

减少“自弹自唱”，让民生清单兑现成“幸福账单”

新华社记者 于也童

强化新业态劳动者权益保障、治理中心城区交通堵乱点、创建全国示范性老年友好型社区……近日全国各地陆续召开地方两会，一张张民生清单接连公布，覆盖就业、医疗、教育、养老等多个领域。

实施老楼加装电梯800台以上、将完成500所中小学体育场地升级改造、新增家庭养老床位5000张……这样的民生清单聚了民意、暖了民心，让百姓充满期待。

民生实事，核心是“民”，关键在“实”。但记者调查发现，近年来，有地方和部门的民生清单也出现了“重数

量、轻质量，重自定、轻民意，重部署、轻落实”苗头，亟需警惕。

有的清单闭门造车，不仅没有体现群众意见，甚至杜撰群众需求；有的被动应付，仅在官网发布简单通告，缺乏和群众的互动；有的条款泛化，表面好看实难落地，百姓无法从中受益。

民声是民生实事立项的“重要信号”。民生清单不是部门“自弹自唱的独角戏”。这其中既要有政府统筹的“大菜硬菜”，也少不了群众自选的“家常小菜”。大事要办好，基础设施、公共服务要步步夯实；小事要办细，家门口的路灯、社区的停车位一个也不能落。

广开言路，将每件实事都对准群众的操心事、烦心事、揪心事，“民生清单”才能兑现成“幸福账单”。

民心是校准民生工程的价值坐标。治国有常，利民为本。民生工程不管投入多少资金、建设多少项目，最终看的还是有没有让老百姓得实惠。老旧小区居民告别“爬楼难”，农村百姓喝上“放心水”，小地方治病也能看上“大专家”……这些小而微的工作件件暖心、事事惠民，才能赢得民心。

群众需要什么，政府就操心什么。发展的温度，就藏在老百姓一天比一天更踏实、更顺心的日子里。

建设万千和美乡村

梁瑜

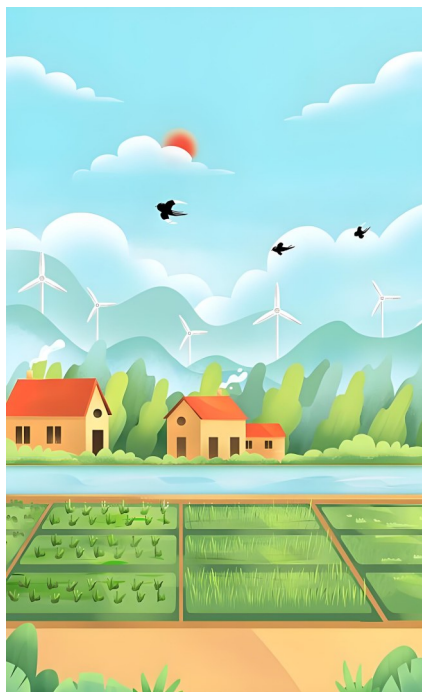
从“外卖进村”渐成趋势，到新能源充电桩加速下乡；从公共服务触手可及，到旅居经济持续升温……乡村，正成为越来越多人向往的生活之地。

“十五五”规划建议提出“创造乡村优质生活空间”这一全新表述。中央农村工作会议再次强调，加快补齐农村现代生活条件短板，创造乡村优质生活空间。未来一个时期，乡村发展要改善生产条件，更要系统构建与现代生活相契合的生活空间。

什么样的生活空间堪称“优质”？关键是因地制宜。广袤乡村十里不同风、百里不同俗，自然条件、资源禀赋、发展水平各异。创造乡村优质生活空间，不是把乡村建设得和城市一样，而是要从各地实际出发，呼应农民需求，逐步提高乡村基础设施完备度、公共服务便利度、人居环境舒适度，让和美乡村成为广大农民的幸福家园。

总体看，当前农村基础设施水平持续提升，农村人居环境明显改善，农村卫生厕所普及率达到76%左右。各地探索出丰富多样的发展模式，让万千乡村长出自己最好的样子。

不过，乡村建设仍面临一些挑战，



网络图片

例如规划统筹与产业协同不足、有的村庄“空心化”、部分农村基础设施改造滞后等。比如，“外卖下乡”是推动乡

村消费升级的重要实践，但人口分散、订单密度低等带来的成本压力，会影响服务的可持续性。

如何创造乡村优质生活空间？“十五五”规划建议提出“分类有序、片区化推进乡村振兴”的指导方法。从空间格局看，在地缘相邻、人缘相亲、资源互补的多个村庄之间，建立协同发展机制，形成规划一体、产业联动、设施共享、治理协同的融合发展单元，能够有效破解单个村庄规模小、资源散的发展瓶颈。

还应兼顾农民与市民双重需求，提升整体宜居宜业水平。浙江莫干山的民宿经济是典型例子。当地通过改造闲置农房，既让农民获得了租金收入，又为城市游客提供了高品质的休闲体验，形成了“乡村提供场景、城市提供消费”的良性循环。

接下来，务必继续锚定“农村基本具备现代生活条件”这一重要目标，推动水电路气等基础设施持续向村覆盖、住户延伸，不断提升乡村基础设施完备度。稳步推进城乡基本公共服务均等化，推动教育、医疗等公共服务体系加速向农村延伸。来源：经济日报

情绪消费催生花式“文创黑马”

杜梨

国家博物馆凤冠冰箱贴取消预约和限购近一个月后，该馆1层文创店内依旧氛围火热。消费者不仅“端盒”购买凤冠冰箱贴，还被为马年春节量身打造的“黑马”系列文创狠狠“圈粉”。

这匹黑马，设计灵感来自“古代中国”展厅的三彩黑釉陶马。它不只漂亮——马鬃齐整，双目有神，胸肌发达，体魄健壮，颇有“四蹄踏雪”的美感；而且“稀缺”——其设计原型为全国存世唯二的黑釉陶马之一，堪称唐三彩精品中的精品；寓意还好——因釉料成分在高温条件下呈色不稳，唐三彩中蓝色与黑色釉优质品极其罕见，这与黑马引申义暗暗相合，亦可为春节讨个好彩头。眼下，围绕“黑马”形象，国博已陆续推出了背包、手套、冰箱贴等约50款文创产品。

丙午马年尚未到来，但包括“黑马”在内，多款文创马已率先出圈。意外走红的“哭哭马”，以憨态可掬、略带委屈的形象，精准触动了人们心中柔软的一角。率性奔放的“马彪彪”，鬃毛炸开、“放荡不羁”的造型，生动演绎了“潦草但自由”的独特气质。虽然打动人心的具体维度不一样，但能看到其中蕴含的相似道理，那便是：抽象，但有意义。恰如学者所言，“网络语境下，消费者有着极强的文化解码参与意愿。”

“为情绪消费，为意义买单”，许多观察者都精准捕捉了这一消费动态。从“禁止蕉绿”绿植，到或丑或萌的“潮玩”，再到收集“谷子”、付费“树洞”……新一代消费者早已跳出“实用至上”的传统诉求，转而愈发看重产品

所承载的情感共鸣与自我表达。简言之，他们买的不是商品，而是意义。在购买行为发生之时，便已在参与意义共创，很多时候都能看到“内容种草—产品消费—社交传播”的完整链条。就像人们争相用“哭哭马”玩梗，是在表达对于“不必完美”的释然；拍摄“马彪彪”的照片，也是在畅想“自由自在”的状态。正在蓄势的“黑马”，也开发了类似于“一拍马屁”即嘶鸣、磁吸马蹄“串亲戚”的趣味玩法，等待消费者参与其中。

马马成功，各美其美。事实证明，不必执着于精致的完美主义，拥抱真实的人间烟火，回归对“人”的情感关怀与价值认同，相信会有更多可爱的文创产品，让消费者会心一笑。

来源：北京日报

德国《明镜》周刊最新一期的封面，以黑色幽默点破了跨大西洋关系的尴尬。标题“唐纳德，够了”赫然在目。封面合成图中，德国总理默茨、法国总统马克龙等五位欧洲国家领导人身着猎装、手持武器，背靠格陵兰岛的冰川，摆出一副防御姿态。封面底部那行“特朗普的帝国主义：欧洲如何捍卫自身立场”，精准击中欧洲当下的痛点。

如果说《明镜》封面是情绪的宣泄，那么美国五角大楼日前发布的2026年国防战略报告则呈现了一个更冷酷的现实。在这份报告中，华盛顿公然觊觎格陵兰岛的控制权，更令欧洲心凉的是，美方在报告中直言欧洲在全球经济中的份额“持续下降”，战略重要性已遭降级，并顺势要求北约盟国承担起防御的“主要责任”。

当大西洋彼岸的盟主一边将欧洲视为可任意索取、肆意拿捏的“后花园”和“殖民地”，一边在乌克兰危机中要求欧洲“冲锋陷阵”并独自买单时，欧洲精英层痛苦地意识到：所谓“安全承诺”，其实是一种昂贵的“附庸税”，唯命是从的结果，只会沦为地缘政治的“耗材”。在不久前的达沃斯世界经济论坛年会期间，加拿大总理卡尼坦言，所谓“基于规则的秩序”正在消亡。

面对“美国冲击”，欧洲正竭力“自救”。欧盟与印度近日签署自贸协定，释放出清晰信号：欧洲要加速“去美国风险”。前不久，欧盟与南方共同市场正式签署自贸协定，扩展属于自己的“朋友圈”。这些举措旨在分散风险，并告诉华盛顿：欧洲的贸易版图不只有美国。

中欧经贸合作同样受到瞩目。近期，中欧本着相互尊重的态度，在世贸组织规则框架下妥善解决电动汽车案，显著提振市场信心，为中欧汽车贸易投资合作注入新的动力。大众、空客等欧洲企业不断在华加码布局。

近期，欧洲多国领导人相继访华，释放出强烈的政治信号：他们在重新审视全球格局下的自身定位，寻找能够提供增长动力和稳定性的方案。

一个没有战略自主的欧洲，只能在别国的地缘游戏中沦为筹码。也只有战略自主，欧洲才能在动荡世界中保持并延续繁荣。当前的国际变局，对于欧洲而言无异于痛苦但宝贵的契机。无论是“向东看”，还是与南共市携手，欧洲正在认识到：世界很大，选择很多。

历史的车轮滚滚向前。所谓“基于规则的旧秩序”摇摇欲坠，新秩序正在务实互动的多极世界中破土而出。欧洲，不应仅限于喊出“唐纳德，够了”，而是要真正走自己的路了。

欧洲终于喊出「唐纳德，够了」

新华社记者 陈斌杰