

# 文明乡风助力振兴之路行稳致远

徐建辉

江下姜村的理论宣讲热火朝天,山东曲阜的家风家训润物无声,贵州榕江的“村超”赛场激情飞扬……乡风文明不仅让乡村焕发精气神,更为振兴之路注入持久动能。

文明乡风是凝聚人心的“黏合剂”。乡村振兴离不开群众的同心同向,而思想共鸣是行动一致的前提。浙江淳安“梦‘响’开放麦”用快板书、故事汇报党的创新理论讲活讲透,云南猴桥“火塘会议”围坐畅谈解民忧……这些接地气的宣讲让政策落地、让思想扎根。当村民从“旁观者”变为“参与者”,从“要我做”变为“我要做”,乡村发展便有了最坚实的人心支撑。这正是“众心齐,泰山移”的生动实践。

文明乡风是滋养根基的“活水源”。中

华优秀传统文化中,家风家训、乡规民约承载着处世之道、向善之心。山东曲阜武家村以“仁义礼智信”家风育人,村民调解室以“和为贵”的原则化解邻里矛盾,传统文化成为乡村治理的“软实力”;广西田东简化红白事操办,党员干部带头破除高价彩礼、铺张浪费等陋习,“礼轻情意重”的新风尚深入人心。摒弃陈规、赓续美德,乡风文明既守住了乡村的“根”与“魂”,更使治理效能事半功倍。

文明乡风是激发活力的“催化剂”。振兴不是简单的物质堆砌,更需要精神文明建设的繁荣发展。贵州榕江农民“抖抖泥土便亮开嗓”,“村超”“村晚”不仅点燃了群众的集体荣誉感,更带火了民宿、特产,文化活力

转化为发展动能;2025年全国6.92亿人次参与“村晚”,印证了乡村文化的强大吸引力。当乡土技艺成为时尚,当田间地头变身舞台,乡村便有了内生动力,振兴之路也越走越宽。

“仓廪实而知礼节,衣食足而知荣辱”。乡风文明与乡村振兴相辅相成、互为支撑。如今,“十五五”规划建议明确推进宜居宜业和美乡村建设,各地正以文明乡风为笔,绘就物质文明与精神文明协调发展的宏伟画卷。唯有厚植文明沃土,让淳朴民风、良好家风、文明乡风蔚然成风,乡村才能既有“颜值”更有“气质”,振兴之路才能行稳致远,希望的田野才会绽放更绚丽的光彩。



“十五五”规划建议提出,“推进宜居宜业和美乡村建设”“统筹推进城乡精神文明建设”。2019年以来,中央一号文件连续7年就农村移风易俗工作作出部署。绵绵用力、下足功夫,乡村文明焕发新气象。

“乡村全面振兴,既要塑形,更要铸魂。”习近平总书记的深刻论断,道出了乡风文明在乡村振兴中的核心价值。如今行走在华夏乡村,文明新风如春风化雨。浙

## “幸福梯”托起群众美好生活

罗天初

在今年吉林省两会的新闻发布会上,“只要单元里有一户想装电梯,就能启动意愿征询”的民生回应,受到社会广泛关注。这一扎实举措不仅体现出政府对民生需求的精准呼应,更是践行以人民为中心的发展思想的具体行动,将政策温度转化为群众可触可感的幸福实景。

当前,老旧小区加装电梯已成为城市更新的重点民生工程。但从实际情况来看,仍存在居民意见不一、审批流程烦琐、资金压力大等难题,不少小区加装电梯的工程进展缓慢。加装电梯既是老旧小区居民“安居”的关

键小事,也是回应老龄化社会需求、补齐城市基础设施短板的民生实事,不能简单地通过少数服从多数的原则进行决策,也不能依靠一方的单打独斗,唯有不断强化协同发力,破解实践难题,才能化解分歧、凝聚共识,让加装电梯真正托起民生大幸福。

老旧小区加装电梯是一项关乎民之所需的系统工程,需要坚持政府引导与居民主体相结合,把美好生活的蓝图化为实实在在的民生福祉。2026年吉林省政府工作报告将“大范围实施既有住宅加装电梯”作为民生工程的重要举措,进一步通过政策引导和制度

集成,解决群众“上下楼”的急难愁盼问题。实践中,各有关部门应积极响应、做好保障,着力优化便捷高效服务,持续完善申请渠道、审批流程、施工采购、资金筹措等环节,推动好政策能落地、见成效。同时,要始终坚持以人民为中心,做到“想群众之所想、急群众之所急、解群众之所困”,广泛征求意见,细心沟通协调,让每一部加装电梯都成为连通民心的“幸福梯”。

电梯不仅要装得上,更要用得好的。要确保小区内内的电梯能托举起居民的幸福生活,关键还在于电梯用得安不安全、维护及不及

时。为此,一方面,要把好安全关,从房屋检测到正式施工,再到完工验收,都要压实责任链条,筑牢安全防线,切实提高工程质量,用细心工程保障居民安心生活。另一方面,要强化运维管理,定期对电梯进行维护保养、检验检测,推动建立评价机制,优化运营管理服务,护航美好生活。

民生无小事,枝叶总关情。加装电梯的生动实践印证着民生实事正在从“政府配餐”向“群众点菜”转变。用“幸福梯”解锁民生实事的“幸福密码”,守好居民的“安居梦”,便能够为万家灯火写下更有温度的民生注脚。



从「破圈」到「扎根」：劳务品牌的生长辩证法

柳五

从一杯延吉的精致拉花咖啡,到刻刀下栩栩如生的松花石砚;从滑雪教练在雪道上划出的流畅弧线,到直播间里推出的乡土特产……当下,一些特色劳务品牌正从吉林许多地方的生动实践,演进为推动就业转型与产业升级的鲜明标识。其核心在于,巧妙地把握“破圈”与“扎根”的辩证统一:既向外突破就业边界、提升技能价值,又向内深植地域禀赋、激活产业潜能。

“破圈”,意味着突破传统劳务的局限。它告别了零散、低技能、季节性的旧有模式,通过标准化培训和品牌化塑造,将个体技能汇聚成具有市场号召力的集体名片。这使得劳动者得以超越地域的体力付出,进入咖啡师、电商主播、滑雪教练、传统工艺师等新兴职业领域。例如,经过系统培训的“延吉咖啡师”,不仅收入显著提升,更成为当地文旅融合的鲜活符号。这种“破圈”,本质上是人的价值的解放与重塑,让劳动者在更广阔的市场坐标系中找到新位置。

“扎根”,则是劳务品牌生命力的根基。真正的品牌,绝非凭空制造,而是深深植根于一方水土。它敏锐捕捉并升华本地的资源独特性、文化基因与产业基础——将特产转化为精品,将技艺升华为艺术,将民俗体验转化为服务价值。“长白山人参工”之于道地药材,“松花石语者”之于特色石材,莫不如此。这种“扎根”,让劳务品牌成为撬动特色产业、传承文化遗产、连接城乡发展的关键支点,实现“培育一个品牌、带活一个产业、致富一方百姓”的内生循环。

“破圈”与“扎根”相辅相成,其纽带在于“以人为本,以业为基”。“破圈”为本土资源打开价值实现的新通道注入现代理念与市场活力,避免“藏在深山人未识”;“扎根”则为品牌提供独一无二的内涵与可持续的支撑,防止其沦为无根浮萍。二者的良性互动,推动形成“技能提升—品牌塑造—产业发展—就业扩大”的赋能回路。例如,“集旅农技工”借力电商“破圈”销售,但其核心竞争力始终“扎根”于本土优质农特产,实现了外部市场与内部资源的有效对接。

劳务品牌的茁壮成长,离不开协同培育的生态。政府应重在搭建平台、制定标准、维护公平、提供保障,如建设公共实训基地、完善技能评价体系、加强权益保护。市场与社会的力量则需在资源配置、模式创新和品牌运营中充分发挥。只有构建起政策支持、市场驱动、社会参与的良好生态,劳务品牌才能从“星星之火”渐成“燎原之势”,从满足本地需求向具备区域乃至全国影响力迈进。

当前,推动高质量发展、促进共同富裕,亟待探索更有效的就业与产业协同路径。劳务品牌的实践启示我们,实现更充分更高质量就业,不能仅着眼于岗位数量的增加,更需通过技术赋能和品牌引领,提升劳动者竞争力,并以此反哺和夯实地方特色产业基础。让更多劳动者凭借精湛技艺和响亮品牌赢得尊重实现富裕,让更多地方依托独特优势和人力资源实现振兴,这正是“破圈”与“扎根”辩证法的深远意义所在。



## 让生育友好成为社会共识

李云桐

2月6日,国家医保局宣布全国范围内已实现生育津贴直接发放至个人。这一政策突破让生育保障红利直达群众手中,彰显了国家层面构建生育友好型社会的坚定决心。与此同时,2026年全国各省市两会期间,各地代表委员纷纷聚焦生育友好建言献策:吉林省政协委员许天敏直击“生得出、生得好、养得起”痛点,浙江省人大代表那遵胜聚焦生育医疗保障提质,湖南省政协委员金姗姗呼吁完善全链条支持体系……这些建言既折射出当前生育支持政策的实践成效,更点出了育龄群体“不愿生、不敢生、生不好”的现实困境。破解现实梗阻、推动生育友好成为全社会共识,需实现“制度、服务、文化”的三级跃迁,以制度破局、以服务暖心、以文化铸魂,让生育从“政策福利”转化为“社会自觉”,融入社会发展的每一条血脉。

夯实“制度友好”之基,以刚性约束破解政策碎片化,发挥好政策“四两拨千斤”的作用。当前生育支持政策的核心痛点在于协同失衡。部分地区的生育补贴政策存在数字化申领不畅、审核时限冗长等问题,让生育津贴直达的政策红利打了折扣;企业用工成本与生育保险责任的失衡,让职场女性陷入“生育与职业”的两难境地,法律层面的权益保障在现实中也屡遭执行难。破解种种困境,需加快地方立法进程,将生育假期、托育配建、女性职场权益等核心指标纳入地方性法规,以法制倒逼用人单位履行责任,杜绝“因生育降薪、因育儿失业”的乱象;优化政策协同性,将灵活就业人员全面纳入生育保险覆盖范围,推动生育津贴“即申即享”,通过转移支付向欠发达地区倾斜,破解政策落地的资金梗阻;建立常态化督查机制,将生育政策落实情况纳入地方民生考核,对推诿扯皮、执行不力



春运大幕拉开,亿万国人踏上返乡、出游旅程,路上必须绷紧安全这根弦。近日,多地公安机关公布了一批春运期间比较新型的案例。警方提示:千万别乱了方寸,先搞清楚是不是“李鬼”再处理。

新华社发 朱慧卿 作

## 筑牢民生领域广告宣传安全防线

黄齐超

市场监管总局日前公布10起违法广告典型案例,涉及儿童护眼“神器”、抗癌“神药”、长寿“圣品”、假冒名医名院等医疗、药品、医疗器械等重点民生领域。加大监管力度,势在必行。

从宣称“一点恢复视力”的儿童护眼“神器”,到标榜“抗癌治癌”的普通食品,再到伪造资质的“名医名院”,市场监管总局公布的这10起违法广告典型案例,不仅扰乱市场秩序,更直接威胁群众生命健康。

民生领域的违法广告乱象,本质是利益驱动下的诚信缺失与底线失守。这些案例的共性在于,商家利用消费者对健康的焦虑、对专业知识的匮乏,通过虚假宣传、疗效夸大、资质伪造等手段误导消费者。尤其值得警惕的是,违法广告已渗透直播带货、软文种草等新兴媒介,乃至使用AI换脸冒充专家、算法精准收割老年人等新型手段,更增加了辨别难度,消费者防不胜防。

违法广告的危害远超经济损失,直接触碰民生安全底线。比如,儿童近视防护领域的虚假宣传,可能延误孩子科学矫正时机;普通食品宣称有“抗癌疗效”,可能导致患者放弃正规治疗。2025年,全国查办4.4万件广

告违法案件、罚没2.52亿元。这些数字,既彰显了监管成效,也反映出违法广告的顽固性与隐蔽性。数据的背后,更是无数消费者的权益受损,是市场信任的透支。

严惩民生领域的虚假广告,需要监管部门持续发力、精准施策。一方面,应保持高压整治态势,聚焦重点领域深化专项行动,对虚假宣传、疗效化误导等违法行为零容忍,通过“一案双查”追究广告主与平台双重责任。另一方面,要创新监管手段,运用大数据监测、AI识别等技术提升监管效能,实现“以技术治技术”,让隐蔽的违法广告无处遁形。当然,健全长效机制同样关键,建立广告信用档案、完善一键举报渠道,将违法主体纳入失信名单,形成持续震慑。

市场监管总局的案例曝光,既是执法亮剑,也是普法警示。除了监管部门的主动作为,行业自律、消费者觉醒同样不可或缺。商家当坚守诚信底线,摒弃短期利益诱惑;消费者应增强辨别能力,理性看待“神奇功效”宣传;平台须履行审核义务,拒绝成为违法广告的传播载体。唯有多方协同、社会共治,才能彻底铲除违法广告滋生的土壤,让民生领域真正成为消费者安全放心的净土。

## “硬赛道”护航“长久干”

陈文华

“一时有劲头、长久缺奔头”,道出了干部激励机制的深层问题。据《新华每日电讯》报道,浙江德清以制度创新破题,推动干部工作从聚焦“事”的短期冲刺,转向涵养“人”的生态培育,为构建能上能下、持续赋能的长效机制提供了范式。

树立实绩标尺,以实干论英雄。干部考核的“指挥棒”指向哪里,干部的精力就投向哪里。德清推动干部评价体系从重“材料”向量“实绩”转变。把考核的“赛场”直接设在项目一线、田间地头,以发展实效、群众口碑作为硬标尺,让干部的优劣高下在实践中比拼、在实绩上体现。当干部的存在价值不再依赖报表的厚度,而是源于群众的笑脸,考核的“指挥棒”就真正树立了“为担当者担当、为干事者撑腰”的鲜明导向,这才是激发干部内生动力的源头活水。

着眼梯队建设,以长线育人才。选拔任用不是终点,而是培养的起点。德清打破“一选定终身”“赛完即止”的局限,构建起“选、育、管、用”环环相扣、无缝衔接的全链条培养机制。对表现优异者,动态跟踪、持续赋能;对一时落后者,及时“搭梯”“补课”,帮助其迎头赶上。这种着眼于干部整个职业生涯的培养模式,营造了一种允许试错、鼓励创新的环境,让干部选拔从“独木桥”式的淘汰赛,变为人人皆可成才的“练兵场”。这一机制起到了为担当者兜底、为干事者鼓劲的作用,有效激发了干部队伍,特别是年轻干部的持久活力。

涵养政治生态,以公心赢人心。公平公正是干部队伍建设的生命线,也是最持久的激励。德清通过分类考核避免“一刀切”的内耗,通过全程公示、畅通申诉渠道确保程序公正,让每一次选拔任用都经得起检验。对退出领导岗位的干部给予关心关爱,体现了组织关怀的力度与温度。当公平的阳光普照,当组织的公信力深入人心,干部才能放下包袱、心无旁骛地干事创业。

一项好的制度,不在于设计得多么精巧,而在于是否抓住了“人”这个核心要素,是否形成了鲜明的实绩导向、贯通的培养链条和清明的政治生态。这三者有机统一,正是基层探索出的“长久干”的内生法则。