

家韵文明处 国风亦昂扬

杨燕玲

2月1日,《求是》杂志第3期发表了习近平总书记2016年12月12日在会见第一届全国文明家庭代表时讲话的一部分《注重家庭,注重家教,注重家风》。文章强调,要重视家庭文明建设,努力使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的重要基点,成为人们梦想启航的地方。

正家而天下定矣。儒家思想“家国同构”的理念影响深远。范仲淹创办义庄时,将“先天下之忧而忧”的家训镌刻在祠堂的梁柱上,让范氏家族八百年间走出四百位进士,印证了《礼记》所言“修身齐家”实为文明赓续的基因链;曾国藩写给子侄的家书中,将“勤、俭、刚、明、忠、恕、谦、浑”八字比作治家良药,这种将个人修为与家国情怀熔铸一炉的智

慧,既保持个体的独立性,又在整体中达成完美平衡;钱氏家族“利在一身勿谋也,利在天下必谋之”的家训,成就了钱穆、钱钟书等大师;今天的“最美家庭”评选活动中,那些弘扬美德传家风、奉献社会献爱心、崇德向善作表率的家庭典型,也在续写着新时代的家风注脚。

家庭是传统文化、价值观、伦理规范的重要传递介质,是人格塑造的初始熔炉,是社会发展进步的重要基础。良好的家风、家教如春日暖阳,使家庭成为个体心灵的港湾,增强家庭成员之间的凝聚力,始终保持家庭的温暖和稳定,进而更好引导家庭成员树立正确的世界观、人生观、价值观,对个体人格进行润物细无声的雕刻。国家是由千千万万个家庭构成的共同体,国家的稳定

发展很大程度上依赖于家庭结构的健康运行,当每一个家庭都拥有好家风、好家教时,整个社会也将充满正能量,变得更加和谐美好。

家庭文明是社会文明高塔的“累土”,千千万万个家庭的家风好,社会风气才有好的基础。但我们也发现,数字时代的浪潮正冲刷着传统家庭模式,虚拟社交不断削弱现实家庭互动。生活节奏的加快、价值观念的多元化以及外部环境的诱惑,使得一些家庭出现了亲情疏离、道德滑坡的现象。这不仅减弱了家庭的凝聚力,也对社会的文明风貌产生了负面影响。面对这些问题,我们更应该重视家风、家教的建设,传承正直、善良、勤奋、节俭等优良传统,通过树立榜样、重视教育、营造氛围和强化

实践等方式,促进家庭内部的和谐稳定,为社会的发展进步奠定坚实基础。

每一个窗明几净的家,都是照亮整个民族的精神灯塔。身教重于言传。每个家庭若都能以爱为土壤,以智慧为养分,以价值观为根系,社会必将生长出一片生机勃勃的文明森林。父母长辈应当以创新思维重新审视家庭教育,加强家庭成员之间的沟通与理解,在日常互动中潜移默化地完成价值观传递,以春风化雨的方式塑造后代精神品格,更好培养有温度、有底线、有格局的人,把个人梦、家庭梦融入国家梦、民族梦之中,以千家万户的“小传统”汇聚成民族文化认同的“大传统”,凝聚起实现中华民族伟大复兴中国梦的磅礴力量。

来源:青海日报

增开“银发号”是多赢之举

李红红

除了品尝特色美食,还能看演出、做保健,感受非遗技艺;随车配备医疗救护员和健康顾问;下了火车,吃喝住行由地接细心服务,每个站点都有充足游览时间……一段时间以来,银发旅游列车火了,吸引很多老年消费者深度体验,还迎来不少回头客。

不久前,商务部、文化和旅游部、国铁集团等9单位印发《关于增开银发旅游列车 促进服务消费发展的行动计划》,从服务供给扩容、适老化设施升级、服务品质提升、发展环境优化等维度提出12条具体举措,精准回应老龄化社会需求,以“铁轨上的温度”拓展老年群体幸福生活图景。

银发旅游列车“提质扩容”,是顺应银发消费升级趋势的必要举措。截至2024年底,我国60岁及以上人口已达3.1亿,占全国人口的22%,老年文旅消费需求持续增长。数据显示,2024年共组织开行旅游列车1860列,

其中老年游客占比接近80%,然而只有少数列车具备系统的适老化设施。提供品质型、舒适型、普惠型的多元产品,增加开行数量,提升服务标准,形成一批主题旅游列车品牌,可谓直击痛点。从这个角度看,增开“银发号”,有助于保障老年群体出行权益,更好满足他们的美好生活需要,是多赢之举。

银发旅游列车,开行的是列车,开发的是区域旅游产业,开拓的是服务消费空间。比如,景区可否为搭乘旅游列车而来的老年游客设置绿色通道,开发适老的智能导览系统,设计适合老年游客体验的游览康养一体化项目?可否针对老年游客团打造专业的导游团队,提供从列车到景区、覆盖食住行游娱医的无缝衔接服务?有效提升服务链,才能有力拉长消费链,让银发旅游从简单的走马观花升级为深度的文化体验。

增开银发旅游列车,外溢效应是巨大的。从经济效益看,鼓励多元化资本参与投资,将银发旅游列车适老化、绿色化、舒适化改造纳入“两新”政策支持范围,有助于激发经营主体活力,形成可持续的商业模式,为银发旅游市场注入新活力。从社会效益看,更多适老化服务产品的推出,也能将人文关怀传递到列车之外。小小车厢的“温度”和匠心,将促进全社会对老年群体的“大关怀”。

老有所游,老有所乐。政策支撑、市场驱动,激活了老年文旅市场的“一池春水”。在各方携手努力下,老龄化社会蕴含的“长寿红利”,必将与高质量发展同频共振。铁轨延伸之处,有山河美景,更有诗与远方。让我们与时偕行,推动银发旅游列车服务高质量发展,为老年群体的生活增添更多色彩与活力。

来源:人民日报

关注基层干部“自我加压”新现象

半月谈评论员 胡锦涛 刘佳敏

近年来,中央大力整治形式主义为基层减负,各项减负措施落地生效、变化明显,广大干部得以卸下包袱、轻装上阵。然而,记者调研发现,一些基层单位和干部出现“自我加压”新现象,亟须引起重视。

据了解,一些地方为减轻基层负担,要求下属单位只需报送简要的电子材料,但有的基层单位仍会按“往常惯例”报送详细材料以示“重视”;有的地方在向上级部门申请建立“工作台账准入清单”时,主动要求增加涉及如“自建房安全隐患”或其他“重要事务”等额外工作台账;有的基层单位为防范日后的突击检查,对一些非必要工作也会手抄记录,为工作“留痕”……一边是上级部门为基层减负的要求和举措,另一边却是基层单位在工作要求范围外的“自我加压”,使得本该为

基层减负的工作被打回了“原形”,再次成了基层负担。

基层为何要“自我加压”?看似难以理解的现象背后,一个重要因素是基层干部对该地该部门能否长期坚决执行上级减负要求仍心存疑虑。无论是基层主动多建台账,还是增加工作“留痕”,目的都是“备一手”,倘若日后的督察检查、考核问责有了新的要求和规定,仍然有说得清的余地和证明。

基层干部的担忧是有来由的。当前,整治形式主义为基层减负持续推进,但文件会议超发超开、“白头”文件规避监管等基层形式主义隐身变异仍不断出现,基层负担“穿马甲”“翻烧饼”等问题仍时有披露。另一方面,基层事务繁多,不同上级部门的要求不一,基层干部时常遭遇“钟摆效应”

困扰,即使是同一上级部门,检查考核的要求也时常变动,甚至个别领导“朝令夕改”,让基层干部难以适应。这些尚未整改彻底的现象都让基层只得被迫“自我加压”。

基层是党的执政之基、力量之源,也是贯彻落实党中央决策部署的“最后一公里”,只有进一步加大形式主义整治力度,让基层减负生效又生“根”,基层干部干事创业的安全感才会更强,“自我加压”的困境才能彻底消除。

在为基层减负这场攻坚战、持久战中,老问题和新情况难免交织出现,这就要求各地各部门始终保持清醒头脑,对基层减负工作常抓不懈、久久为功。要构建更加科学、高效、规范的减负长效机制,给基层干部吃下“定心丸”,让他们腾出更多时间和精力去谋实事、求实效。

2024年,我国经营主体数量近2亿户,新设经营主体超2000万户。数以千万计的新设经营主体成长发展,传递出中国经济的希望和信心。

信心来自量的增长。最新数据显示,2024年前三季度,我国新设企业662.2万户,新设个体工商户1402.4万户,新设农民专业合作社5.5万户,多种经营主体均呈现稳定增长势头。每家新设经营主体都是投资者对经济发展投出的“信任票”,体现出市场预期持续改善,投资信心逐步增强。

信心来自质的提升。2024年前三季度我国新设企业中,“四新”经济领域企业超过239万户,约占新设企业总量四成。这些高新技术企业,是新旧动能转换的力量支撑,也是新质生产力培育发展的微观基础。特别是近期以来,人工智能等新技术新产业蓬勃发展,新业态新模式加速涌现,经营主体“新”意勃发,为经济发展带来更多生机活力。

信心来自营商沃土持续厚植。良好的营商环境是企业创业兴业的“空气”和“土壤”。当前,从中央层面的民营企业座谈会,到多个省份的新春第一会、各部门的相关部署举措,传递出为企业打造更好发展环境的鲜明信号。各方期待,营商环境之“优”将进一步促进经营主体之“活”,形成百舸争流、千帆竞发的积极态势。

积小流以成江海。经营主体不断发展壮大,为高质量发展注入源源不断的力量,助力中国经济继续奔腾向前。

超两千万新设经营主体传递信心活力

新华社记者叶前昊