

践行正确政绩观，不能“穿新鞋走老路”

□ 王钰涵

乡村T台何以出圈？

□ 吕潇

近年来，随着各地“村BA”“村超”等大众体育赛事的涌现，“乡村T台”也随之火了。从2024年贵州凯里的首场田间苗绣公益秀，到今年3月广西贵港“县超”中村民们扛着锄头、拎着竹筐、戴着斗笠出场，“村T”逐渐走入舞台中央，走进大众视线、走出人民风采，在形式上更加丰富、在地域分布上更加广泛、在参与群体上更加多元，在社交媒体上也备受关注和好评。原本人们印象中的“时髦”“潮流”往往很难与“乡村”关联，乡村T台又何以出圈？

出圈，是因为把镜头对准人民。一直以来，T台是专业模特或艺术表演者进行时装秀产品展示等商业表演的平台，往往需要各类“时尚”“潮流”甚至另类元素，专业模特或光鲜亮丽的明星名人等少数群体被镜头聚焦、被观众注视。而乡村T台，虽是借用T台这一表现形式，但是主体和主题则与高度商业化的传统T台大不相同——它将聚光灯真正投向田间地头的农民、手艺人、返乡青年等人民大众，让粗犷手掌托起秀片，沾泥脏鞋踏响节奏的劳动瞬间生动呈现。T台不再是少数专业人士的“独奏”，而是广大劳动人民群众的“合奏”；潮流不再仅是稀奇少见的舶来品，而是触手可及的身边物。把镜头对准人民，就是把镜头背后的网络流量转变为为人民幸福生活的增量和干事创业的力量。

出圈，是因为令传统焕彩舞台。打开搜索引擎，输入“T台走秀”，满屏的信息都与时装、品牌等现代化元素紧密相关，似乎这种源自欧美的工业化产物天生就与大众文化无关。换言之，诸如农业用具、民族服饰之类在我们身边日用而不觉的传统文化符号，也能走上现代化舞台吗？乡村T台用事实证明，传统文化走上舞台也能焕发新生，如贵港的村民走秀，既可以唤醒广大人民群众对于农业劳作的共同回忆，也帮助我们在回顾从落后农业国转变为先进工业国的过程中不忘来时路。乡村T台火爆的背后，既是人民群众在展现生活方式，也是在民族复兴途中回顾当年道路，更是以农耕文明为根基的优秀传统文化在新时代创造性转化、创新性发展的生动实践。

出圈，是因为让艺术回归群众。“文艺为谁服务？”这是文艺的根本问题。习近平总书记指出，“社会主义文艺，从本质上讲，就是人民的文艺”。乡村T台为什么火爆？归根结底是因为形式为人民热爱、内容为人民首创、艺术家就是人民自身。媒体报道中的村民和村干部表示，“大家都是临时赶来，没有经过排练就直接登台，全部都是自愿参与，不计任何回报，只是觉得有趣、开心”。“正值春耕备耕关键时节，村民们自发提议，将农耕农具带到赛场，为家乡球队加油助威”……这些不经意的创意、不排练的展示、不求利的演出，更质朴直观地体现了人民生活方式、展现了劳动群众风采。

乡村T台仍在发展，人民文艺永不停息。把镜头对准人民，就是要坚持文艺为人民服务；令传统焕彩舞台，就是要坚持文化古今为用、推陈出新；让艺术回归群众，就是要尊重群众首创精神。相信这种以人民为主角、以传统为底蕴、以乡土为根基的乡土秀，一定能在新时代的伟大实践中创造出更多无愧于时代和人民的灿烂艺术篇章。来源：《解放日报》

树立和践行正确政绩观

树立和践行正确政绩观，必须将“新路”走稳、走好、走远。将“新路”走稳，需要按规律办事，既用好已有的成功经验，又结合新实际探索新办法。对发展过程中可能遇到的新情况新问题，增强前瞻性、预见性、主动性，做到居安思危、未雨绸缪，下好“先手棋”。将“新路”走好，需要加强调查研究，深入基层、贴近群众，真正把情况摸清、把问题找准，把为民造福作为最大政绩，以实干实效回应群众期盼。将“新路”走远，需要涵养“功成不必在我”的精神境界，扛起“功成必定有我”的历史担当，甘做铺路石，甘抓未成之事，既做让老百姓看得见、摸得着、得实惠的实事，也做为人作铺垫、打基础、利长远的好事，真正创造经得起实践、人民和历史检验的实绩。来源：《人民日报》

进入新发展阶段，各类新情况新问题层出不穷，若仍抱着旧思维、沿用老办法，必然难以适应新质生产力的发展要求。倘若一味在“老路”上徘徊，即便装备再新、干劲再足，也难以摆脱旧观念束缚、被困有模式拖累，最终只能原地踏步，无法开拓新空间、抵达新境界。唯有坚持穿新鞋走新路，坚决冲破思想观念障碍，牢固树立和践行正确政绩观，做到内容与形式相契合、思想与行动相统一，才能紧跟时代步伐、顺应人民期盼，在高质量发展中行稳致远。

领导干部政绩观正确与否，直接影响着发展成效乃至成败。坚持高质量发展，是树立和践行正确政绩观的内在要求和重要内容。习近平总书记强调：“实现第二个百年奋斗目标，我们要坚持党的基本路线，坚持以经济建设为中心，但在新形势下发展不能穿新鞋走老路，必须完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，推动高质量发展。”“穿新鞋走老路”，表面上是行为的偏差，根本上是政绩观的错位。只有树立和践行正确政绩观，完整、准确、全面贯彻新发展理念，才能真正走出高质量发展的“新路”。

习近平总书记关于“穿新鞋”与“走老路”的生动比喻蕴含着形式与内容、表象与实质的辩证法。“鞋”是“表”，而“路”是“里”。所谓“新鞋”，指的是在新形势下经济社会发展呈现出的新场景和新模式，所产生的新条件和新资源，及其赋予相应主体的新角色和新定位等。所谓“老路”，指的是“大呼隆、粗放型发展的

不便宜，但线上秒空、线下排队是常态。这几年，像泡泡玛特这样撑起品牌溢价的国货逐渐多了，国潮品牌走向世界，正是中国制造成长壮大的一种反映。期待更多中国品牌不再埋头“卷”价格，而是大大方方卖出品牌溢价。

赶着这个“五一”假期，泡泡玛特城市乐园新园区正式营业了。泡泡玛特在全球走红之后，这里已经成了粉丝的聚集地。以前是中国游客去迪士尼看米老鼠、去环球影城打卡功夫熊猫，现在，轮到外国游客来中国寻找拉布布了。全世界的粉丝们聚在这个以中国IP为核心的乐园，被高唱拉布布之歌的海盗船、充满梦幻色彩的Dimoo旋转木马，以及主打刺激的拉布布爬楼机逗得一会叫、一会笑。

关于乐园，有两个数据值得重点关注：非本地游客占比达58%，等于有近六成的游客是从外地来北京逛乐园的；非亲子家庭游客占比59%，意味着近六成游客来这里不是遛娃，而是悦己。乐园负责人介绍，2025年，在仅开放约三分之一区域的情况下，全年客流量同比增长超过70%，并且开业第一年就已实现盈利。

解剖泡泡玛特这只“麻雀”，是因为它身上浓缩了中国品牌升级路上的一些共性。

泡泡玛特跟传统的中国制造不太一样。它不便宜，乐园门票就要178元至288元，进了乐园，一块巴掌大的拉布布华夫饼38元。日常销售中，只有手指高的盲盒手办卖到六七元，毛绒挂件一两百元，娃娃发售价动辄上千元。

可每逢新品上架，线上秒空、线下排队是常态，到了海外，也能让当地消费者排长龙抢购。2025年，泡泡玛特海外收入162.7亿元，同比增长291.9%，占总营收比重提升至43.8%。

什么是情绪价值？这就是情绪价值。什么是中国品牌？这就是中国品牌。我们曾长期陷在一种思维定式里，觉得中国产品的最大卖点就是性价比。“价廉物美”这四个字，既是中国商品过去几十年撬开全球市场的钥匙，也在无形中成了束缚中国品牌的绳索。就算是泡泡玛特，明明海内外粉丝都认可它的价值，也经常面临舆论“智商税”的质疑。

对比一下，迪士尼玲娜贝儿玩偶比泡泡玛特还贵，就很少有人指责。说到底，不是国货贵，而是很多人还没习惯国货也能卖出品牌溢价。令人欣慰的是，这几年，像泡泡玛特这样撑起品牌溢价的国货逐渐多了，比如把水果茶推上潮流爆品的茶饮品牌喜茶，把东方香韵卖成时髦生活的香薰品牌观夏、宋朝，价格比肩海外同行，且广受好评。

这些品牌“唱着歌”“仰着头”就把钱挣了的姿态，恰恰宣告了一种新的可能——中国品牌，也能够让全球消费者心甘情愿为“喜欢”和“快乐”买单。国潮品牌走向世界的背后，是已经悄然进化的工业美学、成熟的产业链和实打实的质量。更重要的是，它借力于正在外溢的中国文化影响力，以及日益完善的知识产权保护体系，构建起一个让全球消费者共情的情感世界。这也是中国制造不断成长壮大的底气。

再过几天就是第10个“中国品牌日”了。“泡泡玛特”们的路才刚刚开始，以后会怎么样还不好判断。但是，当中国品牌不再埋头“卷”价格，而是大大方方、理直气壮地卖出品牌溢价时，我们应该为它们高兴和自豪。也期待和祝福更多中国品牌能够拔节生长、向阳花开。来源：《经济日报》

品牌溢价折射中国制造影响力

赶着这个“五一”假期，泡泡玛特城市乐园新园区正式营业了。泡泡玛特在全球走红之后，这里已经成了粉丝的聚集地。以前是中国游客去迪士尼看米老鼠、去环球影城打卡功夫熊猫，现在，轮到外国游客来中国寻找拉布布了。全世界的粉丝们聚在这个以中国IP为核心的乐园，被高唱拉布布之歌的海盗船、充满梦幻色彩的Dimoo旋转木马，以及主打刺激的拉布布爬楼机逗得一会叫、一会笑。



便民生活圈提升幸福指数

当前，各地正加快建设“一刻钟便民生活圈”，让百姓在家门口就能享受优质服务。研究显示，宜居宜业、宜游宜购、宜老宜小的社区服务产业已形成10万亿元级规模的市场。接下来，既要补上民生短板，还要充分发掘这一庞大市场的消费潜力，各地在推进过程中需因地制宜、精准施策。相关部门需分类推进下沉市场便民生活圈建设，优先配置老年食堂、社区托育等“一老一小”网点，并建立常态化推进机制。社区与企业需深耕场景创新，盘活闲置厂房、地下空间，打造地方特色商文旅聚集区，同时推动传统菜市场改造升级，引入夜间经济和首店经济。此外，还可借助大数据对居民需求进行精准监测，智能补建盲点业态，让“一刻钟便民生活圈”提升居民幸福指数。来源：《经济日报》

休假不可耻

近段时间，多个省份先后发文推动带薪休假落地。4月27日，海南省向全省用人单位发出倡议，强调调休休息不是可有可无的调剂，它和工作同等重要。之前，贵州省人社厅等四部门发出通知，提出纠偏“不休假=敬业”的观念，而浙江省人社厅网站3月19日公布的关于进一步贯彻落实带薪休假制度的通知提及，倡导“高效工作、快乐生活”理念，遏制“无效加班”“强制加班”等不良文化。这些新的提法、新的理念，透着几分以人为本的亲切感。海南省的倡议将工作与生活置于同等重要的地位，浙江倡导“高效工作、快乐生活”的理念则区分工作与生活的界线，透露出尊重个人空间、个人权利的清晰意愿，这无疑更是更深层次的进步。过去相当长的一段时间里，我们对休假与工作的关系的认识存在一

“抢饭碗”和“造饭碗”

“你的岗位被AI取代了”。近日，杭州市中院发布一起AI替岗典型案例：一位35岁的主管因AI替岗而遭降薪、裁员，法院判定公司不能以“AI成本优势”为由随意解约。判决落地，焦虑却并未消散。据报道，有互联网大厂将员工分成“用AI”和“不用AI”两组，前者被安排140%的工作量，后者正常。员工担忧“公司就是想看AI到底能提效多少，然后就要裁员了”。AI对就业的冲击，已经从遥远的担忧变成眼前的现实。日前召开的江苏省委十四届十一次全会指出，现阶段，AI的“替代效应”显得更为突出，“创造效应”则会相对滞后，这中间会出现结构性就业矛盾。世界经济论坛预测，2030年全球将净增7800万个岗位，但这背后是9200万个岗位被替代和1.7亿个新岗位被创造的大规模洗牌。技术变革总有双面性，我们既不能因“替代效应”而陷入恐慌，更不能因“创造效应”的美好预期而盲目乐观。

AI具有很强的“替代效应”，这是规律使然。事实上，每一次技术跃升，既带来生产效率和日常生活的巨大改善，也无一例外引发就业格局的深刻调整。今天，人工智能的崛起速度远超过以往，势必对各行各业产生深刻影响。在某些领域，尤其是那些高度依赖重复操作和固定规则的岗位，完全有可能在不久的将来被AI替代。但技术变革在“抢饭碗”的同时，也会“造饭碗”。一方面，围绕AI基础设施建设以及平台经济等的融合，会创造大量直接就业岗位；另一方面，通过降低成本和驱动增长，衍生新的就业需求。像人工智能训练师、生成式人工智能动画制作员等岗位，都伴随AI而生。在南京、苏州等地，一些青年借助AI实现“单人成军”的新创业形态。AI的“创造效应”一旦释放，所开创的就业空间、撬动的变革能级，会比它所消灭的更为广阔和深远。

问题在于，“抢饭碗”和“造饭碗”之间有“时间差”。替代说来就来，创造则是渐进的、分散的，新技能的学习、新业态的萌芽、新市场的形成，非一日之功。更重要的是，新岗位与被替代的人群之间存在巨大的“技术鸿沟”，市场并不会自动弥合这道鸿沟。如果坐等“创造效应”自然成熟，那么一大批人将会沦为技术进步的“代价”。如何让这个“时间差”平稳过渡，考验整个社会的应对能力。对政府而言，应前瞻性规划职业培训体系，帮助劳动者跟上技术变革的节奏，让他们在转型中“有出路、有退路”。对企业来说，引入AI无可厚非，但“降本”不等于“弃人”。真正有远见的企业，会在人与AI协同中创造更大的价值。当然，对个人来说，如何在“与AI共存”中找到自己不可替代的价值点，也是需要终身学习的功课。

长远来看，破解结构性矛盾需要系统性协同。从源头上，高校专业的设置和调整周期，理应跟上技术迭代的脚步。此外，产业政策应打通从投资到就业的传导链条，比如支持中小企业和创业者利用AI开发新服务，创造那些“今天还想象不到”的工作，让技术变革的势能真正转化为促进就业的动力。人的坚定立场、清醒判断、不屈韧性，成为科技向善、艺术向美的关键所在。美学认为，美是感性、理性的统一。着眼当下，科技发展与理性认识互促共进，而感性又是人类的独有特质。让文艺更有科技思维，打破门类壁垒、促进跨界融合，不仅是时代所需，更有可能实现大众所盼。借此展卷，将描绘出物质文明和精神文明协调发展的锦绣图景。来源：《人民日报》

文艺不妨多些科技思维

智能手机的普及，让每个人都能变成创作者，可以利用碎片化时间，讲述自身故事、阐释个人观点。从“一人公司”做出一部剧，到“打工文学”铺展人生叙事，新大众文艺正释放出多元鲜活的时代声量，为文化事业奏响“大合唱”。有人提出，文艺是科技的理想“试验田”。因为文艺领域拥有更加丰富的审美赛道，科技能在多赛道探索中高效找到合适途径。同时，试错成本也低，正适合技术蓬勃生长。但蓬勃生长不是野蛮生长，文艺也应划清可为与不可为的边界。近段时间，人工智能制作视频在网络流行，带来创意作品的同时，也带来有关造谣传谣、侵权等隐患。面对新需求、新特点，不可“一刀切”，也不可“大

人的坚定立场、清醒判断、不屈韧性，成为科技向善、艺术向美的关键所在

从年初人形机器人春晚亮相，到最近人工智能生成短视频引领风潮，一个趋势不容忽视：文艺与科技正紧紧相拥。如何让文艺更有生命力、感染力、引领力，增强科技思维、加强科技应用，无疑是一个重要选项。向科技要效力。人形机器人跳起舞、会功夫，数字技术让赏湖箫笛、高周编钟再次发声，人工智能技术渲染出《哪吒》电影中的震撼场景，“科技+文艺”所展现出的表现力前所未有。文艺创作善用科技之手，不仅能显著降低制作成本，还可以优化视听效果，可谓事半功倍。有了“同源性”。文艺与科技可以同频共振。让文艺拥有科技思维，不仅是技术问题，还是思想问题。聚焦美好生活向往，施以非凡想象，创造更多现实与想象共鸣的文艺场景，我们才能在其中获得更多精神满足。有人提出，文艺是科技的理想“试验田”。因为文艺领域拥有更加丰富的审美赛道，科技能在多赛道探索中高效找到合适途径。同时，试错成本也低，正适合技术蓬勃生长。但蓬勃生长不是野蛮生长，文艺也应划清可为与不可为的边界。近段时间，人工智能制作视频在网络流行，带来创意作品的同时，也带来有关造谣传谣、侵权等隐患。面对新需求、新特点，不可“一刀切”，也不可“大