

★ 圣城视角

春节大集擦亮乡村特色产业“金招牌”

华峰

随着2025山东省“黄河大集”新春季启动，春节序幕缓缓拉开。春节期间，我市以特色大集、年俗节庆、云端推介、电商直播等多种形式，提振消费，助力乡村振兴。微山湖咸鸭蛋、金乡贡米……那带着泥土芬芳和质朴气息的济宁特色农副产品，成为了节日市场的主角。

中央农村工作会议强调，要推动乡村产业提质增效，做好“土特产”文章，培育新产业新业态，完善联农带农机制，促进农民增收。产业振兴是乡村振兴的重中之重，推动产业振兴，关键要把“土特产”这三个字琢磨透。“土”讲的是基于一方水土，开发乡土资源；“特”讲的是突出地域特点，体现当地禀赋；“产”讲的是真正建成产业，形成可持续发展后劲。把“土”“特”“产”紧密结合起来，

串珠成链、落地生金，将进一步助力农业增效、农村增活力、农民增收入。

大力发展特色产业，做好“土特产”文章，是实现乡村振兴的重要内容。我市有着丰富的自然资源、优美的生态环境和独特的民俗文化等，在发展特色农业产业方面具有独特优势。全市各地依托本土自然资源禀赋，积极打造具有地方特色和人文价值的农产品品牌，各类特色农产品不断推陈出新，呈现“百花齐放”的发展态势。我们要做好“土特产”文章，就要加强系统协同，多管齐下。如延伸产业链条旨在提高抗风险能力，就须建立更加稳定的利益联结机制；引入“土特产”保险机制，坚定走科技之路、质量之路、品牌之路，推动乡村产业全链条升级，增强市场竞争力和可持续发展能力

等。做好“土特产”文章，还需要各方踊跃参与，创新营销模式。要结合村情、乡情、县情，发展乡村特色产业，不断擦亮乡村富民“金招牌”，就能让农民的致富之路越走越宽广，让农村经济焕发新的生机与活力，让乡村全面振兴走深走实。

乡村振兴工作的核心任务就是要发展特色产业。发展乡村特色产业就要着力做好“土特产”文章，以产业振兴促进乡村全面振兴。要“土”字为基，开发乡土资源。立足水土资源，因地制宜合理开发，进一步整合资源，大力发展特色经济，加强乡村治理体系建设，加快实施跨村联建，用好当地的物产资源、自然风光、村落资源，选择适合的产业类型、发展方向，既有别于城市的“洋气”，也要沾染农村的“土气”，接好农业

的“地气”。要“特”字为纲，发挥独特亮点。把“特”贯穿到发展乡村特色产业的全过程，突出地域特点。同时“产”字为要，建产业成集群。乡村特色产业的建成要以乡村特色优势为基，深度挖掘特色资源、整合多方价值。

事实证明，“土特产”是座“金山”“富矿”，守好用好并积极创新开发发展路径，这座“金山”才能带给农民更持续的收益。我们要把握好春节市场的机遇，认真琢磨“土特产”这三个字，大力发展乡村特色产业，做大做强“土特产”。让“济宁礼饷”农副产品承载着一方水土的馈赠与荣耀，通过持续挖掘和发展乡村特色产业，以产业振兴促进乡村全面振兴，努力让乡亲们更加有收益、得实惠，钱袋子越来越鼓，获得感越来越强。

★ 声音广场

充分释放消费潜力

尹双红

一段时间以来，网络上关于居民消费行为的讨论时有发生。出门吃饭先看团购，购物选“平替”，喝奶茶也考虑性价比……消费者不愿意消费了吗？非也。

观察消费市场，还可以看见，中国国家博物馆的门口排起长龙，凤冠冰箱贴“一贴”难求；哈尔滨冰雪大世界开园首日，门票迅速售罄；热门商圈，顾客人头攒动……多个领域居民消费热情高涨，呈现生机勃勃、活力满满的景象。

了解消费者，才能看清楚消费潜力所在。一边是“能省则省”，一边是“该花就花”，消费者的行为背后，有着同样的理念——满足消费所需。

“所需”，是新鲜的体验。比如，去陌生的城市欣赏风景，学习一项新的运动技能，打卡地区首店、首展。

“所需”，也是丰富的文化内涵。从马面裙畅销，到博物馆热，再到国产3A游戏火爆出圈，越来越多人看见传统文化之美。

“所需”，还是更高的生活品质。智能穿戴设备、智能家居、新能源汽车，人们踊跃尝试新技术，用以提升生活质量。

由此而言，人们追求美好生活的消费需求并没有减少，而是日益呈现个性化、多元化、品质化的趋势。

进而言之，消费潜力从何而来？从满足“所需”而来。不能更好激发消费潜力，关键在于能否紧扣需求变化，促进消费提质扩容。2024年底举行的中央经济工作会议确定了2025年要抓好的重点任务，其中第一项就是“大力提振消费，提高投资效益，全方位扩大国内需求”。顺应消费新趋势，改善消费条件，创新消费场景，更好满足消费者新需求，才能使消费潜力充分释放出来。

新需求呼唤新供给。以购物中心的转型升级为例。一度，电商的发展给购物中心带来不小的冲击。如今，多地商圈一改过去以商品销售为主的经营模式，打造一站式休闲娱乐场所。北京，华熙LIVE汇集文体、餐饮、展览等多种业态；重庆，解放碑步行街与洪崖洞、十八梯等传统风貌区巧妙连接；陕西西安，大唐不夜城将互动表演搬进步行街……丰富独特的消费体验，让商圈重聚人气。这也恰恰说明，消费新趋势里蕴藏着发展新机遇，积极应变、优化供给，为消费者提供人无我有、人有我优的选择，就能让产品和服务赢得更多消费者青睐。

激发消费潜力，既要重视市场这只“看不见的手”，也要有效用好政府这只“看得见的手”。

2024年，在消费品以旧换新政策的作用下，全年汽车报废更新超过290万辆，置换更新超过370万辆，带动汽车销售额2200多亿元；超过3600万名消费者购买了八大类家电产品5600多万台，带动销售额2400亿元。

2024年举办的中国国际消费中心城市精品消费月活动中，发放消费券、组织大型体育赛事等举措，带动举办地5个城市11月上中旬商品消费额同比增长5.9%，餐饮消费额同比增长12%。

一系列政策，发挥着“四两拨千斤”的作用，不仅激活了消费市场的“一池春水”，更引导居民消费向着绿色化、智能化、品质化升级。总结经验做法，让政策更精准有力，发挥好政策的引导作用，消费潜力将更好得到释放。

2024年1至11月，我国社会消费品零售总额超44万亿元，同比增长3.5%。我国超大规模市场优势没有变，国内需求增长潜力巨大。

从消费新趋势中找到供给新方向，形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡，定能把内需潜力转化为发展实绩，以国民经济循环之“畅”，助力发展大局之“稳”。

(1月13日《人民日报》)



★ 华峰漫画

乡村全面振兴，文明乡风是保障；培育文明乡风，移风易俗是关键。湖南省株洲市茶陵县高院镇龙匠村有一风俗：村民办婚嫁娶酒席时，乡亲们按“一斤肉价随礼”。一斤猪肉，价格一般在十几元，不会造成多大经济负担。以“一斤肉价随礼”，村子里喜事新办、白事简办、人情适度的新风正气逐渐深入人心。在人情上做减法，在文明上做加法，一项项村规民约从传统美德中脱胎而来，让村民免去了“人情债”，让邻里情更简单纯粹。

(华峰 漫画/文)

理论经纬

培育良好家风 铸就幸福生活

■任广俊

习近平总书记在2025年新年贺词中指出，家事国事天下事，让人民过上幸福生活是头等大事。家家户户都盼着孩子能有好的教育，老人能有好的养老服务，年轻人能有更多发展机会。每个家庭成员都有对幸福生活追求的着力点，在追求中体现的精神风貌就构成了家风。幸福家庭既有物质生活的丰富，更有精神生活的充裕。良好家风是家庭幸福生活的基石，具有涵养道德、厚植文化、润泽心灵的德治作用，对构建和谐家庭环境、和谐家庭关系，铸就幸福生活具有重要作用。

不管时代发生多大变化，不论生活格局发生多大变化，我们都要重视家庭建设，注重家庭、家教、家风。好家风是一个精神成长的重要源头，也是一个家庭可以传于后世的永不过时的传家宝。新时代是奋斗者的时代，在对美好生活的奋斗和实现中，我们要重视良好家风的建设和传承。

好家风具有丰富的内涵，体现到个人、家庭、国家三个层面。个人层面表现为向上向善、担当自律。向上向善意味着积极进取、奋发有为、明德惟馨、择善而从。担当自律意味着对家庭幸福生活的付出与努力，对美好生活充满信心并以此为基础进行的自我约束，润物细无声地融入家庭成员的思想和行动中；家庭层面表现为孝亲敬老、勤俭持家。孝亲敬老不仅局限于物质上的供养和身体上的照顾，更应该包括精神上的陪伴和情感上的交流。勤俭持家意味着家庭要理性消费、合理规划，不去攀比，体现为俭朴、自律和自强不息的生活态度；在国家层面表现为爱国爱家、家国一体。“天下之本在国家，国家之本在家”“家是最小国，国是千万家”，家庭的前途命运同

国家和民族的前途命运紧密相连，国家富强家庭才会幸福。

家庭是社会的基本细胞，是人生的第一所学校，父母是孩子的第一任老师，也是孩子永远的榜样。好家风的构建与传承父母起到至关重要的作用，父母不仅要提升自身道德修养，给孩子发挥示范引领作用，还要在日常生活中通过言传身教的方式，向孩子灌输爱国、敬业、诚信、友善、勤奋、自强、尊重等基本道德规范，引导他们树立正确的世界观、人生观和价值观，积极面对学习、工作和生活。

基层社会治理需要和谐包容的社会氛围，每个小家庭的和谐幸福带来的是整个社会的和谐稳定。好家风的培育与弘扬，政府起到举足轻重的作用。政府在政策制定上要体现对家风建设的重视，将家风建设纳入社会治理体系之中，通过社区、村居等基层组织，利用宣传、教育、评选等各种具体形式，推动家风文化在基层落地生根，促进家风与社风民风互动，通过家风建设，带动社风民风向向上向好，形成爱国爱家、相亲相爱、向上向善的社会氛围。此外，要强化党员干部家风建设，要求党员干部带头树立良好家风，做到廉洁自律、以身作则，为全社会树立榜样。

家风是社会风气的有机组成部分，二者相互影响，好家风引领人向上向善，不良的家风会败坏社会风气，社会风气同样也会影响家风。在社会层面上，我们要充分发挥媒体宣传与舆论引导作用，坚持正确的价值导向，塑造健康向上的公共话语空间，深入宣传报道在家风建设上取得显著成效的家庭和个人，书写更多更温馨的新时代家风故事，营造和谐幸福的社会氛围。

(作者单位：中共济宁市委党校)

★ 议论风生

别让民生福利跑冒滴漏

李苑

“秒没”的消费券，在二手平台却很充足；本该惠民的消费券，却被黄牛明码标价批量倒卖……日前，上海警方会同有关部门破获了2起涉消费券违法案件。案件中，黄牛通过更改手机IP地址领券，或倒卖，或与商家勾结，以虚假消费套取政府补贴，引发关注。

消费券的公平发放，是一项惠民、促消费的重要工程，不该也不能沦为黄牛赚取差价、非法获利的工具。这不仅破坏了政策的公平性和市场秩序，侵害了其他消费者的合法权益，还削弱了政策的正面效应和实际效果，暴露出消费券在发放使用过程中存在的漏洞。应采取果断措施，严厉打击转卖消费券、骗取补贴的行为，避免民生福利“跑冒滴漏”。

加强监管是维护市场秩序和公平竞争的基础。相关部门应加大对消费券发放和使用过程的监控力度，加强对异常活跃账户或IP地址的识别与监控，追踪可疑的消费券流向，对异常交易和骗补行为迅速响应、及时查处。在申请和核验环节，可以强化实名认证，增加转账交易难度。

在消费券发放和使用上，应堵住漏洞，进一步优化流程。通过采取提高跨地域抢券技术门槛、完善消费过程中的身份核验等措施，压缩黄牛倒卖消费券的空间。

二手交易平台应加大对平台上消费券转卖信息的巡查力度，及时发现违法违规的商品，配合相关部门揪出背后的黄牛团伙。

针对参与消费券使用的企业，相关部门可深化与商家的合作，将消费券直接嵌入商家支付流程，确保每一笔消费的真实性与有效性。同时，增加消费券违规倒卖的成本，对于参与骗补的商家，不仅要依法给予处罚，还可以通过列入“黑名单”等措施，限制其参与消费券补贴。

要使消费券政策更加精准、真正惠及广大市民，需要多方通力合作，不断调整、完善和优化政策举措，使其更加贴近社会需求和群众期盼。唯有如此，才能确保政策的公正性与有效性，避免惠民举措在执行过程中“跑冒滴漏”。

★ 他山之石

老粮店何以念好生意经

1月13日《人民日报》 武卫政

背景：天津红桥区清源楼社区，一家开了40多年的老粮店令人眼前一亮。近年来，店铺成为远近闻名的“网红”。或是买东西，或是看看老装饰、老物件，不少顾客慕名前来打卡。虽是老粮店，生意挺红火。

观点摘要：以小见大，老粮店的发展变迁，印证着守正创新的道理。走正道才能行稳致远。做买卖必须诚信经营、坚持顾客至上，用商品品质和细致服务吸引顾客、留住顾客。时代快速发展，诱惑接连不断，老粮店的员工们始终认准一个理儿：无论外界环境怎么变，服务不能变、信誉不能变、口碑不能变，该坚守的一定要坚持。同时他们也明白，善创新才能把握机遇。要想满足日益多样的需求，服务更大范围的群众，必须主动求变、积极创新，与时俱进提供更多便利手段，以人为本改进服务细节。

不断优化营商环境和消费环境，既需要政策支持、依法监管、社会监督合力推动，也呼唤个体工商户自立自强、守正创新。全社会形成促进个体工商户持续健康发展的良好氛围，着力培育更多小而美的各类店铺、专而精的特色品牌，就能为大力提振消费、扩大国内需求、推动经济持续回升向好提供更有力的支撑。

2025中国电影，直面挑战才能把握机遇

1月13日 人民网 思睿

背景：以425.02亿元的总票房和10.1亿的总观影人次收官，2024年中国电影市场喜忧参半。忧的是电影市场总票房同比下降22.6%，观影人次同比下降22.3%，数据下滑只是一种外在表现，更重要的是如何面对观众对电影整体热情的消减。喜的则是多元化尝试逐渐增加，给市场带来惊喜。不仅是题材，电影业态也在探索创新。从走进影院看奥运、看演唱会，到跟着电影打卡取景地渐成风尚，银幕光彩更多元，消费场景更丰富。

观点摘要：在喜和忧之间，在问与答之中，结论清晰可见，中国电影市场仍有潜力，电影从业者还需积极应对、携手努力，只有直面挑战才能把握机遇。专注内容创作，积极面对、求新求变，深入生活、扎根人民，才能拿出更多精品，既满足人民群众日益增长的精神文化需要，也能进一步繁荣我国电影文化市场。

也要看到，电影可以带来的经济价值，远不止票房。电影产业能够带动周边消费及文化旅游业，甚至提升整个大产业链的附加值。这同样需要产业链各环节凝聚团结向上的行业合力。

距离2025年春节档开幕还有十几天，多部大片蓄势待发。期待春节档为2025年打下强势开局，更期待中国电影市场厚积薄发，做大做强。

酒店“虚假房”背后的真问题

1月13日《羊城晚报》 何勇涛

背景：一家四口假期出游，提前在线上预订酒店，却订到房型根本不存在的“虚假房”，最后不仅订单被取消，旅行计划也被打乱，被迫3天换了3家酒店——这是孙先生的真实经历。日前，孙先生起诉平台和旅行社索赔案的一审判决公布，法院判令旅行社(提供酒店预订的服务方)赔偿1倍订房款项3000余元。

观点摘要：春节假期临近，不少人开始计划出行，出游如何住得放心成为关注焦点。一直以来，提供虚假房源是酒店行业(包括民宿)的顽疾，特别是在旅游旺季。消费者寄望于酒店向平台提供真实房型，无异于与虎谋皮。在此种情况下，平台对入驻的酒店就负有监管责任，从核实入驻信息、资质审核，到日常监管方面，平台均应主动作为，以确保其信息真实及文旅服务的真实性。比如，投入人力和成本，在线下核查房源、房型的实际位置和实际情况；在平台醒目位置设置“虚假房源”“描述不符”投诉选项，以便快速解决消费者的入住体验问题；针对房源、房型问题建立“相符保障”服务，消费者入住时发现房间居室、格局等与平台描述严重不符或设施损坏等，积极协助消费者向酒店申请退款或赔偿，并降低相关酒店的信用值，减少其房源的推广机会。

“背诗免门票”，让文气与人气相得益彰

1月13日《光明日报》 李晚

背景：近年来，“背诗免门票”活动在众多景区广泛开展。成都杜甫草堂博物馆花样翻新，推出了高难度玩法——背诵《诗词若干首》中83首咏四时诗词，便可获得景区永久免票。消息一出，不少游客跃跃欲试，据报道，成都某高校博士生小陈挑战成功，成为第31位永久免票者。不单在成都杜甫草堂，广元剑门关、镇江北固山、黄冈赤壁等景区也纷纷推出此类活动，吸引不少游客慕名而来。

观点摘要：景区有了好家底，“藏在深闺人未识”不行，或是坐等有缘人“慧眼识珠”也不可取，得亮出来。一些景区在类似活动中主动作为，让游客提前展阅诗篇，于记忆与吟诵间增进对景区历史人文的了解，在攀山、临江、凭栏远眺的过程中经历诗心古韵的洗礼，着实是一件好事、美事。

当下，文旅融合向纵深发展，“背诗免门票”的方式产生了以小博大的效果。作为一种丰富旅游服务、增进互动体验的巧妙探索，它让景区人气与文气相得益彰、融为一体。于景区而言，它擦亮了文化品牌、激活了文化味；于游客而言，“背诗免门票”既能享受“知识变现”的自豪感，又可在身临其境中拥有一场跨越时空、与古人神交的体验。尤其在社交媒体发达的今天，景区“背诗”甚至成了不少青年人热衷的打卡风尚，这种风尚能够在更广范围传播，将对弘扬中华优秀传统文化大有裨益。

作为文旅融合的一种有益尝试，“背诗免门票”的方式还需不断完善和更新，各地要根据实际情况进行差异化发展。人气高了、流量来了，景区更应提前预判，通过细致入微的服务，衍生出更多特色鲜明、老少咸宜的文旅产品。

(华峰 辑录)

