旅市场中脱颖而出、赢得高人气。

文化消费的走俏,展现出传统文化创新活力的强大生命力。春节期间,全区各地将祭火、守岁、新春祈福、民俗演艺等传统民俗与

春活动结合,让本地民俗与现代潮流碰撞融合,打破了文化消费的年龄壁垒,将传统民俗从静态展示变为消费热点。民俗庙会、非遗市集遍地开花,剪纸、皮雕等变身精美文创产品走进大众视野,马主题文创、潮流国货饰品深受年轻人追捧。各地深挖文化资源,打造特色新春民俗IP,把传统民俗转化为特色消费产品,既传承守护了传统文化,又贴合了年轻群体的消费偏好,让内蒙古新春消费独具辨识度。这一鲜活实践证明,激活文化消费新活力,必须以文化为魂、以创新为翼,把文化底蕴转化为持久强劲的消费吸引力。

优质的服务保障为新春消费筑牢根基。春节期间,全区各地餐饮、住宿、零售等服务行业同步升级,特色年夜饭、品质民宿供不应求,核心商圈围炉时营业、线上线下联动服务成为常态。从商家主动优化消费体验,到商务、市场监管部门坚守一线,稳物价、保供应、护权益,政企协同织密消费保障网。优质服务不仅提升了本地居民的消费幸福感,更让外地游客来得放心、玩得舒心、消费安心。这背后是供给适配需求、服务匹配体验的升级思路,用有温度的服务,把短期流量转化为长期口碑,以优质服务留住人气、激活消费。

春节消费热潮为全年经济社会高质量发展注入了强劲信心与动力。立足特色资源、坚守文化内核、坚持创新驱动、优化服务保障,内蒙古必将持续激活文旅消费动能,让新春“开门红”变为全年“四季红”,以文旅消费提质持续助力高质量发展。

画里有话



“民生清单”暖人心

“制定实施城乡居民增收计划”“因地制宜放宽在流入地参加中考报名条件”“实施中度以上失能老年人养老服务消费补贴项目”“加强初婚初育家庭住房保障”……翻开今年的政府工作报告,一份有温度、有厚度、有颗粒度的“民生清单”一一回应你我关切。

新华社发 徐骏 作

洞见

座次之变折射理念之变

◎哈丽琴

春节后的首个工作日,内蒙古乌海市、包头市等多地将一同举行“新春第一会”的C位留给了企业家。这份C位之礼,是地方发展理念的深刻变革,是政商关系重构的直观体现,更是以营商环境之优高质量发展之势的生动实践。

座次之变,彰显的是尊商重商的鲜明态度。从台下到台上、从两侧到中央,看似简单的座次调整,生动展现了各地尊商、重商、亲商、安商的诚意和决心,也传递出企业家是城市发展“主角”、是高质量发展“合伙人”的鲜明导向。以城市之名,请企业家上座,营商环境好不好企业说了算,政策举措优不优企业家来评判。这份礼遇,正是激活市场主体活力的关键所在。

座次之变,折射的是服务理念的根本转变。从管理者到服务者,从被动审批到主动赋能,座

次的前后调整,对应着政府角色的精准转型。把C位留给企业家,不再将企业视为单纯的被管理对象,而是用心服务的主体、携手同行的伙伴。呼和浩特特以“办事不求人”为目标,夯实制度、技术、服务三重保障;鄂尔多斯市推出45条改革举措,让“暖城五心”营商环境持续在线……各地以一个个硬核之举,为企业解绑、为产业赋能,用实际行动践行“政府做后盾”的承诺,如“店小二”般真心实意做好服务。

当然,最好的C位,不是主席台上那把看得

见的椅子。真正的重视,也不能只停留在一时的仪式感里。于企业而言,真正的C位是公平竞争的市场规则,是稳定可预期的政策环境,是兑现承诺时的说到做到,是遇到困难时的有求必应。让企业家坐C位,更要把尊重和扶持融入日常,让他们不用为繁琐手续发愁,不用为不公待遇寒心,不用为后顾之忧牵绊,专心致志抓经营、心无旁骛谋发展、放开手脚闯市场。唯有如此,方能让企业的C位转化为发展的C位,让形式上的重视转变为实实在在的发展动力。

最优的营商环境,是最好的招商名片、最强的发展引擎。当每一位企业家都感受到C位的尊崇,当每一个企业都能在这片沃土上茁壮成长,科技创新之火必将燎原,新质生产力之势必定磅礴,内蒙古高质量发展定能实现新跃升。

一线·观点

奔腾的海骊马何以动人心

◎王志顺

春晚舞台上,一曲《奔腾的海骊马》以磅礴的旋律和深情的演绎震撼全场,让无数观众热泪盈眶,成为当晚最动人的文化瞬间之一。

《奔腾的海骊马》的动人之处,在于它用最朴素的意象传递出最深刻的情感。海骊马作为草原骏马的代表,正值四岁青春勃发之年,吃苦耐劳、一往无前,不达目的绝不罢休。它既是传递思念的信使,也是眷恋故乡的游子,更是蒙古马精神的化身。当节目尾声处,全体演员齐声唱出“马背上驮起悠扬的春光,牧马人追赶天边的彩虹”时,很多观众仿佛看到了自己——那个在异乡打拼却始终昂首挺胸的自己。这种代入感,让歌曲超越了地域与文化的界限,成为全民共情的纽带。

乌兰牧骑的参与为节目注入深厚的文化底蕴。这支“红色文艺轻骑兵”长期在戈壁、草原

上辗转跋涉,以天为幕布、以地为舞台,为农牧民送去文化与艺术。如今,95名队员用舞蹈、声乐与乐器的融合,将草原的烟火气搬上春晚舞台。当舞者身姿舒展如骏马奔腾,马头琴声激昂如万马嘶鸣时,观众看到的不仅是艺术的精湛,更是对中华优秀传统文化的坚守与传承。《奔腾的海骊马》成为连接过去与现在的桥梁,让年轻一代在歌声中听见草原的呼唤。

歌曲的编曲与舞台设计同样值得称道。改编自经典民歌的旋律,既保留了马头琴的原生质感,又融入了现代音乐元素,使传统与当代完

美交融。舞台上,幕布起落间,演员们在蒙古包旁再现草原劳作与欢聚的场景,将辽阔的草原转化为充满烟火气的家园。这种设计,让观众不再是旁观者,而成为草原故事的参与者。

《奔腾的海骊马》的成功,还在于它用最真挚的情感回应了时代的呼唤。在快节奏的生活中,人们常常被焦虑与迷茫裹挟,这首歌用草原的辽阔与骏马的奔腾,传递着对生活的热爱与对未来的信心,为观众提供了精神上的慰藉。它告诉我们,无论经历多少坎坷,总有一片春光在等待;无论走得有多远,总有一个地方让我们安放心灵。

《奔腾的海骊马》不仅是一场视听盛宴,更是一次情感与精神的深度共鸣。它如同一束光,照亮了每个人心中的旷野,让我们相信:只要心中有梦、脚下有力,便可无畏风雪,所向披靡。

当清晨的暖阳洒在乌审旗鲁鲁图镇一市场巷子的青砖路上,奶皮子糖葫芦的甜香与居民的欢笑声交织升腾——这幅温暖的生活图景,正是当地以“绣花功夫”推进老旧小区改造的生动写照。

城市更新,首要是在读懂民生期盼。老旧小区改造,改什么、怎么改,群众最有发言权。从为6.75万平方米老楼穿上“保温衣”,到让居民告别如厕难、行路难;从改造供电管网终结跳闸历史,到消除屋顶瓦片安全隐患……每一个项目的确立,都源于对民意的倾听;每一处细节的打磨,都体现着对民需的回应。这启示我们,城市更新不能搞“花架子”,必须沉下心来听民意,扎扎实实解难题,把民生痛点变成幸福的起点。

让民生痛点变幸福起点

◎杨潇

城市更新,关键在攻克民生痛点。加装电梯被称为老旧小区改造的“硬骨头”,难在利益协调、难在资金筹措、难在技术施工。但乌审旗以攻坚克难的决心,用设计“加速度”回应群众期盼。这背后,是社区干部几十场板凳会的耐心协调,是共建共治共享的治理智慧。实践证明,民生痛点就是工作的着力点,只要真心实意为群众着想,再硬的“骨头”也能啃下来。城市更新,落点在提升民生品质。改造不

仅是修修补补,更是生活品质的全面提升。一市场巷子从环境差到网红打卡地的蝶变,米线店老板月收入翻番的喜悦,生动诠释了城市更新也是生产力。朝阳社区小广场上的老少同乐,金融街嘉小区口袋公园里的欢声笑语,这些充满烟火气的场景,让城市不仅有“面子”的光鲜,更有“里子”的温暖。

城市更新不是简单的拆旧建新,而是以人民满意为标尺的深度工程。它需要“绣花”般的精细功夫,需要钉钉子的实干精神,更需要始终如一为民的情怀。唯有把群众的需求清单转化为满意清单,才能让城市更新中留住记忆、焕发活力,让人民群众生活得更方便、更舒心、更美好。

辣语

米兰冬奥会期间,“哈尔滨造”竞技头盔亮相赛道,产自福建厦门的滑雪杖被不少国家冬奥选手使用。在意大利北部小镇的体育用品店内,货架上的滑雪杖、护目镜、头盔、手套,不少标签都显示“中国制造”。业内人士称,全球滑雪头盔、雪镜基本是中国生产的,滑雪板、滑雪服据说有三成来自中国。

据《人民日报》
锐评:“冷装备”热销全球的背后,是质价双优供应链的支撑,是成熟产业集群的托举,是供需良性互动结出的硕果。

体育课被“主科”截胡,是很多人在学生时代都有过的经历。日前,教育部召开深入落实“健康第一”工作部署会,明确教育部门今年将严防“阴阳课表”,严查挤占体育课程、课间不准学生出教室等行为。

据《北京日报》
锐评:把课间还给孩子,把操场还给童年,不只是“健康第一”的要求,更是教育常识的回归。让孩子们在运动中感受快乐,在奔跑中释放天性,是教育的本分,也是早该还给孩子的一份承诺。

日前,四川甘孜推出终身畅游卡,游客持卡可无限次畅游包括海螺沟、稻城亚丁在内的14家4A级及以上景区。此前,安徽天柱山风景区、苏州昆山周庄也推出过一次购票即可无限次免费畅游的政策。多个景区告别“一锤子买卖”,推出终身门票。

据《经济日报》
锐评:终身门票是一个好生意,但考验也不少。只有做好后续服务,做实后续管理,真正让消费者感受到服务的温度和景区的魅力,才能留住“终身用户”。

都说“人生若只如初见”,这句话也可移用到职场。日前,“初代同事”入选2025年“青年十大热词”,引发网友广泛共鸣。“初代同事”又被称为“职场发小”,指的是同期进入职场、共同经历职业成长最初阶段的同事。

据《北京晚报》
锐评:“职场发小”的情谊,是职场人的宝贵财富。也许那些陪伴自己初入职场的发小已不在身边,但那份相知相伴、互帮互助的职场情谊应该“植入”新的职场伙伴。

近日,湖南益阳一场婚礼上发生的一幕刷屏网络:老丈人在婚礼现场,将18.8万元彩礼如数退还给女婿,只象征性地留下100元图个吉利。朴实无华的举动,击中了无数人的心,赢得了颇多点赞。

据《法治日报》
锐评:婚姻不是两个家庭的财富博弈。让彩礼归于“礼”,拂去的是攀比的风尘,播下的是文明的种子。待到移风易俗的清风吹遍乡野,我们看到的将不仅是千千万万小家庭轻装上阵,更是一缕缕文明之风如春雨般润物无声。

银行卡被莫名扣费,一查账才知竟成“投保人”,并没有主动选择购买保险,却被认定“点击即投保”,申请退保时被告知需扣除高额成本,费用退还还少全看投诉者态度是否“强硬”……近日,上海多位市民遭遇“被投保”的怪事,互联网保险销售的灰色地带由此暴露无遗。

据《新民晚报》
锐评:保险的本质是保障,绝非算计。唯有规则长牙、技术向善,方能守护好人们的“钱袋子”,让每一份保单都签署得明白白、安安心心,投保也才能真正成为百姓防范风险的优选。

这几天,“熟人羞耻症”登上热搜,不少网友在话题下分享过年期间与亲戚朋友相处时的尴尬感受:对长辈的过度关心感到无所适从,面对亲戚朋友不好意思化妆,饭局上不敢说太多话,远远看到许久未见的老同学,第一反应是绕道而行……

据《光明日报》
锐评:承载着社会期待,自然会有一些自我约束。在自我约束和松懈之间,找到那个平衡,就能更自信、更舒展地面对这个世界。