

《平语》近人——习近平喜欢的典故（第三季）受好评

新华社北京2月24日电 由中共中央宣传部、中央广播电视总台联合制作的12集特别节目《平语》近人——习近平喜欢的典故（第三季），自2月17日在央视综合频道播出以来，受到观众的好评。

节目以创新手法生动解读习近平总书记一系列重要讲话、文章、谈话中所引用的古代典籍和经典名句，旨在推动宣传贯彻党的二十大精神，充分展现习近平总书记的丰厚学养，彰显习近平文化思想蕴含的伟大真理力量、实践力量，引导广大干部群众加深对习近平新时代中国特色社会主义思想的认识和理解。

中国石油大学(北京)马克思主义学院教师张紫竹说，第三季节目通过解读总书记引用的名句和典故生动阐释了“江山就是人民，人民就是江山”的内涵、新时代意义和实践路径，让思政课程更直观地感悟厚植于总书记心底的那份深深的为民情怀。

“作为一名思政教师，我在今后的教学中，借鉴节目思路，充分挖掘优秀传统文化的生动案例，让学生们更坚定地为大家民族伟大复兴贡献青春力量。”张紫竹说。

云南省丽江市玉龙纳西族自治县天虹村村民和江龙说，节目中提到最多的就是“人民”。这几年，家乡变化非常大，日子越过越红火，从脱贫攻坚到乡村振兴，党和政府时时刻刻都在为老百姓着想，时刻都关心关注着大家的生活。

中共北京大兴区委办公室青年干部柯瑞星被节目中黄文秀的故事深深打动。他说，黄文秀把韶华永远留在百色的大山里，用生命诠释了共产党员的初心和使命。

“作为一名党员干部，我会始终以黄文秀同志为榜样，无论面对多么复杂的形势和严峻的挑战，都要以实干担当擦亮对党忠诚的政治底色，以敢做善成书写新时代青年的奋进篇章。”柯瑞星说。

北京大学马克思主义学院教授宇文利说，节目在史料运用上颇具匠心，在人物遴选和节目结构上巧妙构思，尤其是思想解读人和经典释义人的有机衔接、娓娓道来的讲述方法，具有很强的感染力和亲和力，为传播习近平新时代中国特色社会主义思想提供了创新范例。



家门口的菜市场 看得见的新变化

本报记者 郭晓龙 宋家新 杨文明

经济新方位

团圆时节的一桌好菜，饱含对亲人的关怀、对新年的期待、对生活的热爱。岁稔年丰，物阜民熙，走进菜市场，有琳琅满目的时令货物，更有人来人往的生活味道。

2023年底召开的中央经济工作会议提出，“优化消费环境”。时下，不少菜市场顺应多元需求，尝试创新运营，既保持生活供给便利性，也增强消费体验舒适度，既留住回头客，也赢得新客群。本版近日与人民日报视频客户端“视界”联合开展“走进菜市场”融媒活动，线上征集网友故事，线下探访菜市场，看家门口消费环境有哪些新场景、新变化。

——编者



哈尔滨道里菜市场迎来新客群

“在年轻消费者带动下，1月客流量增长1.5倍、消费额增长1倍，分别接近100万人次、2000万元”

岁末年初，哈尔滨成为热门旅游目的地。对于外地游客，“镶嵌”在街头巷尾的菜市场，是体验城市味道最直接的地方。

“红肠往家带几斤，才算来过哈尔滨”“脑袋大的列巴，您就吃吧”……哈尔滨道里菜市场，特色叫卖的声音混入煎炸烹炒、锅碗瓢盆的乐章，汇成一条声音的河流。来自重庆的刘紫微啃着“两块钱一个、五块钱仨”的煮苞米，自如地穿梭其间。

24岁的刘紫微是重庆师范大学研究生，趁寒假和同学来哈尔滨旅游，体验了冰雪大世界游乐项目，领略过兆麟公园的冰灯艺术，接着“逛吃道里菜市场”：“我们早就关注到这家老年菜市场，是专程来‘打卡’体验东北‘老铁’美食的。”

甜滋滋的蜂蜜小面包、糯叽叽的黏豆包、香喷喷的烤冷面、脆生生的炸里脊……道里菜市场近1.4万平方米的街市里排布了200多家铺子，尽可能满足着天南海北来客的味蕾。

浓浓人情味、生活味，提供着“沉浸式体验”。刘紫微买得有趣、吃得舒心：“卖红肠的大姐一张嘴，‘今天来点啥’，我就把自己当成老主顾了，边挑边聊，靠嘴甜还能让大姐抹个零。”

“老店迎来新客群，有了新活力。在年轻消费者带动下，1月客流量增长1.5倍、消费额增长1倍，分别接近100万人次、2000万元。”在道里菜市场经理马荣峰的印象里，包括游客、市民，近些年逛菜市场的年轻人越来越多，甚至占了大头。

年轻人为啥爱逛菜市场了？

（上接第一版）

迎春花市，春意盎然。如今，AR互动、灯光秀等，让广东广州的花市更添科技味与文化味。“让老城市焕发新活力、老传统彰显新特色，希望‘行花街’这个传统能代代传承下去。”广州越秀区花市办专职副主任陈煜说。

山西大同，灯火璀璨。从非遗文创到特色美食，从演艺、灯组到IP形象打造……“大同年 大同新”新春系列活动充分挖掘和丰富传统节日文化内涵，点亮夜经济，以独特的时代气息和传统年味，送出一份份福意满满的新春贺礼。

文旅市场活力满满

大年初一，山东威海市民董大朋来到威海市图书馆，让他没想到的是，图书馆工作人员赠送给他一份包括图书、福字、文创等在内的精致礼物。图书馆馆长宋亚平说：

在刘紫微看来，菜市场的“颜值”，促成这场“双向奔赴”：“我们奔着特色小吃来，但肯定也会关注卫生条件。这里商户多，但摊位整齐、环境整洁，让人舒心、放心。”

在马荣峰眼中，“迎合”年轻人，还要有“独家秘方”：“年轻人都喜欢玩社交媒体，讲究‘让朋友圈先吃’。所以我们鼓励摊主积极展示自我，对着顾客的镜头多讲两句，同时为市场覆盖无线网络，方便商户直播、顾客分享。”

【记者感言】道里菜市场，水蒸气、油烟气，腾腾热气、满满人气……生活气息在此交融，凝结成舌尖上的百般滋味，让人切实感受到日常生活的美好，这大概就是许多年轻人爱上逛菜市场的原因。

成都中道街菜市场拥抱新业态

“菜市场租金更低，省下来的费用可用于材料、店面的品质升级，更好满足顾客需求”

在成都锦江区书院街街道，沿着中道街菜市场漫步，眼前是新鲜蔬果和肉禽海鲜的琳琅满目，耳畔是吆喝叫卖与询问问价的此起彼伏。

街边，一间红砖木门的小屋闪入眼帘，让人颇感意外——这是一家咖啡店。“原址是一间鸡棚，改造成咖啡店，没想到成了‘网红’。”店铺负责人常泓泓，2018年上大学时就开过校园咖啡屋。毕业后，他系统性学习了饮品调制、店铺管理，回到成都二次创业。

为啥把咖啡店开进菜市场？“有反差感、趣味性。”常泓泓坦言，“更重要的是，菜市场租金更低，省下来的费用可用于材料、店面的品质升级，更好满足顾客需求。”

咖啡店吸引了家住附近的朱虹：“价格实

惠、味道醇正，下班后顺道就买一杯。想歇歇脚，就坐在店里，看窗外熙熙攘攘的人群，很生活。”有些买菜的中老年人也会过来尝鲜，有些慕名而来的市民甚至成为常客。

“客流量越来越大，每天能卖上百杯。”常泓泓说，在菜市场里有这个销量，说明群众消费需求有了更多层次。他规划了户外空间，天气好时常常满座，“成都本就有‘茶馆文化’，露天喝杯咖啡，也是‘零距离感’社交需求的表达。”

记者深入菜市场内部，来到一家美术馆民宿。民宿由一栋老茶楼改造而成，一层用作展览区，其他3层都是客房。“保留旧时味道，也构建新型公共空间。”负责人吴子干说，“除了常规展览，2023年民宿举办3场美术特展，吸引1.2万人次观展，带动营业额增长近两成。”

“菜市场里不仅有‘柴米油盐’，也多了‘诗和远方’。”中道街菜市场商户彭世群说，以前逛菜市场的多是周边社区的老熟人，自从有了文艺范、艺术化元素，食客、游客慕名而来，生意越做越好，去年收入比往年增加约10%。

【记者感言】从便民、利民，到丰富消费场景，再到营造调节生活、释放情绪的社交空间，像中道街菜市场这样的地方，融老城区历史文化于街头巷尾，聚新业态新场景于市井百态，正越来越多、越来越快地满足着市民游客日益多元的消费需求。

昆明大观象新市场满足新需求

“让打卡游客变多不等于让买菜顾客变少，在年轻人群‘出圈’不可以让其他群体‘蒙圈’”

菜市场是如何成为“网红”的，又该怎样“长红”？在昆明大观象新农贸市场，记者求解这个问题。

“首先是环境要好。”在接手管理市场前，吴现吉是云南建投第三建设有限公司的项目安全员、监理，“做工程的，最擅长为建筑外观‘改头换面’。公司投入了3000万元，改造给排水、消防、供电系统及脏乱差区域，硬化路面，更换屋顶，翻新外墙，改造卫生间……”

“店里的客人变多了。”王氏滇味粉蒸肉老板王艳在此经营20多年，纯手工、用料足，是市场里的招牌店面，“以前店子开在二号大棚，狭窄拥挤，顾客排队相互影响。改造期间，项目团队为上楼的店铺量身定制设计方案，加装电梯，拓宽空间，租金却没上涨！”

“这里在社交媒体上很有名。”湖北武汉女孩夏源到昆明的第一站，就是大观象新农贸市场。传统的蔬菜、水果、海鲜摊位，特色的咖啡、奶茶、文创店铺，错落有致、品类丰富，对她很有吸引力，“甜白酒喝了、粉蒸肉尝了，现在去‘打卡’豆花米线。”

大观象新农贸市场有摊位600多个，每天营业20小时以上。这么大的市场怎样经营好？吴现吉有自己的思考：“让打卡游客变多不等于让买菜顾客变少，在年轻人群‘出圈’不可以让其他群体‘蒙圈’”

对于游客，菜市场是“菜园子”，既能看到齐聚的丰富食材，又保留着质朴的市井气息，“好看、好吃又好玩”。对于周边居民，菜市场是“菜篮子”，春吃花、夏吃叶、秋吃果、冬吃根，主要的消费者还是本地居民，要主打一个“实惠、方便又充裕”。

正月里，市民采买、游客云集，正是农贸市场的客流高峰期。吴现吉和管理团队忙碌起来：了解商户进货情况，推出“临时租赁”满足仓储需求；研究网友评论，对市场进行微改造；组织全面扫除、完善疏导机制，保证市场面貌整洁、通道畅通；根据市民消费需求，引进平价蔬菜区，确保价格平稳……

“我们还引入‘网红质检’，提升‘网络美誉’。”吴现吉说，“同时，也要严禁缺斤短两、以次充好，做好老店铺，方便老主顾。”

【记者感言】步履闲适的顾客、实力吆喝的商家，让人回味的美食、自在怡人的环境，菜市场的挨挨挤挤、挑挑选选里，有着实实在在的幸福感。新春新市新客流，带来新的消费需求，传统菜市场通过微更新、满足新消费需求，实际上也是供给端的提档升级、匹配群众美好生活需求的必然结果。

图①：北京朝阳区，社区菜市场内蔬菜瓜果等产品品种丰富，供应充足。图为摊主在整理蔬菜摊位。本报记者 蒋雨师摄

图②：广西柳州青云菜市场内售卖的美食小吃，吸引了众多年轻游客。

刘俊聪摄（影像中国）

图③：江西吉安安水县新建的城北吉湖菜市场日前开业，更好满足市民需求。图为顾客(右)向商户询价。

廖敏摄（人民视觉）

（新媒体内容请访问人民日报视频客户端“视界”观看“走进菜市场”融媒活动）

版式设计：沈亦伶

（上接第一版）制造业高质量发展是我国经济高质量发展的重中之重。习近平总书记强调：“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。”

在湖南一家工程机械企业的智能化生产线上，钢板被激光切割机刻上“二维码身份证”，经过加工精度达0.1毫米的激光装备切割成型，随后被自动分拣、配送，进入后续生产环节。

这一智能化生产线由华工科技产业股份有限公司为企业量身定制。激光，被誉为“最快的刀、最准的尺、最亮的光”。华工科技一直致力于“追光”“聚光”，努力打造“国之重器”。

“备料是工程机械生产第一环节，合理切割钢板、减少材料浪费至关重要。激光技术的智能化应用，让钢板切割、焊接等工艺又快、又准、又省。”全国人大代表、华工科技董事长马新强说，“这一智能化生产线，不仅能将单位面积产能提升1倍，而且能将切割精度由毫米级进一步提升，材料利用率也比行业平均水平提升15%。”

市滨海新区文化中心、图书馆、文化馆、博物馆正常开放并延时服务。评剧和河北梆子名家名段专场演出，《诗词盛典 才华少年》《宝莲灯》等精彩剧目，新春主题和元宵主题游园会，以及艺术手作体验、廊桥市集等，吸引众多市民在文化场馆乐享文化味十足的新年。

广大乡村，生机勃勃。唱乡音、舞乡情、观民俗、闹新春，在湖北荆楚大地，一场场活力四射、热闹非凡的“村晚”次第开展，人们看节目、逛庙会，感受浓郁的乡村年俗，体验传统文化，共度热闹祥和的欢乐春节。2024年“游购乡村”系列活动人气旺盛，“赏乡村美景、品乡村文化、购乡村好物”成为“新年俗”。

国家电影局初步统计，2024年春节假期全国电影票房为80.16亿元，观影人次为1.63亿，均创造同档期新的纪录；文化和旅游部数据中心测算，春节假期国内旅游出游4.74亿人次，国内游客出游总花费6326.87亿元，均创历史新高。亮眼的数据直观地展现出我国文旅市场活力满满、潜力巨大。

龙年伊始，气象万千，文化繁荣，昂首向前，文化和旅游高质量发展呈现新气象，更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活正在绘就新时代美好生活新画卷。

我们为到馆的前66名读者都准备了一份别致的新年礼包，此外，读者们在享受阅读时光的同时，还参与了写福字、猜灯谜等20多场活动。”“书香作伴，是我与家人最好的过节方式。”董大明说。

春节前夕，湖北巴东县图书馆、文化馆、非遗展示馆新馆开馆。到公共文化场馆里过一个文化年，成为不少群众的选择。“传统年俗之外，在图书馆里与书香为伴，到非遗馆品味历史，让孩子的这个春节有了更丰富的文化体验。”市民张纯洪与孩子看展、阅读、体验非遗，一家人脸上满是笑容。

近年来，随着我国现代公共文化服务体系不断完善，在家门口享受优质、丰富的文化服务成为广大群众的一大乐事。春节期间，博物馆、图书馆、文化馆里过大年系列活动接续上演，广大群众享受到各具特色的主题展览、丰富多彩民俗体验和读书阅读活动，度过了一个充实有趣又有意义的文化新年。

据初步统计，春节期间，全国举办“村晚”，戏曲进乡村、新年画活动，图书馆里过大年等群众文化活动约15万场，线上线下约6.69亿人次参与。

“春到万家，福满滨城”，春节假期，天津

农业农村部组织实施专项行动 力争夏收粮油丰收

本报北京2月23日电（记者郁静娴）近期，农业农村部组织实施奋战120天夺取夏收粮油丰收行动，派出工作组和科技小分队从“雨水”至“夏至”集中开展生产指导、单产提升、防灾减灾、病虫防控等工作，力争夏粮丰产丰收，为全年粮油生产夯实基础。

据悉，行动将紧紧围绕粮油高产稳产、高位增产，突出重点区域、紧盯关键农时，狠抓田间管理、强化防灾减灾，全力以赴打赢夏收粮油丰收第一仗。行动具体包括3项内容：一是下沉一线包省包片活动。在关键农时深入包联省份，指导春季田间管、防灾减灾、病虫防控、面积落实，协调解决地方在农资供应、政策落实、田间管理、防灾减灾等方面的问题。二是小麦油菜大面积单产提升行动。指导各地细化单产提升关键措施，扎实推进各项重点任务，加强示范引领、措施落实、社会化服务和机收减损，确保小麦油菜单产提升开好局起好步。三是科技小分队指导服务一月行。组织科技小分队深入生产一线，制定发布小麦油菜春季田间管、防灾减灾、病虫防控等技术意见，举办相关技术培训，指导落实关键技术，帮助解决生产技术问题。

助力降低社会物流成本 铁路物流金融服务试点启动

本报北京2月24日电（记者李心萍）记者从中国国家铁路集团有限公司（以下简称“国铁集团”）获悉：为助力降低社会物流成本、支持实体经济高质量发展，国铁集团与中国建设银行合作开展铁路物流金融服务试点，依托铁路货运95306平台，推出“铁路运费贷”“信用证结算”“铁路单证融资”3种铁路物流金融产品。

据介绍，铁路物流金融服务先期在湖北、广西、重庆、四川、云南等省份试点。“铁路运费贷”办理方式为：95306平台注册客户授权平台向银行在线提交历史运输数据后，可申请增信额度和优惠利率，用于向铁路物流企业定向支付物流费，铁路发货历史运量越大、缴纳运费越多，可申请增信额度越大。“信用证结算”办理方式为：选择铁路运输方式的贸易双方约定采用信用证结算，采购方向银行申办以铁路运单为凭证的信用证，销售方发货后通过95306平台向银行推送电子运单，银行审核电子运单后向销售方付款。“铁路单证融资”办理方式为：铁路物流客户凭铁路物流企业签发的具有唯一提货权的电子提单，向银行申请融资，办理货物质押。

一版责编：许诺 张帅祯 梁心怡 二版责编：程聚新 祁嘉润 郭雪岩 三版责编：于景浩 崔琦 李安琪 四版责编：陈亚楠 胡安琪 刘静文