

收心绷紧弦 实干拉满弓

郝炜

超长假期结束,尽快收心归位,对于党员干部来说,不能打折扣,不能“掉链子”。虽说鞭炮声未尽,年味儿尚存,但时间不等人,历史不等人,策马扬鞭、勇往直前不等人。唯有摆脱“春节情结”,做到“满血复活”,迅速从惬意的“节日模式”切换到紧凑的“工作状态”,把团圆的欢喜变成谋事的拼劲,把放飞梦想变成尽职的行动,真切做到收心绷紧弦、实干拉满弓,才算是向春而行、不负春光,惜时敬业、全力以赴。

俗话说,“树活风雨土,人活精气神”。“十五五”时期是我国基本实现社会主义现代化夯基础、全面发力的关键时期,青海进入战略地位整体跃升期、生态优势转换关键期、现代化产

业体系培塑提升期,发展前景更加广阔,大有作为正当其时。干事创业,关键在人,关键在党员干部的精神状态。昂扬向上的精气神,是克服艰难险阻、成就一番事业的内在驱动力。收假即收心,抖擞精神、专心致志;开工即冲锋,斩关夺隘、攻坚克难,正是这种精气神的充分展示。机遇错过不得,事业耽误不得,责任懈怠不得。当前,改革发展稳定任务艰巨繁重,面临的挑战考验日益严峻复杂,更加需要广大党员干部只争朝夕、收心专心,找回“状态”、找到节奏,鼓足干劲、拼出闯劲、砥砺韧劲,始终愿作为、敢作为、善作为,让工作打算、举措想法更加完善,清单化管理、项目化推进尽快落地,不能啥事都等“过了正月十

五再说”。

实干,是中国共产党人的鲜明特质,是成就事业的必由之路。真抓实干,就要尊重新的实际、遵循新的规律。应该说,从实际出发就是水平,按规律办事就是能力。经济发展顶压前行、科技创新突破攻坚、民生福祉持续改善,要求我们认真落实笃信、务实、担当、自律重要要求,以实干实绩“积小胜为大胜”,在正视每一个挑战、成就每一次进步、珍惜每一分收获中,把信心、意志转化为知重负重、知责负责的强大动力。真抓实干,就要以问题为靶心、以实效为导向,不折不扣成为崇尚实干、注重实绩的行动派、实干家。实干是最质朴的方法论,是破解难题的根本途径。要杜绝“收心不用

心”“在岗不在线”“出勤不出力”,真正以实干践行使命,坚决守护好“中华水塔”;以实干诠释担当,实现“十五五”良好开局;以实干凝聚人心,让各族群众安居乐业;以实干锻造忠诚,让优良作风化风成俗。节后“收心归位”,既是纪律要求,也是职责所在,更是对单位管理水平的一次检验。我们要牢记嘱托、感恩奋进,坚定信心、实干争先,电充“满格”、自律续航,以更高标准打造生态文明高地,让大美青海的成色更足;以更大力度推动高质量发展,让绿色低碳发展的动能更强;以更深情怀促进民族团结进步,让和谐稳定的基石更坚,锚定部署、乘势而上,谱写高原大地“实事求是、求真务实、真抓实干”的时代篇章。来源:青海日报

多措并举扩大乡村消费

周丹丹

2026年中央一号文件围绕“多措并举扩大乡村消费”作出部署,提出“支持乡村消费扩容升级,提升消费设施和服务水平,培育丰收市集、非遗工坊、休闲露营等消费新业态新模式新场景”。这是立足城乡融合发展、激活乡村全面振兴内生动力、战略举措,回应了亿万农民对美好生活的向往,为推进乡村全面振兴提供了有力指引。

扩大乡村消费,首先要打通农产品上行“最后一公里”,唤醒田间地头的原生活力。长期以来,“藏在深山无人识”“丰产不丰收”既绊住了农民增收的脚步,也困住了乡村消费的内生动力。中央一号文件提出培育丰收市集,有利于打破这种困局,让丰收市集成为连接生产端与消费端的“便民桥”。比如,在贵州湄潭,当地立足茶叶产业优势,紧扣“湄货出山”目标,将丰收市集打造成“线下展销+线上直播+文化体验”于一体的消费新场景。丰收市集与“村播”深度绑定,返乡青年、村干部化身“田埂主播”,以茶山实景为幕进行直播带货,让丰收市集成为“村播”的天然演播厅,打通了产销的双向通道,使乡土好物真正成为消费新选择。

中央一号文件部署培育非遗工坊消费新业态,核心就是让传统技艺“活起来、火起来”,让非遗从博物馆走进日常消费场景,成为可触摸、可体验、可购买的文化产品,实现文化传承、农民增收、消费升级的“三赢”。北京京西稻农业文化遗产地便是一个成功的范例。这里将非遗工坊与农耕文化深度融合,传承人现场展演古法种植技艺,游客亲手插秧、体验收割,选购盆栽稻、稻田文创,让农耕非遗“可看、可玩、可买”。如此,既守住了乡土文脉,也丰富了乡村文化消费场景。

如今,“微度假”渐成消费新风尚,越来越多人对乡村的山水风光、田园意境青睐有加。中央一号文件提出培育休闲露营等新业态,就是要推动乡村景观向消费场景转化,实现“生态美”与“经济美”的双向赋能。譬如,在四川仁寿,当地依托黑龙滩水库的山水禀赋、响水六坊的生态资源,将露营业态与本土田园文化、民俗相融合,让露营成为休闲社交、文化体验的新载体,让乡景成为乡土消费的重要支撑。

扩大乡村消费,既要让业态“活起来”,更要让保障“实起来”,坚持“硬件升级”与“软件优化”并重。如

今,新能源汽车、智能家电下乡持续推进,县乡村三级物流网络逐步完善,农村消费设施不断升级,为乡村消费筑牢硬件根基。同时,市场监管持续发力,严打假冒伪劣,优化消费环境,让“品质消费”“绿色消费”“便捷消费”成为乡村消费新导向,让农民敢消费、愿消费、能消费,乡村的消费活力持续释放。

“丰收市集+村播”“非遗+消费”“露营+文旅”……这些实践充分证明,业态创新、设施完善、服务升级多管齐下,能有效打通城乡消费循环,让乡土既有烟火气,也有新潮感;既有乡土味,也有文化味。立足乡土资源禀赋,找准乡村消费发力点,才能让乡村消费真正热起来、活起来,让乡土成为拉动内需、畅通经济循环的新增长点。

在延续乡土文脉、深挖乡土特色资源中实现创新发展,是扩大乡村消费的必然要求。未来,持续培育消费新业态、完善消费设施、优化消费环境,让发展红利更多惠及亿万农民,让乡土成为有吸引力、有烟火气、有获得感的消费新空间,进而为乡村全面振兴注入源源不断的动能。

来源:光明日报

云咖升“咖”的启示

赵宇恒

云南咖啡种植面积和产量均占全国的98%以上。作为中国咖啡的重要代表,云南咖啡的成功密码是啥?

近些年来,全球精品咖啡消费增长速度远高于普通咖啡。云南咖啡产业踩对了市场节拍。2021年以来,云南将咖啡产业作为“高原特色现代农业”的重点产业之一,研究实施推动精品率和精深加工率提升的政策措施,使得云南咖啡精品率远超全球平均水平。此外,借助共建“一带一路”倡议、自贸区建设等政策叠加优势,以及中老铁路、中欧班列等陆路贸易网络,云南咖啡持续快速摆上“世界货架”。

不只是云南咖啡,随着我国农业进入全方位对外开放新阶段,其他类似的地方特色优势产业也在向国际市场敞开怀抱。它们的发展,给我们带来了启示。

首先,对于产业规模有限的地方特色优势产业而言,走“小而精”的发展路子更为可行。只要品质有保证,规模并非农产品获得市场认可、拓宽盈利空间的决定性因素。

其次,当中国对外开放的大门越开越大,我们亟须以全球化视野重构产业发展逻辑。

一方面,要看到国际市场的广阔需求,适时调整产业发展方向和销售策略。

另一方面,国内国际两个市场同样重要,用好两个市场两种资源,让本土特色优势与国际资源相互对接,才能在高水平开放中实现跨越式发展。

发展有地方特色的农业,归根到底是为了让农民实现持续稳定增收。既引导农民付出更多时间精力提升产品品质,也让他们能够获得品质提升带来的红利,质量农业才能走得更远。

与一些传统特色产业比起来,云南咖啡仍然是一个“小产业”,但云南咖啡的升“咖”之路表明,走高质量发展之路,小产业一样能够闯出一片新天地。

来源:人民日报

灵蛇辞旧岁,骏马报新春。2026年春节,运动热潮与传统年味撞了个满怀,成为新春最动感的底色。

米兰冬奥会赛场上,中国健儿摘金夺银,创下冬奥会境外参赛历史最好成绩,点燃全民运动热情。全国各地的群众体育活动也遍地开花,“运动过年”俨然已成为一种新年俗,为传统中国年注入了新活力。

从南到北,“运动过年”的场景鲜活可感:春节前后,广东推出475项群众性体育赛事,江苏谋划452项群众性体育赛事,黑龙江依托冰雪资源开展300余项小型便捷、易参与的群众体育惠民活动,贵州的“村BA”“村超”和“村排”等赛事持续火爆……社交媒体上,亲子运动、邻里赛事等分享也收获诸多点赞。

曾几何时,春节离不开围炉聚餐、走亲访友,“每逢佳节胖三斤”是不少人的过年写照,久坐不动、饮食油腻也成了新春健康小困扰。“运动过年”成为新年俗,源于健康理念深入人心、基层体育设施不断完善。许多体育场馆过年不闭馆,方便越来越多家庭举家出动、好友相约,在运动中舒展身心。

“运动过年”不是对传统年俗的颠覆,而是温情的传承与升级。人们在阖家欢聚的基础上,多了一份对健康生活的追求。动起来的新年,让年味不再局限于家门内,而是在奔跑、喝彩、协作中变得更鲜活、更热闹。

值得一提的是,“运动过年”并非追求“形式化热闹”,各地赛事聚焦小型化、便捷化、惠民化,兼顾老人、孩子等不同群体需求,让运动门槛更低、参与度更高,真正做到全民共享。江苏推出的452项赛事活动,便兼顾传统体育项目与新潮运动,精准对接不同年龄、不同爱好群体的健身需求。

有烟火气、有人情味、有健康范的运动新年,不仅丰富了年味内涵,更见证了百姓生活品质提升。年俗在与时俱进中迭代,生活在健康向上中进阶,这正是中国式现代化的生动注脚:物质更富足,精神更昂扬,日子更有奔头。

动起来! 年味儿更浓郁

新华社记者郑明鸿