

“村字号”热潮助力乡村振兴

◎王志顺

观一场活力满满的村BA、村超,欣赏一出绚烂多彩的村歌、村晚,品味一份香飘四溢的村厨、村咖……近日,在陕西延安举办的中国文明乡风大会上,首份《全国“村字号”文体活动情况报告》发布。报告显示,全国“村字号”活动类型多达24种,2024年全国乡村累计举办各类文体活动超过220万场。

侗族大歌在篮球赛的间隙响起,苗绣技艺通过村厨大赛走向世界,风阳花鼓借力村晚登上网络热搜……这些承载着千年乡村文明基因的文化符号,在“村字号”的舞台上完成了从静默存在到动态传承的华丽转身。这种转变的深层意义,在于它让农牧民成为文化的主体。当他们通过村歌创作、村戏PK、村画展示成为文化的创造者时,乡土文化便真正实现了活态传承。当农牧民在文化活动中找到自我价值,在经济发展中获得实在收益,在社会参与中感受到尊重与认同,乡村振兴便有了最坚实的根基。

“村字号”的活力,更在于它构建了文化—经济—社会的良性循环。贵州台盘村因“村BA”从偏远山村变身交通枢纽,湖南保靖县借“村厨”活动撬动40亿旅游收入,浙江“村跑”拉动农产销售1.8亿……这些数据背后,是“村字号”将文化软实力转化为经济硬实力的生动实践。这种转化不是简单的文化搭台、经济唱戏,而是通过文体活动重构乡村产业链:田间地头成为文化舞台,农具农产变成活动道具,村民从生产者转变为文化IP的运营者。这种模式的最大创新,在于它实现了“流量”到“留量”的转化。当游客因一场村晚慕名而来,因一次村跑留下消费,因一堂村课爱上乡村,乡村便不再是过客的驿站,而是成为具有持续吸引力的文化目的地。这种以文促旅、以旅兴文的循环,正是乡村振兴最可持续发展的动力。

从更宏大的视角看,“村字号”的蓬勃发展,正是中国式现代化在乡村的生动实践。它既没有照搬城市的发展模式,也没有固守传统的乡村路径,而是立足乡土实际,激活文化基因,创新表达方式,构建发展模式。这种实践的成功,印证了一个深刻的道理:乡村振兴不是对城市的简单模仿,而是对乡土文明的创造性转化。当“村字号”活动逐渐走向舞台中心,我们看到的不仅是一场文化盛宴,更是一场关于乡村未来发展的深刻探索。

当越来越多的乡村找到属于自己的“村字号”,当越来越多的农牧民在文化活动中找到归属与价值,乡村振兴的画卷必将更加绚烂多彩,中国式现代化的道路必将越走越宽广。

莫让生活妙招变险招

◎王琦

前不久,一女子使用网上推荐的“白醋加醋烧开”方法去除保温壶水垢,将白醋、白糖和水的混合溶液烧开后倒入保温壶,壶内高温液体突然喷出,导致其面部烫伤。该事件被多家媒体报道,引发广泛关注。

网络上的生活妙招之所以备受青睐,在于其简单易行、成本低廉,似乎能轻松解决生活中的各种难题。然而,不少妙招其实缺乏科学依据,或是断章取义,或是夸大其词。就如用白醋除水垢,从科学原理来看,白醋与水垢发生化学反应,确实可使水垢溶解。但将烧开的白醋、白糖和水的混合溶液倒入密闭的保温壶,就会加速化学反应,产生大量二氧化碳气体,导致壶内气压急剧升高,引发液体喷出伤人的危险。

类似这种妙招变险招的情况并不少见,这些所谓的妙招不仅无法达到预期目的,还可能带来严重的安全隐患,让人们在追求便捷生活的同时陷入危险的境地。生活妙招变险招的背后,反映出一些人科学素养的缺失和对网络信息的盲目信任,看到所谓的妙招便迫不及待尝试,而忽略了其中的科学原理和潜在风险。同时,一些网络博主为了吸引流量,不负责任地传播未经科学证实的妙招,进一步加剧了这种乱象。

避免生活妙招频繁伤人,需要多方共同努力。对于个人而言,需要增强对网络信息的辨别能力。在尝试生活妙招之前,先了解其背后的科学原理,判断是否安全可行。可以通过查阅权威资料、咨询专业人士等途径,确认所采用的方法是否科学合理,避免不必要的风险。网络平台也应承担起相应的责任,加强对信息的审核和管理。对于那些未经证实、存在安全隐患的妙招帖子,要及时进行清理和警示,防止其进一步传播。同时,鼓励专业人士和权威机构发布科学、实用的生活知识,为人们提供正确的指导。

此外,相关部门可以进一步加强科普宣传,通过举办科普活动、发布科普资料等方式,向公众普及生活中的科学知识,提高人们的科学认知水平。让人们在面对各种生活妙招时,能够保持理性和冷静,不被虚假信息所迷惑。

生活妙招本是为了让我们的生活更加便捷美好,但如果忽视科学原理和安全风险,就可能变成伤人利器。让我们以科学的态度对待生活妙招,在追求便捷的同时守护好自己和家人的安全与健康。

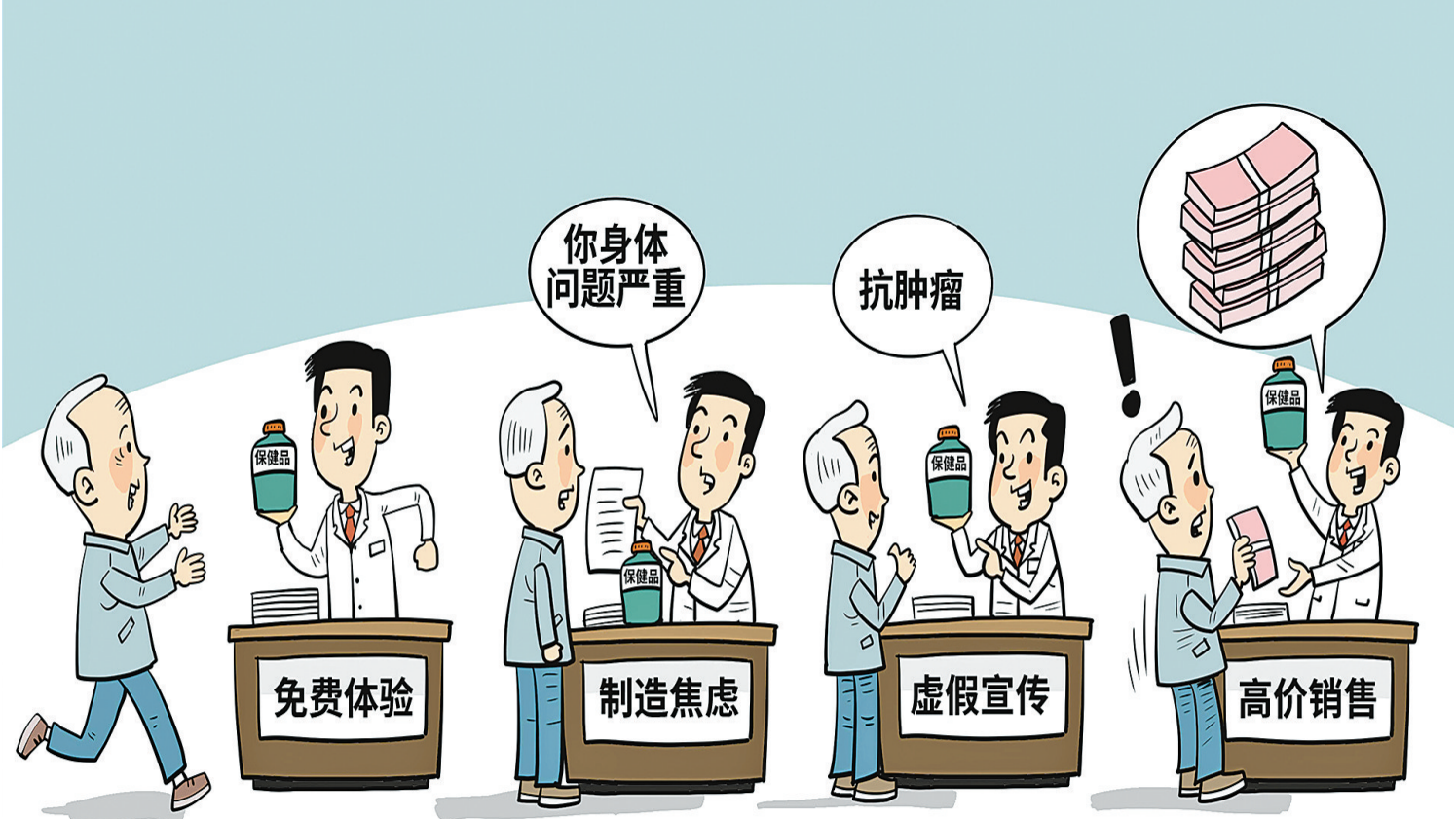
前不久,国家知识产权局发布公告,对新一批地理标志产品予以认定并实施保护。其中,乌海葡萄、达里湖华子鱼、固阳黄芪、清水河花菇、阿尔巴斯白绒山羊等42个来自内蒙古的特色产品成功上榜。这意味着内蒙古的地理标志产品迎来规模性扩容,有效助力我区特色产业再升级、乡村振兴再提速。

一方水土造就一方风味。内蒙古地域辽阔、资源丰富,从河套平原到大兴安岭林区,从阴山麓到呼伦贝尔草原,从阿拉善戈壁到锡林郭勒牧场,各地不同的自然禀赋,形成了独特的农牧业生产条件,孕育了各具特色的农牧产品。这些资源优势不会自然而然转化为发展胜势,只有做好品类培优、品质提升、品牌打造,实现规模化、产业化、品牌化发展,才能让土特产成为撬动乡村振兴的“金钥匙”。此次一次性新增42个地理标志产品,不仅给内蒙古优质农牧产品贴上了国家级品质认证,更标志着我区依托自然禀赋打造地域特色品牌的实践取得了重

立足“土”、突出“特”、形成“产”,推动乡村产业全链条升级,小小土特产也能撑起乡村振兴“硬脊梁”,让农牧民腰包更鼓,让乡村未来更有奔头

要突破,为后续推动产业升级、提升品牌价值、促进农牧民增收奠定了坚实基础。

土特产是独特乡土资源孕育的地域产品,也是一个地方独具一格的重要标志,承载着一方水土的记忆集成与民俗风情。数汉小米、武川莜面、扎兰屯黑木耳、阿拉善双峰驼……一个特产成就一个产业、富裕一方百姓的实例启示我们:做好土特产文章,需从“土”字上谋出路。一方面,立足乡土资源禀赋,开发“土产品”、做优“乡土味”,以原生态的基底守住产品本味、用老工艺的坚守延续品质根脉,把土生土长的土特产变成人们念念不忘的心头好;另一方面,深挖乡土文化内涵,利用好当地的风俗、风情、风味,充分凸显土特产的生态价值、社会价值、文旅价值,努力从“土”的味道中打磨出



提高警惕

近日,市场监管总局公布7起老年人药品、保健品虚假宣传典型案例。这些典型案例通过“免费体验—制造焦虑—虚假宣传—高价销售”形成违法链条,诱使老年消费者购买高价保健品。

新华社发 朱慧卿 作

儿童APP不是法外之地

◎张明博

日前有网友反映,打开宝宝巴士旗下一款“宝宝巴士儿歌”APP时,开屏会跳转到含有成人内容、低俗擦边直播等不适合儿童观看的第三方广告。对于公众质疑,官方客服回应,非会员状态下APP内确实会展示由

第三方平台投放的广告,虽然平台会进行审核但难免疏漏,出现低俗等不适宜的广告属于异常情况,将反馈处理。

宝宝巴士的主要用户群体是0—6岁的学龄前儿童,他们正处于价值观形成的关键期,缺乏对不良信息的辨别与抵御能力,那些含有成人内容、带诱导性的文案,会对孩子产生不良影响甚至损害心理健康。这个阶段的孩子连字都认不全,根本就分不清内容和广告,更不用说那些被“精心”伪装的跳转和下载陷阱

了。网上就有很多家长吐槽,自己的孩子误点广告后,手机自动下载安装了多款APP,内容不堪入目。

儿童应用软件的核心价值在于提供安全、健康的成长环境。广告法中有明确规定,广告的制作和发布方要加强审核,确保广告中不得含有淫秽、色情等内容。如今,宝宝巴士将问题和责任归咎于第三方平台和审核疏漏,根本就站不住脚。儿童APP不是法外之地,利用平台优势承揽广告无可厚非,但如果放任低俗广

告进入,那就不仅是将商业利益凌驾于儿童权益之上,更是对社会责任的漠视。

本应充满童趣的动画内容平台,竟成了不良信息的温床。这种荒唐的“跨界”不仅让人瞠目,更像一记警钟,敲醒了我们对于儿童数字安全的盲目信任。专为儿童开发的APP并不意味着绝对安全,我们不禁要问,类似的APP中还有多少隐形陷阱?

孩子是家庭的希望,也是社会的未来,他们的成长环境容不得半点马虎。宝宝巴士事件不应只是一时的舆论风波,而应成为整个行业刮骨疗毒的契机。只有让法律之剑高悬,让企业真正将儿童安全置于利润之上,我们的孩子才能在数字世界中安全遨游。

“一日修井”中的治理启示

◎王慧丰

把小隐患当小麻烦,没让小诉求求慢处理,而是用“马上就办”的效率解决问题,用“事事有回应”的态度接住民心。这种不轻视细节、不怠慢诉求的自觉,正是城市治理温度的直接体现,让市民真切感受到自己的担忧有人听、自己的需求有人管。

更值得深思的是,这件事的圆满解决,是群众参与、媒体搭桥与政府作为三方频频共振的结果。若没有市民主动站出来当城市的“监督员”,把弯道里的隐患及时反馈,这处风险可能会潜伏许久;若没有媒体搭建起“民意

直通车”,一边倾听群众呼声、梳理核心诉求,一边快速对接职能部门、传递治理需求,市民的担忧可能只是“石沉大海的吐槽”;若没有政府部门保持开放心态、锻造高效执行力,把媒体传递的群众呼声快速转化为行动,这份关切也只能停留在“纸上”。正是群众敢发声、媒体善传声、政府快办事,才让城市治理不再是政府的“独角戏”,而是三方携手的“协奏曲”。

当每一个破损的井盖都能被及时修复,每一条模糊的斑马线都能被重新施划,每一次群众的呼声都能被认真倾听,这样的城市才能真正成为让人安心、暖心的幸福家园。“一日修井”的实践,正是暖城鄂尔多斯传递给外界的一张治理名片,为更多城市提供了可借鉴的民生治理样本。

市本地工业需求的同时还可通过中部干线辐射京津冀、陕辽辽等市场。当前,包头市多个绿氢制取、氢燃料电池、氢能加注站等项目正在加快推进,初步形成制、储、输、用完整产业链。以入选国家氢能试点为契机,包头市正在全力建设全国首座全场景绿氢自循环创新之城,打造全国重要的氢能装备制造基地。

老工业城市创新发展的关键是实现绿色低碳发展。绿氢“制储输用”全链条发展,不仅开辟了城市产业发展的新赛道,也为传统工业城市绿色低碳转型发展,注入源源不断的绿色动能。相信在氢能产业的强劲推动下,“草原城钢”将奔赴更加清洁、高效、可持续的美好未来。

质,才能带动产业发展和群众增收。

现代农牧业的竞争,已由产品之间的竞争转向产业链之间的竞争。做好土特产文章,还须在“产”字上下功夫。以五原黄柿子为例,在传统鲜果的基础上,主攻精深加工、延伸产业链,陆续开发出黄柿子汁、黄柿子火锅料、黄西红柿气泡水、黄西红柿丁、黄西红柿果糕等一系列黄柿子制品,将黄柿子吃干榨尽,实现了价值最大化。延伸“产”的链条,就要发挥产业融合发展的乘数效应,推动农牧区电商、休闲农业、乡村旅游等新产业新业态发展,加强农牧产品产后分级、包装、仓储、物流、营销,畅通循环链、打通产销链,延长产业链、增加附加值,让土特产从“小散弱”向“精强优”跨越,让土特产的“金招牌”换来“金效益”。

小米耳能种出大产业,小米粒能登上世界大舞台。把土、特、产三个字琢磨透,立足“土”、突出“特”、形成“产”,推动乡村产业全链条升级,小小土特产也能撑起乡村振兴“硬脊梁”,让农牧民腰包更鼓,让乡村未来更有奔头。

不久前,中华全国总工会在上海市召开平台算法和劳动规则协商工作现场交流会。多家平台算法协议明确劳动报酬不低于当地小时最低工资、设立恶劣天气补贴、逐步取消“超时扣款”,将实时道路数据等纳入路径规划。在网约车行业,约定公开计价规则并降低抽成比例,全面升级防疲劳规则,推出异常订单拦截、强制休息提醒等功能。

——据光明网

锐评:推动平台算法协商直击痛点,让平台算法褪去“冰冷”,这既是对劳动者权益的坚实保障,更是推动技术向善的生动实践。

最近,网络上流传的一则“喜报”引发网民争议,该“喜报”的左上角写有医院字样,内容为热烈祝贺该院“再创佳绩”,9月份门诊人数7577人、住院及门诊手术台数426台,10月份开诊第一天门诊人数451人、手术25台。

——据《中国新闻周刊》

锐评:医院将患者病痛数据作为“佳绩”庆功,实为伦理失当。门诊量背后是患者疾苦,绝非业绩筹码。这种错位宣传背离救死扶伤初心,更侵蚀医患信任。

近日,记者在走访时发现,一些商品广告把占据显著位置的大字,用来突出商品功效、销量、折扣等吸引眼球的信息;而边缘位置的小字,则对大字信息作出补充和解释,意图消除可能带来的责任。这种“大字吸睛、小字免责”的现象在很多商品广告上普遍存在。有些小字小到几乎要用放大镜才能看清楚,而结合密密麻麻的小字免责声明,大字所宣传的信息给人一种“打折”的感觉。

——据《北京日报》

锐评:醒目目标煽动消费欲望,边缘小字却暗藏免责声明“补丁”,这种文字游戏消解市场信任,看似规避责任,实则透支品牌信誉。

有网友爆料,辽宁省鞍山市铁西区实验学校校园餐问卷只能填“满意”或“非常满意”,引发公众关注。鞍山市铁西区教育局发布情况通报称,目前,区教育局已重新启动不记名问卷调查工作,力求真实听取学生意见,确保调查过程的客观公正。

——据中国新闻网

锐评:校园餐问卷仅留“满意”选项,是自欺欺人的形式主义表演。重启匿名调查是必要纠偏,但唯有根除“报喜不报忧”的土壤,才能让问卷调查回归倾听本意。

最近,有网友驱车经过山西省内高速公路段时,发现多个服务区,的厕所需绕行至超市等消费区域才能抵达,该网友认为这种设计并未做到便民。山西交通控股集团相关负责人表示,这种模式是想让大家在服务区能多停留一段时间。

——据《南方都市报》

锐评:高速服务区厕所需绕行消费区,以牺牲便民为代价换取流量,是将公共刚需异化为引流工具,无疑是舍本逐末的短视之举。公共服务当以民生为先,强留客不如以优质体验留客。

当前,一股深入都市废弃建筑的“探废”风潮在社交媒体上悄然流行。废弃工厂、停产医院、烂尾楼盘,这些被城市遗忘的角落,正成为社交媒体上备受年轻人追捧的“打卡圣地”。“探废”爱好者组成私域社群,在聊天群组中分享如何躲避保安、翻越围墙的“攻略”。

——据上观新闻

锐评:城市“探废”暗藏种种危险,真正的探索精神,从来都不是无视法律、铤而走险,而是在遵守法律、保障安全的前提下探索更广阔的世界。

宿舍4个人,却有5万“隐形室友”……近期,社交媒体上关于“室友直播”的吐槽层出不穷。一些大学生主播不分昼夜、不控制音量,将宿舍当作直播间,把室友当成背景板,严重干扰他人正常休息,也让室友关系日趋紧张。

——据澎湃新闻

锐评:学生宿舍是多人共同居住的空间,休息权、隐私权、安宁权都是宿舍中每个成员的合法权益,绝不能为了一些人对流量的追逐而被随意牺牲。