

北疆观察

## 释放文化产业高质量发展新活力

◎籍海洋

初秋的内蒙古是多彩的、火热的,是充满文化浓香的。8月29日至9月2日,第八届内蒙古自治区文化产业博览交易会在呼和浩特举办。展会现场,自治区及全国各地的多彩文化、前沿科技、知名IP、文创项目同台亮相。火爆出圈的青城伴手礼、精妙绝伦的毛绣技艺、身临其境的溯源西辽数字体验馆等“文化大餐”韵味儿又过瘾,为观众带来精神盛宴的同时,也为文化产业发展带来更多惊喜和可能。

文博为什么会越来越“出圈”?这背后,既有全国各地如火如荼开展文化产业发展的有效推动,也是人们对多样化、个性化、高品质文化供给持有更高层次的真实反馈。当前,我国文化产业已进入经济建设的主战场,成为经济增长的新动能、新引擎,文化产业增加值占GDP比重正逐年提高。内蒙古正在积极探索,加快发展新业态,形成更多新的文化产业增长点。数据显示,2024年一季度,全

以文化赋能经济、以经济活化文化,用资源禀赋激发地区活力,以文化IP赋能产业发展,内蒙古的文化产业定能在更广阔的领域碰撞出绚丽火花,持续释放高质量发展新活力

区163个规模以上文化及相关产业企业实现营业收入31.7亿元,同比增长6.7%;文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入1.9亿元,比上年同期增长75.3%,全区文化消费潜力有效释放,文化产业保持稳中有进的发展势头。

新时代发展文化产业大有可为、大有作为。党的二十届三中全会提出,要“健全文化产业体系和市场体系,完善文化经济政策”“探索文化和科技融合的有效机制,加快发展新型文化业态”“健全文化和旅游深度融合体制机制”,为加快文化产业发展指明了前进方向、注入了新的动力。内蒙古作为农耕文明与游牧文明的交汇地带,自古就是不同文化碰撞

融合的舞台。悠久的历史、壮丽的风景、多民族文化的交汇融合,积淀形成了内涵丰富、特色鲜明的北疆文化,为内蒙古文化产业发展提供了坚实基础。我们要不断健全现代文化产业体系和市场体系,优化营商环境,推动各类文化市场主体发展壮大;要聚力打响北疆文化品牌,搭平台、聚合力,全方位展现内蒙古厚重的文化底蕴与产业发展成果,提升北疆文化品牌传播力、影响力,让北疆文化“润物细无声”融入大众生活。

创新创造是文化的生命所在,文化与科技的结合,是双向奔赴、双向赋能。戴上VR眼镜,就能体验在草原上策马奔腾、拉弓射箭;穿上特制“背包”,就能瞬间穿越回

4500年前的古埃及村落;只需站在固定区域完成形象及动作采集,即可生成专属的数字孪生形象……透过文博这扇窗,扑面而来的“科技范儿”让我们感受到,数字前沿科技的市场化运用,往往是从创新文化消费寻找突破口,而文化消费市场对新产品的认可,又反过来刺激数字前沿科技的研发和创新,两者相得益彰。只有让“文化+科技”深度融合,全面打通文化创作、消费、传播等环节,以科技提升文化产品创意能力和表现力,驱动文化产品和服务供给专业化、智能化、多样化,才能促进文化产业的高质量发展,为加速培育文化领域的新质生产力蓄势赋能。

文化与经济从来都是紧密相联、不可分割的。以文化赋能经济,以经济活化文化,用资源禀赋激发地区活力,以文化IP赋能产业发展,内蒙古的文化产业定能在更广阔的领域碰撞出绚丽火花,持续释放高质量发展新活力。

【一家言】

## 人生可以“演绎”不可“演艺”

◎田香宁

前段时间,“毛坯人生”与“精装朋友圈”的话题在网上引发热议。“一生要强的中国人”在高原上旅游缺款,朋友圈发的却是“纵马踏花享自由”;炎炎夏日在海边漫步被晒伤,朋友圈发的却是精修的美图……无独有偶,在另一个严肃的职场领域,也同样存在这样的问题。有的党员干部为了突出自己工作勤奋、业务繁忙、业绩突出,开始把“办公地点”转移到朋友圈,或挑时选点,半夜12:00编辑一条“结束充实的一天”文案;或事无大小,所有工作都要在朋友圈“晒一晒”“炫一炫”;或将朋友圈发的工作动态设置成仅领导可见;或发动群众力量,让群众配合上演“摆拍”的桥段。

随着社交媒体的普及,朋友圈成为人们展示生活、交流思想的重要平台,所谓的“精装朋友圈”,简而言之,就是将自己的朋友圈精心包装打扮,展示自己想要给别人看到的一面。在工作中,明明可以按时下班,却要在朋友圈“伪勤奋”“假忙碌”;明明毫无实绩可言,却苦心孤诣地通过朋友圈博取领导点赞,这种表现式的工作、展示式的敬业,其本质上都是形式主义的表现,反映出个别党员干部贪功求名、急功近利的心理。

过度沉迷于打造“精装朋友圈”,与党的宗旨使命背道而驰。此种只追求心理安慰和政绩唯上的行为,容易忽视存在的实际问题和群众的真正需求,无法推动工作真正干出实效。一些党员干部可能会为了打造“精装朋友圈”而弄虚作假、欺上瞒下,严重损害党和政府的形象。

对党员干部来说,需要精心维护经营的不是微信“朋友圈”,而是自己的“毛坯人生”。“学者非必为仕,而仕者必为学”,作为党员干部,要始终保持艰苦朴素的优良作风,甘于“毛坯的人生”,而不是在“精装的朋友圈”中自嗨。要深入学习党的理论路线方针政策,牢固树立正确的政绩观,深入基层、深入群众,切实解决群众最关心关切的问题,为群众办实事,在工作中求实效,谨防陷入沉浸式自我“演艺”的泥潭。

相关部门也应该建立健全科学、公正、合理的考核评价机制,注重实绩和实效的考核,避免单纯以“打卡式”的表面成绩来评价党员干部,让真正为群众办实事、解难题的干部得到认可和奖励。要坚决刹住朋友“小圈子”的演艺之风,在革命同志、群众的“大圈子”中演绎共产党人的精彩人生。

【辣语】

在北京西二旗大街,山东大汉梁留伟(勇救3名落水儿童后牺牲)生前经营的火锅店,几乎天天满座。顾客有的开车数小时前来,有的看到新闻先后来了六次……热气腾腾的火锅店门口,尽是没有抱怨的排队,扔下钱就走的食客,临时来帮忙的“员工”。

——据《人民日报》

**锐评:**行善永不孤单,温暖总会延续。火锅店门口排起的长队,正是大家用最真挚的方式表达对见义勇为、乐于助人行为的肯定,用最朴实的方式表达对一个好人的感谢。

这两天,关于“教育惩戒权”的讨论很多,起因是刚刚发布的《中共中央 国务院关于弘扬教育家精神加强新时代高素质专业化教师队伍建设的意见》明确提出,“维护教师教育惩戒权,支持教师积极管教”。

——据《南方日报》

**锐评:**古有“玉不琢,不成器”“严师出高徒”之说,今有政策法规的明文规定。维护“惩戒权”,也是在守护教育质量。

“男子称献血8次被告知不能优先用血”,冲上热搜。据报道,河北廊坊市李先生表示,“2011年到2020年,我一共献血8次”,近日因病前往霸州市(由廊坊市代管)第二医院就诊,需要紧急输血。但是,却被告知由于自己近期没有献血,献血证过期作废了,不能为自己调血。

——据新华网

**锐评:**血是红的,不能让它淡了;心是热的,不能让它凉了;献血是无偿的,但它不应是“廉价”的。这需要我们的制度能更好关怀献血者、回馈善行。

“网购半斤菊花,干燥剂却占了大半重量”“下单时,商品详情页宣称一斤大桶装,两桶顶六桶,然而收货后去掉掉塑料桶和干燥剂一称,鸡肉干重量竟不到400克”……随着电商平台的蓬勃发展与直播带货的兴起,线上消费已然成为人们生活的关键组成部分。但近期有记者调查发现,网购商家在商品克重上“耍手段”的情形屡见不鲜,其中生鲜水果、零食等领域堪称重灾区。

——据人民网

**锐评:**网购发展到今天,一些不良商家竟还在以侵害消费者权益的方式降本逐利,如此行为消费者不会买账,市场和行业更不能容忍。

前不久,网络主播正式成为国家认定的新职业,这意味着未来有望吸引更多优秀人才投身其中,为行业发展注入强劲动力。同时,该如何面对新职业“人列”带来的机遇与挑战,也成为各方关注的话题。

——据《北京日报》

**锐评:**网络主播“转正”既是动力也是压力,期待主播们以此为新起点,不断提升自身创新力和竞争力,为行业持续健康发展作出更大贡献。

近年来,骑行运动热度不断攀升,骑行爱好者队伍日渐壮大,其中不乏青少年身影,记者调查发现:不少家长带着不满12岁的孩子骑行上路骑行,甚至跨省长途骑行;一些骑行社团开设“亲子骑行营”,甚至成人骑行营也对儿童“来者不拒”,活动安全保障严重不足。

——据澎湃新闻

**锐评:**任何一项运动要普及开来,都离不开安全这个前提条件。骑行再热,也不能忘了安全底线。

■画里有话



## 共有精神家园

人才自古要养成  
放使干霄战风雨

【出处】

(宋)陆游《苦笋》

【原典】

藜藿盘中忽眼明,骝马脱白玉婴。  
极知耿介种性别,苦节乃与生俱生。  
我见魏徵微髯,约束儿童勿多取。  
人才自古要养成,放使干霄战风雨。

【释义】

“人才自古要养成,放使干霄战风雨”这两句出自南宋诗人陆游的《苦笋》。这首诗的大意是说,诗人在粗犷野菜中突然看到竹笋,好像脱去襁褓的白玉般的婴儿,不觉眼前一亮。竹笋初生即有节,味苦涩,故其“苦节”与生俱来。它让诗人不禁想到“犯颜直谏”著称的唐朝名相魏徵,其刚直不阿的性格常令人难以接受,但是唐太宗却格外器重他,委之以大任。诗人看到苦笋正如唐太宗看到魏徵一样,不嫌其苦,反觉其可亲可爱。诗人劝儿童不要多拔苦笋,而要任由它们生长。诗的末尾以议论作结,一语点明主旨:人才自古都是培养而成的,要给他们做事的舞台,放手让其直冲云霄,经历风雨磨砺,方能长成大才。全诗将竹笋人格化,象征天生具有高洁、耿介精神品格的人才。

陆游是我国文学史上著名的爱国主义诗人,其毕生理想是北伐抗金、收复中原。然而他一生受尽打压,几度沉浮,所以他对于“人才自古要养成”的感受十分深刻。诗人写这首诗时刚刚从抗金前线返回。金戈铁马的艰苦生活让他雄心更壮、斗志更坚,唱出“从军乐事世间无”“战场横尸胜床第”等豪语。“放使干霄战风雨”正是诗人叱咤沙场、战斗风雨的真实写照。

【启悟】

功以才成,业由才广。人才是治国的基础,是事业成败的关键。但现实中,千军易得,一将难求。好的人才就如同参天大树,必须注重平日培植,使其经风雨,才能茁壮挺立。正如《汉书·李寻传》所言:“马不伏枥,不可以趋道;士不素养,不可以重国。”骏马如果不伏枥养食,就不能驰骋远道;人才如果不长期培养,就无法为国效命。

刀在石上磨,人在事上练。人才不是轻易就能培养出来的,坚强的品质、非凡的才能往往出自艰难困苦、荆棘崎岖的砥砺,必须放手让他们接受历练、经受磨炼。自古英雄多磨难,从来纨绔少伟男。文王拘而演《周易》;仲尼厄而作《春秋》;屈原放逐,乃赋《离骚》;左丘失明,厥有《国语》……细数古今风流人物,无不是生于磨难、勤于劳作之人。相反,不结“千层茧”,难长“冲天翅”。那些安闲、懒惰、恶劳之人经受不住风雨磨炼,自然壮实不了筋骨,也难不成参天大树。

人才自古要养成,放使干霄战风雨。实践是人才成长的沃土。纵观当下,很多年轻干部都是“三门”干部:从“家门”到“校门”再到“机关门”,亟需让他们在大风大浪中去摔打,多接“烫手山芋”,多当几回“热锅上的蚂蚁”,不断强胆魄、磨意志、练本领,在磨砺中成长、在斗争中成才。读好“无字书”,走好“百家门”,行好“万里路”,深入实践学活知识,练真本领,如此方能扛得了重活、打得了硬仗、担得起重任。

实践是大课堂,时代是大舞台。广大年轻干部要主动投身到服务群众的最近路、重大斗争的第一线、改革发展的主战场,多经风雨、多见世面,在真刀真枪的砥砺中练就硬脊梁、铁肩膀、真本事,在新时代新征程展现新担当新作为。

(哈丽琴)

## 支持品类更多, 补贴力度更大

商务部等4部门印发  
关于进一步做好家电以旧换新工作的通知

## 加大支持

当前,支持消费品以旧换新工作正加力推进。补什么?怎么补?消费者十分关心。近日,商务部等4部门印发关于进一步做好家电以旧换新工作的通知,明确一系列具体举措。

王琪 作

【洞见】

## 体检加项目有必要吗?

◎付彪

体检的目的是了解自身健康状况,然而最近有媒体报道,许多人在体检时遇到过此类情况:体检机构极力劝说增加一些具有神奇诊疗效果的检查项目,有的价格高达数千元。由于缺乏相关知识,或出于对自身及家人健康的关切,一些人最终选购了这些项目,但结果并未得到满意的检查体验。

随着国民健康意识的增强,人口老龄化进程的加剧,体检日益成为人们了解健康状况、早期发现疾病线索和健康隐患的刚需。《中国卫生健康统计年鉴(2022)》数据显示,我国体检人次由2009年的2.3亿增长至2021年的5.49亿。2023年,我国体检行业市场规模达2356亿元,同比增长10.6%。体检行业红火背后,机构推销体检加项、诱导过度体检等问题日益凸显。

据调查,在一些体检机构,从报到候检到具体项目检测,再到领取体检报告,都会有工作人员向体检者推荐一些加购项目。除了通过体检数据让人产生“必须要查、不能错过”

的焦虑,有些机构推销的体检项目“名字复杂、技术先进、效果强大”,且价格不低。例如,号称少量血液就能检测的肝癌筛查项目,价格约4000元;通过粪便检查的肠癌早筛项目,价格近1600元;阿尔茨海默病3种微小核糖核酸检测,价格约1400元等。

不仅如此,如今的体检套餐也变得越趋精细化、高端化。据报道,“精英族”“贵宾族”“压力族”“应酬族”等名目繁多的体检套餐,每个都包含几十个检查项目,无端肠胃镜、经颅多普勒等高大上的检查应有尽有,价格也从上千元到数万元不等,体检摇身一变成为高端消费。比如,某头部三甲医院的高端套餐接近60个体检项目,光肿瘤标志物检查就有8-12项,层层叠加,体检收费自然水

涨船高。

体检加项目有必要吗?客观地说,各类体检项目都有其存在的意义,深度体检作为常规体检模式的补充,可以更好地监测健康状况、判断健康风险,以便患者迅速应对,尽早介入治疗。

但在利益的驱使下,借助高科技、新技术等名头力推天价体检则是妥妥的“智商税”。对于推荐加项,一般是由医生根据体检者的家族病史、生活方式、生活习惯等因素,并结合基础检查结果确定是否需要。即是需要加项,也并非盲目推荐,而是建议深度检查。

因此,对于“神化”的体检加项,也需做一番“体检”。一方面,依据《健康体检管理暂行规定》《健康体检中心基本标准(试行)》《健康体检中心管理规范(试行)》等法规,进一步完善行业标准,提高准入门槛,规范服务行为,强化日常监管,尤其要对高端消费严加限制。另一方面,针对“神化”加项、夸大宣传、制造恐慌心理等违法行为,发现一起严查一起,倒逼机构守法经营,促进体检行业健康发展。

【来论】

## 让更多乡村CEO大有作为

◎袁文良

从指导农户种植农作物,到进行农产品品牌推广,再到举办研学活动……在农村,有一批乡村CEO正活跃在田间地头。近年来,随着乡村振兴战略的深入实施,不少人才投身乡村这片热土,渐渐衍生出了乡村CEO这一新职业,他们将村庄品牌化运营,打造特色项目,发展特色产业,吸引游客或企业投资以推动当地经济发展。

所谓乡村CEO,也叫乡村经理人、乡村运营师、农村职业经理人……他们既懂农业技术,又会市场营销,还能玩转电商直播,带着农民打造特色项目、发展特色产业、开发特色旅游,为传统农业转型和乡村振兴注入了新元素与新动能,可以说他们是新农人更是新农人。

乡村振兴,人才是关键。当前,随着乡村振兴战略的深入实施,越来越多的新农人选择植根于乡村、创业于乡村,成为引领新农人、发展新农村、托起新农业的乡村CEO。但从全国来看,乡村CEO缺口还很大。因此,

各地要采取多种措施和手段加快培养更多知识、有能力、有追求的乡村CEO,并引导鼓励他们在田野里播撒希望,以自己的知识与能力点燃乡村振兴新火种。

一方面,要根据当地发展实际和产业特色、发展规划,出台相应的乡村CEO引进政策和使用机制,以优良的创业环境和远大的发展前景吸引有想法的年轻人特别是高层次电商人才和具备企业家精神、拥有经营村庄先进理念的综合型人才返乡入乡,并在生产用地、资金贷款、税收缴纳、发展空间、创新平台以及社保、医疗、住房、子女教育等方面予以支持,让乡村CEO能享受更多的阳光雨露,进而成为乡村发展的关键变量。

另一方面,要根据广大农民自身的知识

结构和种植特长,建立完善规范化、常态化、专业化的培训机制,尤其要针对机械化、自动化、智能化在农业生产中被频繁应用以及农村旅游发展势头猛烈的特点,及时邀请专家学者对农民进行相关的知识和技能培训,培育一批有文化、懂技术、会经营的本土人才,使他们顺应现代农业发展的节拍,把最新的农业科技知识运用到实际生产活动中,成为做给村民看、带着村民干的本土乡村CEO。

当然,作为到乡村创业的新农人,也要认真分析当地农业发展的实际,认真研判投入产出、供需关系、市场占有率等现状与前景,精准选择有基础、有前景、有市场的地方特色产业,做到既脚踏实地“关心粮食和蔬菜”,又“面朝大海”眺望市场和未来。同时主动与老人交朋友、交朋友,向他们传授先进的生产方式、管理技术、经营理念、运作模式等知识,为乡村发展不断注入新活力、带来新希望,成为群众赞赏的兴农人。