

一颗荔枝里的人文经济学

□孟繁哲

盛夏炎热，蝉鸣荔熟。在广东陆丰市，国潮歌舞《给“荔”陆丰 鲜达全球》和非非遗鼓舞原创节目《鼓舞飘香》，为荔枝在海内外热销增添了别样文化味。在广西合浦县，荔枝丰收嘉年华主会场举行荔枝使委任仪式，重走古代“荔枝道”，以荔枝为媒架起合作桥梁。小小荔枝在文旅活动加持下，让“甜蜜经济”火出新高度。

科技进步、经济发展，让荔枝这个曾经的“奢侈品”成了大众消费品，也点缀了文娱生活。荔枝“离枝易腐”，在古代，产区外的百姓难得一品，甚至知之甚少。今时今日，依托先进的冷链技术和密集的网络网络，南方鲜果能高效跨越千里长途，走进千家万户。超市柜台，热卖的“妃子笑”让人们想起贵妃轶事；朋友相见，“日啖荔枝三百颗”增添了聚会气氛……种类繁多的荔枝，不仅是美食盛宴，更是一道文化大餐。

反过来看，文化资源也是创新创造的富矿。传统节日之际，节日元素浓郁的周边产品供销两旺；热门演唱会门票“秒光”，小剧场和演艺新空间演出去年超20万场；《哪吒之魔童闹海》《长安三万里》等影视佳作不断涌现……这些消费新风向，正是文化直接创造经济价值的生动表现。

文化还具有极强的兼容性，助力消费升级、产业转型。在广东，文旅融合的新业态蓬勃兴起，荔枝文化正与经济社会碰撞出新的火花。芭茂高速柏桥服务区，不少旅客把车停下，品尝荔枝咖啡、荔枝冰淇淋、荔枝味软饮等特色食品。汕头赤坪荔枝公园，游人漫步其中，采摘、品尝鲜荔，欣赏荔枝主题艺术展。从扩展消

费场景到借力创意营销，再到探索跨界联动，循着市场的脉络，“文化+”这道“跨界融合题”正不断解出新答案。

进一步观察，“文”火能烹出“热销款”，正在于文化能让经济拥有更深厚的底蕴。前不久，在深圳举行的第二十一届文博会上，广东荔枝以“东方爱情果”之名“出道”，新的文化品牌赋予荔枝浪漫寓意。中国从不缺好故事，中华文化的深厚土壤为优化文旅供给提供着丰厚滋养。对传统文化进行年轻化、国际化的表达呈现，打造独特品牌，推动产品故事化，就能走出人无我有、人有我新的路子。

推动高质量发展，文化是重要支点。习近平总书记强调，“优化文化产品和服务供给，以文化赋能经济社会发展。”新时代的人文经济学，就蕴藏在日常生产生活中。“悟空”游戏带火多个打卡目的地，地域文化为“苏超”比赛带来独特魅力和“泼天流量”，“风冠”文创冰箱贴吸引更多受众关注文物，带动文旅融合发展……各地的创新实践表明，文化已成为经济发展的重要资源，既能激活创造力，又能提升发展品质。

读懂多样化、多层次、多方面的文化需求，在增加优质产品和服务供给上下功夫，能更好赋能高质量发展、增加人民群众获得感。探索更多融合互促的有效机制，推动文化经济化、经济文化化双向贯通，写好人文经济学这篇大文章，文化与经济的良性互动将为中国式现代化持续注入活力与动能。

（来源：《人民日报》）

锲而不舍落实中央八项规定精神

纵深推进学查改，确保学习教育取得实效

□新华社记者 刘阳

深入贯彻中央八项规定精神学习教育已到关键时刻，问题整改整治任务很重。此时千万不能有船到码头车到站、歇歇脚松松劲的想法，反而要再次审视学习教育的重要意义、重点任务，深入学习党中央关于党的自我革命思路、措施，要在一休推进学查改上更大功夫，推动学习教育走深走实、取得实效、不走过场。

怎么学？深入学习党的自我革命思路、措施，结合问题、联系实际。各级党组织要把学习贯彻习近平总书记在中共中央政治局第二十一次集体学习时的重要讲话精神作为一项重大政治任务，纳入学习教育的重要内容。每名党员都要扪心自问，通过学习教育有没有把党的作风规定融入思想和血液，有没有从思想上正本清源、固本培元，有没有涵养“知所从来”的定力、保持“识其所往”的清醒、积蓄“明其将往”的自信。

锲而不舍落实中央八项规定精神不能停留在口头上，必须落在具体行动上、体现在实际工作中。党政机关应聚焦中国式现代化建设谋划新实践，企业应紧密结合生产经营，乡镇街道应着力加强党建引领基层治理，农村基层应注重巩固拓展脱贫攻坚成果和推进乡村全面振兴结合起来……各级党组织务必结合不同层级、地区、领域、行业实际，因地制宜开展学习教育，有针对性地抓好学习转化。

怎么查？查摆问题要具体深入，注重查找突出问题。从实际情况看，一些地方在贯彻中央八项规定精神、落实党的自我革命方面还存在不入脑、不走心，当看客、做局外人，说归说、做归做，搞选择性、阶段性的严，对党员干部身上的苗头性、倾向性问题不及时提醒纠正，帮出了事的单位“捂盖子”、想大事化小欺上瞒下等突出问题，各级党组织既要严格对标对表党的自我革命思路、措施主动查，也要充分运用纪检监察、巡视巡察、审计监督等途径认真找，还要

乐见土特产变身“网红尖货”

□席枫 梁硕

近日，一场汇聚全国25省脱贫地区“土特产”的农产品消费帮扶活动在浙江温州举行。我国作为农业大国，提振农产品消费活力，是增加农民收入、增强农民福祉、促进乡村全面振兴的重要举措。让亿万农民在农产品顺畅销售中感受到实实在在的获得感、幸福感和安全感，意义深远。

提振农产品消费活力，是增加农民收入、激发农村活力、促进农业经济增长的迫切需要。只有有效打通“从田间到餐桌”的经济通路，将农民的辛勤劳作转化为实实在在的收益，才能筑牢乡村发展的根基。破解农产品“卖难”“利薄”的顽疾，直接关系农民生计与乡村全面振兴。借助电商、直播、文旅等新兴业态革新农产品销售模式，能够有效促进农产品消费，激发乡村内生动力。

提振农产品消费活力，离不开政策支持。2021年，多部委共同发力，推进农产品仓储保鲜冷链物流设施建设，着力打通流通堵点。今年年初，中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》，进一步就农产品消费提振作出具

体部署。这一系列政策的持续接力，合力推动农产品销售模式实现从基础流通向高效流通，从“传统线下”向“线上+线下深度融合、全链条赋能”的跨越式发展。

也应看到，当农产品进入千变万化的大市场，分散经营的农户往往难以同时承担生产者、管理者、销售者的多重角色，农产品消费环节仍面临严峻挑战。首先，产业链条短、附加值低的问题突出。传统的一家一户分散经营模式与产业化、规模化生产存在较大差距，多数农业企业依赖收购初级农产品维持经营，精深加工不足，导致产品附加值低，利润空间有限。其次，农民市场话语权普遍较弱。信息不对称使得部分中老年农户在生产上存在盲目性，销售环节中过度依赖当地中间商或企业，缺乏议价能力，“果贱伤农”等现象时有发生。最后，流通成本高、损耗大成为瓶颈。农产品固有的季节性、易腐性特点，叠加冷链仓储、高效物流等基础设施建设的不均衡，导致流通环节成本高企、损耗巨大，甚至造成区域性、季节

性滞销，损害了农民收益。发展出题目，改革做文章。破解难题，提振农产品消费活力，亟须政府、企业、社会组织等多方协同发力，共同构建以消费需求为导向的现代农业生产与流通体系。首要任务是坚持以市场为导向，着力提升农产品的消费层次与价值。这要求深入实施农产品“三品一标”（绿色、有机、名特优新和地理标志）提升行动，促进优质优价；大力发展有机农业、生态农业，健全“从田间到餐桌”的全过程质量安全追溯体系，增强消费者信心。同时，培育壮大农产品精深加工龙头企业，推动产业链向中高端延伸，提升产品附加值，满足市场多元化、高品质的消费需求。拥抱数字浪潮，拓展销售渠道与强化品牌建设是破局的关键抓手。应大力发展直播电商、社交电商、即时零售等新模式，让那些“深居闺门”的优质鲜货借助网络力量，变身为广受欢迎的“网红尖货”，有效触达更广阔的市场空间。升级产销对接机制，畅通高效流通网络是基础保障。政策支持应更多由生

打造特色农业致富“金饭碗”

□赵化民

近期，河南、山东、江苏等地积极探索符合实际的特色农业发展之路，不断创新现代化农业经营发展体系，推进特色农业不断向规模化、标准化发展，努力拓宽农民增收致富渠道。

当前，我国的特色农业发展初具规模，特色农产品总量不断增加，质量持续提升，生产规模持续扩大，一批特色农产品产加销龙头企业快速成长，产生了许多知名品牌产品，极大带动了当地特色农业发展和市场拓展。数据显示，2024年1月份至6月份，规模以上农产品加工企业实现营业收入8.7万亿元。截至2024年11月份，全国共有区域农业形象品牌915个，产业品牌近万个，创出“寿光蔬菜”“章丘大葱”等国际知名品牌，得到国内外广大消费者赞誉。

同时，现代乡村产业持续优化，智慧农业方兴未艾，智能农机加速普及，传统农业向专业化、品质化、品牌化、协同化转型，为农民创造了更多的就业机会和增收渠道，让农民能够分享到产业链增值带来的红利。例如，山东寿光的番茄采摘机器人将采收效率提升3

倍；山东省2024年农村居民人均可支配收入为25257元，增长6.2%。近年来，有关部门从加大农业公共服务建设投入、优化农业政策、优化粮食安全保障体系、完善特色农业品牌政策体系等方面出台了一系列重要政策，为发展特色农业提供了重要支持。2024年中央一号文件强调，鼓励各地因地制宜大力发展特色产业，支持打造乡土特色品牌。今年中央一号文件提出，实施农业品牌精品培育计划，打造特色农业产业集群，提升农业产业化水平。今年4月份，中共中央、国务院印发的《加快建设农业强国规划（2024—2035年）》提出，加快发展乡村特色产业；做精做优乡村特色种养业；创新发展乡村特色手工业；深度开发乡村特色文化产业。这些政策的出台，为持续推进特色农业发展提供了遵循和指导，在实践中也产生了明显成效。

在取得成绩的同时，也应看到特色农业发展过程中还存在的一些短板和弱项。如乡村特色资源同质化较重，产业链条较短，特色农产品的附加值偏低，品牌建设和管理滞后，科技支撑能力不足，农民参与机制不完善，乡村人才短缺等。这在一定程度上制约了特色农业发展的可持续性。解决这些问题，需综合精准施策，让特色农业托起致富“金饭碗”。

积极发展乡村特色产业。符合市场机制和产业规律，不搞行政命令式，统筹好有效市场和有为政府的关系，因地制宜推动乡村立足不同优势资源形成不同产业特色。加强城乡融合，延伸现代农业产业链条，以城乡融合发展带动乡村全面振兴，促进城乡共同富裕。大力发展县域农业经济，以县域为枢纽，深挖“土特产”资源，统筹特色产业布局，通过推动农产品初加工、精深加工、流通常销、品牌推广有机融合，持续实施农业品牌提升行动，以“品牌”推动特色高效农业“全链条”提质增效。

提升涉农企业经营和社会服务能力。涉农企业要依托乡村特色资源，通过多元模式，实现“产供销”一体化发展。结合乡村实际，发展农文旅融合项目，如休闲农业、康养旅游等新业态。完善经营机制，拓展“科技+”引领农

业生产新动能，大力提升农业科技装备水平，推进以企业为主导的产学研深度融合，推广绿色技术，进一步发展现代设施农业和智慧农业。完善企业联农带农机制，充分利用惠农政策红利，维护广大农户的合法权益，提高农民参与的积极性，让农民得到看得见的实惠，协调农户和企业的利益分配，使企业在提高经济效益的同时，确保农户合理利益诉求，形成利益共享的特色农业发展格局，让广大农民共享农村改革和发展成果。

提高乡村人才培养质量。着力培养农业技术人才，构建专业队伍，为发展特色农业提供舞台。培育本土人才技能提升，让农民真正成为特色农业发展的主体，培养新型农民，提升“新农人”和“土专家”质量。优化外部人才引进环境，以“千万工程”示范引领，升级乡村硬件、软件，通过“乡贤回归”“专家驻村”等计划，吸引农业科技、规划设计、医疗教育等领域人才下乡，完善人才服务配套，助力特色农业持续发展。

（来源：《经济日报》）

新华时评·一线评论

搞形象工程就是挖地方“发展陷阱”

□新华社记者赖星

投资数千万元建设全民健身中心，建成后就长期闲置；耗资上千万元建设的一批政务信息系统，建成即遭停用……记者调查发现，一些地区形象工程后遗症凸显，不少项目盘活无门、处置无路，成为拖累地方的“发展陷阱”。

形象工程变“发展陷阱”，危害极深。一方面，大量资金投入华而不实的项目中，使用效率低下，违背建设初

衷；另一方面，这类工程往往重面子轻里子，本应用于民生改善和产业升级的资金被挤占，忽视基础设施配套、产业合理布局以及生态环境保护，阻碍了进一步发展。这些盲目上马的工程还会让群众对地方治理能力产生质疑，影响政府公信力。

“形象工程”为何屡禁不止？根源在于个别干部政绩观扭曲。一些干部将个人升迁甚至非法利益，凌驾于地方长

远发展和群众利益之上，热衷追求迅速开花结果的“显绩”，对发展质量、民生改善等“潜绩”重视不够。与此同时，有的地方对干部考核“唯GDP论”，进一步助长对数字、面子的功利化追求。

根治形象工程，必须从制度源头着手。坚决扭转片面考核导向，将民生改善、债务风险防控、生态可持续性等关键指标摆在更重要位置。要强化对重大

反浪费，向制度创新要动力

□邹翔

品浪费法到印发《粮食节约和反食品浪费行动方案》再到发布《防范外卖餐饮浪费规范营销行为指引》，我国反食品浪费的制度体系日益健全完善。不久前，新修订的《餐饮业促进和经营管理办法》正式施行，从餐饮服务端对防止浪费提出了诸多具体举措，如不得以任何方式诱导、误导消费者超量点餐，用餐应按照防止食品浪费理念科学设计菜单等。制度规定越细化，反浪费越有据可依、有章可循，就越能有效防止“跑冒滴漏”。

两个人吃几个菜合适？一个人点这些会不会浪费？类似外出就餐和点外卖经常会碰到的问题，凸显了信息翔实、标准完善的重要性。一份标明主要食材、分量、口味、建议消费人数等信息的菜单，一项关于餐品信息描述的标准规范，都能有效减少食物浪费。就拿《外卖餐品信息描述规范》来说，这一

国家标准有助于减少外卖套餐因分量、口味等信息缺失导致的餐饮浪费。进一步在各行各业、各个领域营造勤俭节约的氛围，完善标准这一环不可或缺。

让厉行节约、反对浪费成为每个人的自觉，还要强化制度引领作用，推动好习惯好做法化风成俗。中国消费者协会发出倡议，呼吁全社会抵制以挑战人类生理极限的食量或罕见食材（如超辣食物等）为噱头吸引眼球的“吃播秀”。《网络主播行为规范》也明确规定，不得展示假吃、催吐、暴饮暴食等内容。之所以对极端吃播露头就打，是因为其与法律规定和健康生活理念背道而驰，不良行为很可能助长不良风气。用制度确立行为规范，在全社会树立起“浪费可耻、节约为荣”的文明风尚，就能有效遏制“舌尖上的浪费”。

把550毫升的矿泉水换成380毫升的小瓶装，某地会议中心每年节约大量

人民时评

节约粮食、防止浪费，离我们每个人都并不远。在这方面，笔者近来留意到两件事。

一件是越来越多零食包装用上了可封口设计，一次吃不完一袋不要紧，封上口还能保存一段时间。

另一件是单位食堂提供更多小份菜、推出称重计费后，不少同事都反馈按需取菜更方便，能够品尝到更丰富的菜品，减少浪费效果显著。

包装上的一个小设计，轻松化解“吃不完就浪费”与“强吃吃不下”的两难；供餐上的一个小创新，通过更精细化的管理服务，从源头降低了浪费的可能。小创新带来大改变，启示我们防止食物浪费既要注重末端管控，更要重视前端机制的优化，以技术创新、标准创新、制度创新激发节约粮食的内生动力。

制度管根本、管长远。从施行反食

（据新华社）