

运河论坛

干字当头 拼出济宁美好未来

本报评论员 刘太福

拉弓满弦，擂鼓催征。2月5日，济宁“新春第一会”的举行，擂响了“走在前、勇争先”的铿锵战鼓，吹响了起步就冲刺、开局即决战的冲锋号，为我们实现一季度“开门红”、顺利完成全年目标任务、实现“十四五”规划圆满收官提供了清晰的“施工表”“路线图”。

人勤春来早。新春伊始，全市即对抓好各方面工作进行再动员，为的正是开好局、起好步。“走在前、勇争先”这一总定位、新要求，是省委赋予济宁的重大使命，与“经济大市要勇挑大梁”等工作要求一脉相承、一以贯之，是对打造新增长极的深化、拓展和延伸，为我市高质量发展指明了前进方向，注入了强大动力。

当前，宏观形势复杂严峻，区域竞争更加激烈，你追我赶的态势越来越明显。从济

宁自身看，去年顺利完成经济社会发展目标，但经济总量、发展能级还需大力增加和提升。“走在前、勇争先”的各项目标任务已经明确，关键就看干得好不好、跑得快不快。全市上下要始终保持战斗的状态，拉满弓、上满弦，一天当作两天用、两步并作一步走，以“人人都是奋斗者、个个当好实干家”的姿态，主动去干、奋力奔跑，在高质量发展的赛道上比学赶超，共同拼出济宁美好未来。

我们要迈开“进”的步伐，坚定不移扩总量、提能级。要更大力度“优存量”，切实将“一个万亿、五个倍增”的施工图变成实景图，做厚现有“家底”，走好园区化、集群化路子。要更大力度“扩增量”，坚持“项目为王、招商为大”，持续扩大有效投资，以源源不断的大项目、好项目支撑高质量发展。要更大力度“强变量”，走好科技创新“先手棋”，大

力发展新质生产力，最大限度激发各类创新主体潜能、释放创新主体活力，在前瞻性、战略性领域打好主动仗，让关键变量成为有力支撑，筑牢高质量发展的厚实根基。

我们要开拓“新”的视野，全方位解放思想、改革创新。要坚持以改革破难题，以开放促发展，下决心破除深层次体制机制障碍，以“高效办成一件事”为牵引，打造市场化、法治化、国际化营商环境，构建高水平开放平台，激发全社会的创新创造活力。要强化市场的思维，树牢经营的理念，保持敏锐的“市场嗅觉”，能用市场解决的尽量交给市场，能放给社会的尽量放给社会，算好“政治账、民生账”，算好“效益账、效率账”。要发扬拼抢的精神，做到“不遗余力”，全力以赴、放手一搏，干必有成；务必“不失时机”，抓住各种机遇、迅猛发力、抢占先机；坚持“不拘

一格”，法无禁止皆可为，大胆闯、大胆试，以非常之功、超常手段推动高质量发展，创造更加出色、出彩、出众的业绩。

我们要强化“实”的作风，出实招、务实功、求实效。要鼓足“真抓实干”的劲头，做到“言必信、行必果”。要端正“求真务实”的态度，从实际出发、用事实说话、拿实效检验。要练就“扎扎实实”的本领，提升改革创新的能力，增强服务群众的水平，提高防范化解风险的本领，集中精力推动市委、市政府各项决策部署一项一项落到实处，夯实高质量发展的坚强保障。推动济宁高质量发展，处处是主场，人人是主角。要汇聚“干”的合力，团结一心加油干，在比较中奋进、在奋进中赶超、在赶超中突破，以更加拼搏的状态、更加有力的担当、更加过硬的实绩，用汗水和奋斗，赢得济宁高质量发展的节节胜利。

声音广场

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，赶集成为人们的习惯。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。

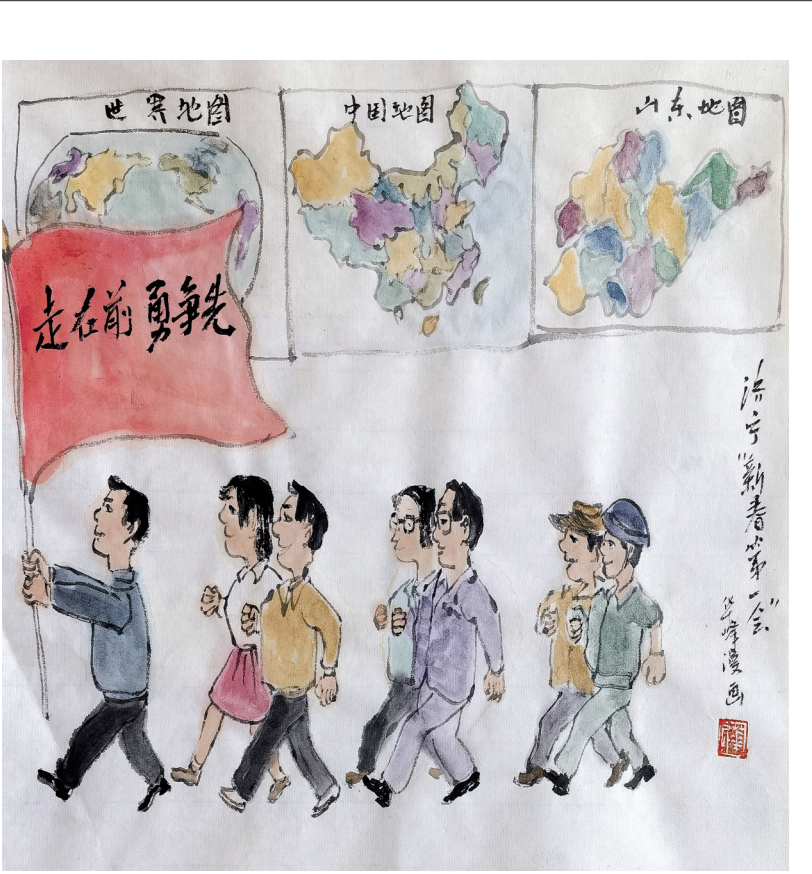
如今，许多大集在时代发展中守正创新，规划更合理、功能更多样，人们徜徉其中，可以发现更多、感受更多。芦台大集利用35亩商业地块，年货商品展销、互动体验、特色小吃、当地特色商品及非遗展示等各有分区、井井有条，多个具有本土文化内涵的网红点位吸引游客拍照。辽宁沈阳浑南区的祝家大集，将粮仓遗址改造成文化创意区和粮仓文化打卡区，80米巨幅乡村生活图景和簸箕画作、农作物雕塑等乡村场景引人入胜。北京通州区的张家湾大集，引入本区百年老店产品、农业农村局推荐的知名企业产品，还开展抽盲盒促销活动，增添逛集乐趣。

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，是她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。

《人民日报》(2025年2月10日)



华峰漫画

全市绿色低碳高质量发展大会，作为济宁“新春第一会”，吹响了新一年经济发展的冲锋号，奏响了新一年奋力推动高质量发展的集结号。全市上下都要自觉站在世界、中国、山东“三张地图”旁谋划发展，奔着一流干、奔着最快最好干，努力创造更加出色、出彩、出众的业绩。要全面落实“走在前、勇争先”总定位、新要求，拉高标杆、对标一流，改革创新、锐意进取，全力干出新高度、拼出新气象、谱写新篇章。

(华峰 漫画/文)

锐评

深挖底蕴 弘扬冰雪文化

马维维

哈尔滨亚冬会作为北京冬奥会后我国举办的又一重大综合性国际冰雪赛会，在不断创造一个个冰雪竞技项目佳绩的同时，“胸怀大局、自信开放、迎难而上、追求卓越、共创未来”的北京冬奥精神也在赛会筹办、举办中充分呈现，展现出冰雪文化的独特魅力。

我国冰雪文化底蕴深厚，在冰雪运动、冰雪艺术等人类与冰雪相生相融的活动中诞生并茁壮成长。北京冬奥精神催人奋进令人自豪，展现出冰雪文化的强大凝聚力；亚冬会上，运动员良好的精神面貌，令人振奋的拼搏精神，传递出冰雪文化的强大感召力；而在哈尔滨冰雪大世界等冰雪主题乐园，美轮美奂的冰雕雪塑、摩肩接踵的欢乐人群，显示出冰雪文化的强大生命力。

注重培育塑造冰雪文化、丰富文化表现形式，不仅能促进冰雪运动、冰雪艺术繁荣发展，更为冰雪经济快速发展造势赋能，为推动经济社会发展注入活力。

建立激励机制。无论是冰雪文化相关的艺术创作、赛事举办，还是冰雪运动人才培养等，均需要有效机制来推动发展。对此，可出台专项政策，对

于在冰雪文化传播、冰雪技艺传承等方面有突出贡献的个人、团体给予奖励表彰，激发更多人关注冰雪文化，积极参与和推广冰雪文化。

增加人才供给。专业人才是塑造与培育冰雪文化的关键，可在教育培训中加大冰雪相关专业的设置力度，如开设冰雪运动教学、冰雪艺术设计、冰雪旅游管理等课程和专业，培养具有扎实理论基础和实践能力的专业人才；加大国外优秀冰雪文化人才引进力度，通过专项合作带动本土人才成长；搭建各类人才培养平台，定期组织面向社会大众的冰雪文化技能培训，扩充冰雪文化人才储备库。

注重融合培育。将冰雪文化与地方特色经济文化深度融合。如推动冰雪文化与文旅产业深度融合，冰雪大省黑龙江近些年开发的“哈尔滨—亚布力—雪乡”等精品冰雪文旅项目，就是冰雪文化注入核心动能，文旅产品登台唱戏。以文旅为载体，让人领略冰雪文化的魅力。还可注重借助科技力量实现冰雪文化与数字技术、新媒体的融合，通过线上展示等多种方式丰富文化体验，拓宽传播渠道。

《经济日报》(2025年2月11日)

议论风生

透视春节年货消费之“新”

张小溪

春节作为中华民族最重要的传统节日，承载着千家万户对团圆幸福的美好期盼。置办年货，则是春节仪式感的重要体现。从传统的瓜子糖果到新中式服装、非遗文创，从昔日的“赶大集”到如今的“云购物”，年货消费的变迁不仅体现了国民生活水平的提升，更反映了经济社会的深刻变革。透视春节年货消费之“新”，我们看到的是消费升级的澎湃动力、文化自信的日益坚实，以及科技赋能下消费的无限可能。

近年来，年货消费最显著的变化莫过于从“量”到“质”的跨越。过去，年货消费更多关注的是有没有，而如今，消费者更注重好不好、健康不健康、新颖不新颖。以食品为例，传统的糖果、糕点虽仍是年货的重要组成部分，但“减糖版”“低脂版”“绿色有机版”等健康产品正成为市场新宠。老字号品牌纷纷推出无蔗糖或低糖油产品，既保留了传统年味，又满足了现代消费者对健康的追求。与此同时，“洋年货”走俏年货消费市场。从车厘子到三文鱼，从红酒到巧克力，越来越多的国际商品进入中国家庭的年货清单。中国不断扩大开放的贸易政策、便捷的电商平台和高效的物流体系缩短了中国消费者与“洋年货”的距离。

年货消费的另一个显著变化是文化元素的深度融入。随着文化自信的增强，越来越多的消费者开始关注富有传统文化特色的年货，非遗文创、国潮产品成为市场新宠。今年的春节是春节申遗成功后的首个中国年，消费者对非遗年货的热情空前高涨。从“玉蛇”毛绒玩偶，到“巳蛇祥瑞”流沙冰箱贴，再到“蛇墩墩”盲盒，这些将非遗技艺与生肖元素巧妙结合的文创产品，为春节增添了浓厚的文化氛围，也成为年轻人追捧的新奇年货。短视频平台数据显示，平台年货节期间，“蛇元素”非遗产品日均成交额环比增长435%。

国潮的崛起同样引人注目。从定制新年“战袍”到购买红色配饰，消费者通过个性化的服饰表达对传统文化的热爱。某购物平台数据显示，今年春节红色毛衣链销量同比增长超7倍，红色手链、戒指等配饰的销量同比增长超100%，红色女士丝巾、围巾等产品销量同比增长超110%。国潮服饰的流行，不仅彰显了消费者对传统文化的认同，也为春节增添了更多仪式感。

此外，科技进步为年货消费带来了前所未有的便利和多样性。从线下“赶大集”到线上“云购物”，从传统零售到直播带货，消费场景的变化重新塑造着人们的购物方式。直播电商的兴起为年货消费注入了新活力，消费者足不出户便可通过直播间“一日看遍各类年货”，享受沉浸式的购物体验。智能科技的普及也让年货消费更加便捷，通过AR技术，消费者可以“试穿”新年服装、“预览”家居布置效果。

年货消费的繁荣，离不开政策的支持与引导。春节前，国家进一步加力扩围消费品以旧换新政策，家电产品由8类增加到12类，并首次实施手机、平板、智能手表（手环）等数码产品的购新补贴政策。这一政策的实施，不仅激发了消费者的换新需求，也为家电和3C行业（计算机、通信和消费电子）带来了新的增长点。某购物平台数据显示，近一个多月来，“以旧换新”相关搜索量超2000万次，手机、洗衣机、冰箱等产品最受青睐。值得注意的是，这一趋势不仅在一线城市表现突出，三、四线城市和农村地区的消费者也积极参与，显示出消费升级的普惠性。此外，各地政府通过举办非遗集市、年货节等活动，为消费者提供了丰富的购物选择。年货节等活动，为消费者提供了丰富的购物选择。在四川宜宾、山东济南、云南昆明等地，非遗集市吸引了大量消费者前来打卡，传统技艺与现代设计的结合，让年货消费更具文化内涵。

春节年货消费的变迁，是中国经济社会发展的一个缩影。从健康化、国际化的产品选择，到非遗与国潮的文化表达，再到科技赋能下的消费场景创新，年货消费之“新”不仅满足了消费者日益多样化的、个性化的需求，也蕴藏着消费市场新活力。未来，随着中国经济高质量发展和居民生活水平不断提升，春节年货消费还将衍生出更多新形态，带来更多创新与变革，带给我们更多惊喜。

《光明日报》(2025年2月10日)

他山之石

找准发力点，干出好年景

2月10日《人民日报》任玉飞

背景:新春伊始，广东锚定建设现代化产业体系，抓住关键环节，实施八大行动、26项工作举措。这是把握发展战略定位、结合本地特点、找准工作发力点的生动体现。

观点摘要:推进中国式现代化，全国一盘棋。广东的开局行动告诉我们，从全局谋划一域，从自身定位和优势出发找准发力点，才能更好担负重任，以一域服务全局。

决胜“十四五”，怎么干很重要。如何在建设现代化产业体系等方面“继续走在全国前列”？“全面优化升级产业体系”“更具国际竞争力”。如何提升科技自立自强能力？“实施科技创新强基行动”……广东主动作为、前瞻布局，把坚持干字当头的要求落到了着力处，正是在“收官之年”拿出“收官之作”的创造性实践。

岁首是起势之机，也是谋事之时。干在实处，必成于实处。

深度挖掘文旅业资源

2月8日《经济日报》刘娅

背景:今年1月份，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，为促进文化旅游业高质量发展进一步指明方向。未来，繁荣文旅业要以供需两端发力，多角度施策。

观点摘要:优供给。激活特色资源，深度挖掘各地自然风光、历史文化、民俗传统、非遗项目等特色资源，推动相关资源的创意转化和开发利用，促进文旅产品差异化开发。瞄准细分需求，聚焦亲子、老年人等客户群体，针对性开发亲子游乐、研学旅游、银发文旅等产品。顺应消费趋势，丰富房车露营、邮轮游艇、微度假等文旅新业态。强化科技赋能，充分发挥大数据、人工智能、虚拟现实等信息技术在创新文旅产品表达方式、增强文旅产品传播力等方面的积极作用。

扩需求。注重宣传营销，构建政府、企业、媒体和游客多方参与、传统媒体、新兴媒体、自媒体等多元传播的宣传营销体系。丰富惠民举措，深入开展全国文化和旅游消费促进活动，鼓励有条件的地方根据实际推出文旅消费券、门票减免、积分兑换等优惠措施。优化入境游政策，持续完善签证和通关政策、提升支付便利化水平，开发与过境免签政策相匹配的特色旅游产品线路，持续开展“你好！中国”国家旅游形象推广活动。

强服务。完善基础设施建设，开展交通基础设施、配套设施补短板行动，提升旅游目的地通达度、便利性，破解旅游高峰期“出行难”“停车难”等问题。打造有序市场，加强综合监管，严厉打击不合理低价游、强制购物、恶意抢票囤票、“黄牛”倒票等行为，畅通消费者投诉渠道。强化便利服务，畅通重点景区和文博场馆等线上线下预约、购票渠道，提升旅游公共信息服务水平。

为“小过不罚”拉清单

让行政执法更柔和

2月10日《新京报》蔡乐渭

背景:曾因陕西芹菜案、河南豆芽案等案件引发舆论高度关注的“小过重罚”问题，在一个重要领域迎来了新的动态。2月7日，市场监管总局对外发布《市场监管行政处罚行为首违不罚清单（一）》及《市场监管轻微行政处罚行为不予处罚清单（一）》。对市场监管领域部分可予“不罚”或“免罚”的违法行为进行了初步的规定。

观点摘要:此次清单的发布，让“小过重罚”案件，有了不罚或免罚的明确依据。整体来看，这一清单的发布，也可谓正当其时，极具现实意义。

首先，可推动贯彻过罚相当原则。此次清单出台，基层执法机关和执法人员就有了不予处罚的依据和底气，可以对符合条件的首次违法行为和轻微违法行为不予或免于处罚。如此一来，行政处罚法所规定的过罚相当原则，就可能在形式上和实质上都得到更好的贯彻。

其次，这也符合当前优化营商环境的需要。现实生活中，由于各种原因，一些市场主体动辄得咎，因一些轻微过错而遭受重大行政处罚，严重恶化了营商环境，影响了市场主体的营商积极性。市场监管机关作为市场秩序的维护者和市场监管领域行政执法的主要主体，发布此次清单，对于优化营商环境具有重要意义。

再者，可有效维护法治的权威、树立人们的法治信仰。市场监管执法是人们日常接触最多的行政执法类型之一。此次清单出台，无疑可以有效减少市场监管领域中的“小过重罚”现象，让市场监管执法回归一般公众对公正执法的朴素期待，从而树立和夯实人们的法治信仰。

年轻人为何喜爱“新中式”

2月7日《人民日报》土土钱

背景:无论是作为美学风格还是生活方式，近年来，“新中式”都备受年轻人喜爱。如今的“新中式”，早已不限于穿搭、饮食、美妆等领域，而是广泛延伸、不断出新，一次次掀起“出圈”热潮。

观点摘要:“新中式”价值内核没变，形式却在不断变化。从穿汉服、化唐妆、围炉煮茶，到练八段锦、品中式茶饮、打卡古建筑，年轻人从这些活动中感受中华优秀传统文化的独特魅力。正如有媒体总结的，“新中式”不止停留在物质生活层面，当代青年的精神世界在“新中式”风潮的浸润中日渐丰盈。

“万物皆可‘新中式’”，网络流行语折射出“新中式”文化内涵和外延的不断扩大。扩大的过程，也是中华优秀传统文化不断融合中外新元素、不断结合现代新技术的过程。由此可见，在“新中式”流行的过程中，“新”和“中式”一个都不可见。归根结底，文化的发展需要内在生命力的推动。激发内在生命力，关键在于在充分吸收优秀传统文化的基础上，进行创造性转化、创新性发展。

(华峰 辑录)

