

过个平安祥和幸福的中国年

□唐彦云

热点快评

今天是农历大年三十,中国龙年的迎新钟声即将敲响。在这万家团聚、辞旧迎新的美好时刻,我们的心里充满期待和祝福。

家是春节的方向。这个时候有很多人还在往家赶的途中。近期多地出现雨雪冰冻自然灾害,使不少旅客被困在机场、车站和高速公路。网上有段视频,一个自驾回家过年的小伙子,在湖南高速被堵长达50多个小时,急得哭出声来,让人难忘。还有很多人或因岗位性质、工作需要,或因其他各种原因留守他乡。不管能否回家,对家的渴望、对亲情团聚

的期盼,都永远是春节作为绵延千年的集体记忆中,最重要的主题。所以,我们首先要祝福平安。有人说,平安是回家最近的路。即使一时不能回家,只要平安总可以回家。在风雪归途中的人们,既需要个体之间的守望相助,更需要政府部门的倾力相助,守护好他们的出行路。春节期间也是各种出行、旅游的高峰期,短时期内人流量、客流量巨大,需要各方更加谨慎周全,做好安全提醒、保障和预案,让平安温暖常伴左右。

春节团圆喜乐的主题,难掩现实中的焦虑和困境。尤其是,家人们在平时有各自的生活轨迹和空间,春节期间大家生活在同一个屋檐下,难免会出现一些摩擦和不适应。对于老人来说,可能他们的观念

有些守旧,尤其面对数字化鸿沟无所适从,对新事物有畏惧心理,而且爱唠叨。这时候就特别需要小辈们多一些包容、理解和关爱。老人在、父母在,就是福气,能听到他们的唠叨也是一种幸福。对于年轻人来说,也许他们正为升学、就业、社交以及其他各种事情烦着,特别是Z世代的年轻人,更加注重边界感和自我的空间,所以也需要去尊重他们,多一些理解和对话。对于孩子来说,现在他们的学习压力已经够大了,大人千万不要在孩子玩得最开心的时候来一句“作业做完了吗”,更不要打听和攀比孩子之间的成绩。春节期间享受美食,我们也要“看得见”那个始终在厨房里忙碌的人,体谅做家务的辛苦,家庭成员之间多些分担和体贴。

中国年是中华民族最重要的传统佳节,是烙进民族记忆和个体生命的年轮。一个人离开了故乡,才会发现故乡。一个人在成长之后,才会发现童年的珍贵,尤其是过年时亲情团聚的幸福感。在这千金难买的珍贵时刻,让我们放下手机,离开游戏和牌桌,与亲人进行真正高质量的交流和陪伴。听听父亲母亲讲述家族史,听听爷爷奶奶讲讲过去的年俗文化和他们小时候过年的故事。这样的交谈,能让我们更深刻感受到时代的变迁与社会的发展,能让我们超越当下的平凡甚至困境,把自己放在民族特有的文化背景和历史长河中、放在时代洪流和个体奋斗的坐标系中,感受真实生命的厚重质感,汲取文化与亲情的绵长力量。

总之,祝福我们都过一个平安祥和幸福的中国年。

有话直说

借力发力,擦亮“南通好玩”品牌

□知仪

龙年春节将至,庆祝活动好“戏”不断。2024年春节期间,市委宣传部、市文明办、市文广旅局、市文联等单位计划举办100场重点文化活动,持续叫响“南通好玩”的文旅品牌,让年味“浓”起来,文化“热”起来,人气“旺”起来。(2月3日《南通日报》)

我市旅游发展基础牢靠,这几年坚持以文塑旅、以旅彰文,打造了一批具有显示度、影响力的文旅品牌。喜迎龙年春节,当前人们的出游需求迅速攀升,我市精心筹划100项精彩纷呈的文旅活动,坚持一手抓优质产品供给,一手抓优质服务保障,足以赢得节庆游的“满堂彩”。

濠河风景名胜區、南通森林野生动物园等传统景区,一直是节庆游的热门打卡地。擦亮“南通好玩”文旅品牌,一方面要打造新花样,融入现代科技、文化创意,串珠成链培育更多沉浸式、互动性新场景,努力形成具有唯一性、国际范的特色产品,让景区从网红变长红。另一方面要注入新元素,通过古风集市(比如启唐城)、民俗文旅嘉年华等,让游客充分感受到浓郁的传统文化氛围和年味。同时要围绕“到南通过大年”强化策划,把主题提炼好,把产品开发好,使更多游客在可感知、可体验中推动景区景点“火出圈”,激发新动能、形成新优势。

这几年,红色游、乡村游等在南通方兴未艾,文博游、非遗游加速升温,要针对不同群体的个性化、差异化旅游需求,大力发展“旅游+文化”“旅游+体育”“旅游+康养”等新业态,建好一批美丽村庄、旅游小镇、风情街区,丰富“文”内涵,提升“旅”颜值,释放倍增效应、叠加效应,更广范围、更深层次、更高水平推动“诗和远方”更好融合。

擦亮“南通好玩”文旅品牌,很重要的一条是服务要升级。在提升公共服务水平、强化市场监管等方面下功夫。打造“留得住人”的旅游目的地,必须拿出最大诚意、夯实最硬举措,从公共停车位、公共卫生间、垃圾箱等入手,进一步完善配套设施、优化服务功能、规范市场秩序,让游客真正感受到“花值得、玩得好”。

春节前后也是消费旺季,在利用互联网、新媒体、短视频等平台实施旅游精准营销的基础上,要紧紧围绕“吃、住、行、游、购、娱”全要素,针对不同年龄段精准推送文旅消费信息,加大国货“潮品”高品质供给,不断推动旅游消费有效扩容。

愿春晚守护温暖的集体记忆

□蔡恩泽

据悉,本届春晚以“龙行龘龘,欣欣家国”为主题,寄望以“龘龘”之姿描摹中华儿女奋发有为、昂扬向上的精神风貌。从春晚彩排透露的信息得知,“春”的意象在今年春晚多个创意节目中巧妙呈现。武术节目再现中国武术经典,以武争春,一招一式刚柔并济,尽显春日万物竞发的勃勃生机;舞蹈节目创新演绎经典名作,充满天真童趣的少儿舞蹈与芭蕾相结合,洋溢着蓬勃生长的盎然春意;来自全国各地的民歌原生态演唱者带来民歌串烧,赞美家乡的山河锦绣、春色满园……

“我的春晚我的年”,经过40年的打磨积淀,央视春晚已经成为一种特定的社会符号,成为一顿与年夜饭等量齐观的“文化大餐”,也成为一条凝聚人心的精神纽带,在大年三十晚把一家老少“拴”在电视机前。以至于有人说,除夕夜如果没有春晚,这个年真不知怎么过。也有网友直言不讳:“每年和家人一起看春晚是另一种团聚的开怀大笑以及全家‘吐槽炮轰’的美好时光。”

既然是“大餐”,肯定是众口难调。春晚导演一直都是受累不讨好的角色。要在四个多小时的时间内,让所有看春晚的人百分百满意,根本不可能,也没有这个必要。况且现在观众的欣赏水平今非昔比。经过这么多年的熏陶,春晚观众群体的欣赏水平已经与过去有着天壤之别,口味更多元,也更挑剔。过去演一段小品,有一两个包袱就能让观众笑得前俯后仰,现在如果没有什么特别新奇的包袱,就是挠观众的腋窝,也是白费劲。看春晚是一个习惯,“骂”春晚现在渐渐也成了一种习惯,甚至是一种时尚了。其实,看花容易绣花难,观众在吐槽之余,也可以适当换位思考,尊重春晚导演和演职人员的辛勤工作,就像尊重掌勺年夜饭的大厨们一样。

人们对春晚的解读多种多样,至少说明春晚有存在的价值。看春晚已是中国人不可回避的仪式“程序”和过节习惯。春晚带来的祝福、祥和、温暖和欢乐,为大众提供了一个倾诉亲情、凝心聚力的载体,并与过年习俗融为一体。可以说,春晚的作用就是在除夕给大伙带来欢乐、荡漾一年的辛劳,让人们在笑声中有所启迪。

习近平总书记文艺工作座谈会上鲜明指出:文艺是时代前进的号角,最能代表一个时代的风貌,最能引领一个时代的风格。突出时代主旋律,反映时代的风貌和风气,也是春晚的特质。

春晚是国人的精神年夜饭,愿这华丽的舞台继续守候我们温暖的集体记忆。



金龙腾飞万象新

新年新气象,龙年换新颜。通过带动效应广泛的乡村文旅等乡村特色产业,有助于调动各地主动缩小地区、城乡和收入差距的积极性,从而让乡村地区实现振兴发展。朱晋画

用好村庄规划“指南针”

□陈艳金 一心

近日,省高水平编制村庄规划专题培训班在通举办。通过培训,有助于增强参训人员做好村庄规划的责任感、使命感,推动编制和实施好具有地方特色的实用性村庄规划,加快建设具有江海平原特色宜居宜业和美乡村。

现实中,一些地方在乡村规划上走偏了路,让规划成了纸上规划,没能发挥实际作用。比如,有的照搬其他村子的规划,用在本村却发现“水土不服”;有的村子过于重视形式,没有深入挖掘本村

资源和内涵,导致村庄规划流于表面;还有的地方过于依赖规划师,忽略了听取农民意见,导致制定出的规划在实施时站不住脚。乡村振兴如何用好村庄规划指南针,值得深思。

我市是全国较早通过国土空间总体规划审批的城市,2019年在全省率先启动新一轮村庄规划编制,有着良好的工作基础。编制好、实施好村庄规划,加快形成一批高水平村庄规划精品力作,要问计于民,多让农民发言。农民生于斯长于斯,对村庄哪里好、哪里

差,对村容村貌怎么保护、怎么改,房前屋后怎么设计、怎么建,有最直观的认识,也最有发言权。因此,村庄规划要坚持“开门”编制,善于向农民问需问计,鼓励农民为家园建设建言献策。

要用好信息化手段,提升村庄规划编制和管理水平。乡村规划涵盖村庄发展、建设的方方面面,也涉及多个主体之间的协同合作,在编制过程中要梳理大量信息和数据。因此,要善用现代化信息技术,将其融入村庄规划的编制实施过程中,以此降低规划编制

成本,提升工作效率。

此外,还要完善规划师的服务流程。县和乡镇政府是村庄规划工作的责任主体,要加强与各相关部门协作联动。规划师作为编制规划、实施规划的牵头人,不仅要在编制规划之前深入村庄调研,还要对已编制完成的村庄规划抓紧审查论证,在实施规划过程中做好监督管理,确保编制出的规划好用管用,能够有效落地,真正让村庄规划为我市深入实施乡村振兴战略、促进城乡融合发展提供坚实的保障。

加快推动南通农业现代化走在前

□庄蓓

日前,《关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》发布。这是新世纪以来党中央连续发出的第二十个“一号文件”,对于推进乡村全面振兴,加快建设农业强国,具有重要意义。

民族要复兴,乡村必振兴。习近平总书记指出:“推进中国式现代化,必须坚持不懈夯实农业基础,推进乡村全面振兴。”今年的中央“一号文件”着眼于加快农业农村现代化更好推进中国式现代化建设。把推进乡村全面振兴作为新时代新征程“三农”工作的总抓手,是我们打好乡村全面振兴漂亮仗、绘就宜居宜业和美乡村新画卷的重要遵循。

近年来,我市大力实施乡村振兴战略,现代农业迈上新台阶,农村面貌展现新颜值,农民生活实现新提升,“三农”发展成果成为中国式现代化南通新实践的生动缩影。但必须深刻认识到,全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。我们要把加快建设农业强市作为新征程上做好“三农”工作的总目标、总要求、总牵引,高质量推进农业农村现代化建设,牢牢稳住农业基本盘,加快推动南通农业现代化走在前列。

加强党对“三农”工作的全面领导。习近平总书记强调,办好农村的事情,实现乡村振兴,关键在党。推进乡村全面振兴,加快农业农村现代化,离不开党的坚强领导,

离不开基层组织建设。要突出党政主导、各方协同、分级负责,压实党政主要领导责任,形成“市级抓总、县区主抓、镇村实施”协同推进的格局。强化党建引领,充分发挥党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用,把农村基层组织建设成为落实党的政策、带领农民致富、密切联系群众、维护农村稳定的坚强领导核心。

促进农村一、二、三产业融合发展。坚持产业兴农、质量兴农、绿色兴农,依托我市农业农村特色资源,建设一批国家级“一村一品”示范村镇,打造一批国家级和省级特色农产品优势区。抓好农业全产业链建设这条主线,以一、二、三产融合发展为路径,一产稳总量增益,二产强龙头提品质,三产重融合兴

业态,构建特色鲜明、结构合理、安全稳定、规模质量和效益一流的农业产业体系。着力做好“土特产”文章,大力发展乡村旅游、休闲农业、观光农业、农村电商等新兴产业新业态。

全面实施“百千万工程”行动方案。“百千万工程”作为贯彻新发展理念的重要实践,作为加快城乡融合发展的重要举措,作为深化美丽南通建设的重要内容,需要以实际行动强产业、抓示范、促增收,绘就宜居宜业和美乡村的新画卷。要坚持因地制宜、循序渐进,从各地实际出发,遵循乡村发展、建设、治理内在规律,分阶段制定目标、分步骤推进实施,尽力而为、量力而行,持之以恒、久久为功,全力打造农村产业美、生态美、环境美、人文美、常态美为标志的宜居宜业和美乡村。

观点声音

春节临近,哪里年味浓?非农村大集与城市商超莫属。从年夜饭食材,到瓜果零食,再到节庆装饰,一辆辆购物车装满商品,满载人们对美好生活的期待,成为活力满满的春节消费市场的生动缩影。从商超购物车里,可以发现消费升级的趋势。人们的消费需求,已从过去注重数量,转变为更加追求高品质、多样化。以最常见的大白菜为例,有人喜欢帮脆叶绿的,有人偏爱叶多帮少的。“菜篮子”需求的变化,带动田间生产向现代化发展,新品种不断涌现。在激烈的市场竞争中,谁率先把握住消费升级趋势,有效提升产品和服务质量,谁就能在市场竞争中占得先机。需求牵引供给,供给刺激需求,为经济社会发展不断注入新动能。除了丰富供给,商超也在着力优化消费环境。或是推出App、小程序等,让消费者足不出户就能采购所需,省时省力;或是将直播间设在商超内,以“带货”的模式,实现线上线下场景联动。打好促消费的“组合拳”,中国经济高质量发展的动能将会更加澎湃。

——人民日报《购物车蕴藏消费新动能》

今年春节期间,不少博物馆不仅不打烊,还推出延时服务。据媒体报道,中国美术馆、中国考古博物馆、国家典籍博物馆等除夕不打烊,在整个春节假期开放。杭州的市属国有博物馆将延时开放,让社会公众有更多时间和机会来博物馆过大年。文博院所向民众发出盛情的文化邀约,不少人也选择欣然赴约。在不少人的春节假期行程单上,“逛博物馆”已是必选项。或携家带口,或与好友结伴,来博物馆感受别样年味,已成为公众尤其是年轻群体的过年新选择。“博物馆里过大年”,早已不是一句口号,而是成为一项新年俗。“博物馆里过大年”成新年俗,背后是旺盛的文化需求,折射出经济社会的发展变化。随着经济社会不断发展,人们生活水平持续提高,精神文化方面的需求日益强烈,节日休闲理念和方式也不断改变。传统年俗中不少与吃穿有关,而如今的逛博物馆、看贺岁电影、听音乐会等新潮流,无一不指向文化体验。今年春节,文博院所将迎来又一个参观高峰。对于可能出现的人流高峰,博物馆等相关机构有必要做好各种应急预案,顺畅看展渠道,做好安全等各项保障,以更加精细化的服务让人们安心乐享文化大餐。

——光明日报《博物馆里过大年 感受别样年味》

据《工人日报》等媒体报道,近期,一些连锁快消品牌、知名百货商场纷纷推出了春节盲袋。类似于盲盒,盲袋是一种商家随机在不透明的纸袋中放入商品,顾客必须付钱后才能打开袋子查看的销售模式,盲袋商品包括日用百货、鞋服、书籍等。因为其无法预知的神秘感以及较低的价格,勾起人们的猎奇心理,不少消费者争相购买。然而一些商家将盲袋销售当成了清理库存的手段,甚至盲袋商品有不少残次品,比如有消费者购买服装盲袋,打开袋子却收获了一堆过季的袜子。

盲盒、盲袋这种销售模式的本意应该是,消费者在明确商品与价格匹配或大致相当的前提下,获得一些物超所值、幅度大小不定的商业优惠,是不确定性的商业促销行为。如今,有的消费者买到的盲袋产品涉嫌假冒伪劣产品或者二次销售品,有的甚至疑似是“三无”产品,实在让人郁闷。作为一种新的经营消费模式,盲袋一定程度上有利于刺激市场提振消费,但盲袋不能更不该成为监管盲区。任何商品的经营和销售,都应守规矩有底线,如此,商家才能获得更长足的发展。因此,盲袋销售的经营者须恪守诚信,要如实告知消费者盲袋内商品的大体范围、质量等情况,不能以次充好,以假乱真。市场监管部门要督促商家在盲袋营销中,把抽中各类商品的概率、商品品质等信息如实公开,同时对侵犯消费者权益的营销行为及时进行查处。

——工人日报《盲袋销售不能成为监管盲区》

近来,搭子社交受到不少年轻人追捧,从吃饭,到运动,再到出行,主打一个“万物皆可搭”。搭子之间,志趣相投、目的相近,虽然只是临时伙伴,但却可以彼此支持、精准陪伴。更重要的是,人们不用付诸太高社交成本,就能够满足自身在特定场景的需求,何乐而不为呢?而对独在异乡过年的人来说,找个临时搭子既能缓解孤独,又能拓宽朋友圈,的确不失为一项选择。事实上,“搭子+过年”也是一种新“年味”。从前,过年的幸福感更多来自阖家团聚、共话家常的场景,串门拜年越多,年味似乎就越浓。如今,越来越多年轻人成为“过年主理人”,对过年的形式和内容也有了更多尝试。比如,财神冰箱贴、摆件,转运文案手机壳成为年货“新三样”,掌勺年夜饭、汉服逛花市、春节限定Citywalk荣登新年“三件套”。“搭子+过年”,既基于传统节日,又探索了新的形式,不正是一种打开思路、创新求变的见证?

——广州日报《“搭子”拼出新“年味”》