

## ■ 评论员观察

# “自讨苦吃”尝到甜

崔 妍

青年赋予乡村改变的力量，乡村也铺平青年创业之路，包容的态度、主动的姿态成就了“双向奔赴”

多元的挑战，也是多样的可能。从中打磨出真本领、硬功夫，青年便收获成长

如何守护好青年人心中的这份“甜”？还需想方设法为行动赋能、为精神加持，用心用情提高乡土滋养的“糖分”，给予更有“营养”的帮扶

我一直对好友彬彬进行“暗中观察”。这个来自福建漳州乡村的姑娘，毕业后没有留在大城市，而是选择回归乡村，几经辗转，如今在浙江湖州南浔区窑里村扎根。看云、绘画、做手工，她分享的生活场景充满田园诗意。

“都说入乡干事创业是‘自讨苦吃’，你品出了什么滋味？”我问道。

“苦中也有甜。”她笑答。

像彬彬这般返乡入乡创业人员，如今全国有1200多万人。“新农人”“农创客”怀揣梦想和热爱，带着技术和创意，为乡村发展注入青春活力。为何“自讨苦吃”，因为“苦中有甜”——这是他们心照不宣的答案。

究竟“甜”在哪里？

“甜”在“乡村因我而兴”的成就感。

选择乡村，并非“不知苦”的莽撞。青年的智慧能为农业农村发展注活水、添活力，正是这份成就感，让他们“明知有苦、偏向苦行”。

重庆石柱土家族自治县益乡华溪村，返乡青年依托当地民俗传说、农耕技艺、山水风光等资源，开发打造研学课程，让曾经的产业空心村有了新支柱。

山东诸城市石桥子镇，几名退伍军人回村办起家庭农场，不服输的劲儿鼓舞起全村干劲，优质农产品不愁销，村民洋溢自信笑容……

不限于田畴，还体现在精气神，乡村之

兴由表及里，青年人所拥有的开阔视野、前沿知识、敏捷思维、创新意识是“催化剂”。参与并见证这一过程，“正向反馈”不断累积、循环，青年人甘之如饴、乐此不疲。

乡村全面振兴，关键在人。引导更多有才干、有意愿的青年建功乡村，乡村发展的潜力将会得到更充分释放，乡村生活将会“芝麻开花节节高”。

“甜”在“乡村为我而变”的归属感。

广袤乡村有容纳创造的“大肚量”。湖南省宁乡市煤炭坝镇，曾存在道路无名等状况，快递员找不到寄送地址。对于电商创业而言，这是必须弥补的短板。镇上积极推进道路命名，有了名字的街道能在导航软件上被标注，快递递上门、游客也找上门。青年赋予乡村改变的力量，乡村也铺平青年创业之路，包容的态度、主动的姿态成就了“双向奔赴”。

青年与乡村的“双向奔赴”中，“不嫌我麻烦，为我解麻烦”是不少青年的共同感触。开会研究、重点推进，完善设施、优化环境，按时调研、解决问题……大事小情、桩桩件件，从静候到相迎，一个个乡村悉心构筑着包容创造、鼓励创造、呵护创造的“家”。宜居宜业、舞台宽广，凤凰不至、安不栖？

“甜”在“乡村为我赋能”的收获感。

青年返乡创业，是为乡村赋能的过程，也是练就过硬本领的过程。前不久，喜闻

彬彬成为“浙江青年五四奖章”拟表彰人选。这份沉甸甸的荣誉，标注着多维度的成长。广大返乡青年有的学做“CEO”，探索资产入股等运营模式；有的充当“引导员”，为了丰富村中业态，主动招揽志同道合的伙伴；有的成为“研究员”，在推介活动中分享乡村运营经验……练就“三头六臂”、人人独当一面，是他们在乡村干事创业中得到的共同磨砺。全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。多元的挑战，也是多样的可能。从中打磨出真本领、硬功夫，青年便收获成长。

如何守护好青年人心中的这份“甜”？还需想方设法为行动赋能、为精神加持，用心用情提高乡土滋养的“糖分”，给予更有“营养”的帮扶。比如，安徽泗县通过返乡创业“总经理”特训营，链接特色资源、开展技能培训，助力学本领、长能力。又如，陕西成立“乡创兵团帮”，加强项目、政策、金融等多方联动，积极建机制、畅通道。用帮扶实招化解创业烦忧，以政策温暖守护干事热情，青年人才能在乡村的广阔天地间大展拳脚、有所作为。

最近，彬彬正忙着将村中旧厂房改造为能容纳更多人的创作空间。志同道合的青年们将聚在一起、共同奋斗。祝福“自讨苦吃”的他们，期待更多青春之花绽放田野。

## ■ 人民时评

大量网剧、网络游戏走向海外，不仅丰富了文化“走出去”的品类，更推动中国文化实现破壁式传播

赢得流量只是第一步，文化出海不能满足于提供“电子榨菜”，还应追求价值沉淀

许多人或许没想到，风靡国内的微短剧在国际市场上也颇受追捧。

“真的让人上头！”这是一款面向海外的微短剧平台ReelShort上某热播剧的一条贊评论。一名31岁的美国用户迷上微短剧后，以每年200美元的价格购买了该平台服务。

近年来，包括微短剧在内的网络影视剧行业以及网络文学、网络游戏，在海外市场迅速站稳脚跟，影响力持续扩大，成为文化出海“新三样”。数据显示，中国微短剧海外应用已突破300款、全球累计下载量逾4.7亿次，产品覆盖200多个国家和地区。2024年，中国自主研发游戏在海外市场的销售收入达185.57亿美元，网络文学出海头部平台之一“起点国际”累计海外访问用户近3亿人次。

大量网剧、网络文学、网络游戏走向海外，不仅丰富了文化“走出去”的品类，更推动中国文化实现破壁式传播。

以往，包饺子、打太极、说汉语等文化出海“老三样”，吸引的更多是中国文化爱好者。文化出海“新三样”则瞄准了更广泛受众，以共性语言打破文化隔阂。这些产品融入国外受众的日常文化消费，催生出新的文化传播方式。海外受众从中不仅可以看到来自中国的文化标志、历史符号，也能潜移默化地感受到我们的精神特质、文明内核，以及产品背后精良的制作水平、创新能力。

比如，ReelShort运营初期，直接把国内微短剧翻译后上线海外，市场反响平平。之后改变策略，从输出内容转为输出标准、输出理念，演员、场景、剧本就地取材，不断贴近海外用户内容偏好，产品迅速出圈，全球日活跃用户达1000万人次。找准情感共鸣，融入当地特色，是文化传播的通行证。它让作品“落地生根”，也让文化交流“润物无声”。

当然，文化出海“新三样”中有些产品的质量还有较大提升空间。但中国文化产业以市场化的方式走向海外，实现从创意策划到制作播出的全方位输出，是令人鼓舞的进展，可以促进更深层次的交流互鉴，有利于形成更持久的文化影响力。

赢得流量只是第一步，文化出海不能满足于提供“电子榨菜”，还应追求价值沉淀。一方面，要强化精品意识，以更丰富的题材、更优美的叙事、更精良的制作吸引海外受众。另一方面，要树立全产业链思维，打造集创意设计、产品制作、品牌孵化、营销发行等于一体的全方位服务体系，构建良好的文化传播生态。

乘西湖神话当一回“天命人”，去网游世界做一次“电竞达人”……

如今在海外有不少拥趸的《黑神话：悟空》《全职高手》等中国文化产品，以优质的内容、创新的技术和形式，展现着当代中国的魅力。这些作品背后，有当代激动人心的发展故事。把它讲好，是我们的责任，也是给世界的礼物。

## ■ 纵横

## 能引才，更要善用才

龙跃梅

春潮涌动，各地正以“等不起、慢不得”的姿态，积极行动、各出妙招，广纳贤才。广东实施“百万英才江南粤”行动计划，目标是吸纳百万高校毕业生就业创业；重庆提出，2025年力争吸引留渝来渝就业创业青年40万人以上；湖北启动战略人才力量“十百千万”行动，计划用3—5年时间，培养引进10名战略科学家、100名科技领军人才、1000名卓越工程师、10000名优秀青年科技人才……

人才是一个地方发展的根基。许多地方从待遇、保障、环境等多方面综合施策，引得人才慕名而来，进而带动了产业集聚，促进了一方发展。

同时，一些地方在引才、用才等方面也出现了一些问题：有的盲目“画饼”，空开头支票；有的“拾进篮子里就是菜”，引进人才与当地产业需求不符；有的地方主政者调整后，人才政策朝令夕改；有的对外来人才“敬而远之”，养而不用。

在招才引才上，抢人只是序章，用人方见真章。而用人的关键，在于让他们觉得“有事干、受尊重、能安心”。

真正的人才，看重的是事业，在乎的是舞台。地方政府应立足本地产业基础和发展规划，让产业和人才同频共振，以产业集聚人才、以人才推动产业。比如，广东广州南沙区围绕产业发展需求，推出“青出于南”英才汇聚行动计划，为人才提供创新创业平台；江苏常州建立“科技攻关揭榜制”，推动人才与产业精准适配等，深受好评。多想办法、多出点子，为各类人才干事创业创造条件、搭建平台，就能激发人才活力，助推产业发展。

人才的创造力，往往需要在宽松的环境中才能充分释放。浙江杭州的互联网产业、广东深圳的电子信息产业，之所以能够吸引大量人才，很大程度上得益于当地开放包容的氛围。让人才扎根，就要大力营造鼓励创新、包容失败的环境，不唯“资历”、不看“帽子”、不论“出身”，因才施用、唯才是举。

发挥人才作用，还要积极为他们消除后顾之忧，着力提供安心舒适的工作和生活环境，让他们能够轻装上阵，全身心投入创新创造。

对一个地方来说，只要用心、用情去识才用才，人才就不仅能“进得来”，还能“留得住”“干得好”，进而实现互相成就。

（摘编自《科技日报》，原题为“‘引才’只是序章，‘用才’方见真章”）



上图：山东东营市东营港顺鑫港务码头，货船在进行装卸作业。



2024年，我国港口货物吞吐量达176亿吨，集装箱吞吐量达3.3亿标箱，继续稳居世界第一；一些世界级港口群已形成，港口基础设施规模多年保持世界第一；全球货物吞吐量和集装箱吞吐量排名前十的港口中，我国分别占八席和六席……中国港口成绩亮眼，成为连通国内国际双循环的重要枢纽。

这正是：

巨龙盘桓连山海，  
吞吐乾坤势未休。  
万国商声喧丝路，  
千帆竞渡展鸿猷。

韩春瑶文

右上图：江苏南通市，“振华26”轮装载着6台轨道吊缓缓驶离码头。

## ■ 中国道路中国梦·每一个都是主角

一粒药、一根针，可以治病；一本书、一堂课，亦可救人。很多医学常识，对医生而言是“老生常谈”，对患者来说却是“闻所未闻”

我是一名妇产科医生，来自三峡库区的土家族山寨。12岁时，母亲因妇科肿瘤去世。年少失去至亲，如同经历一场暴雨，给我留下伤痛。成为母亲口中“什么病都治好的大医生”，便成了我从医的初心。

当了医生，自然知道成为这样的“大医生”并不现实。但是，很多疾病越早诊治，越能取得良好的治疗效果。比如，母亲所患的子宫内膜癌，是一种有出血预警信号、早期能治愈的肿瘤，由于当时缺乏这方面的知识，结果发展成了“不治之症”。不管对于医生还是家属来说，最遗憾的莫过于明明有机会，却错过了最佳治疗时机。

## 做健康科普也能治病救人

谭先杰

“有时是治愈，常常是帮助，总是去安慰”，这句话被许多医生同行挂在嘴边。医院是健康的一道坚实防线。倘若能为公众普及更多疾病防控知识，提醒他们早诊早治，把防线筑到人们心里，就可能把“有时是治愈”变成“常常是治愈”，并减少“总是去安慰”的情况。

有朋友不解，何不抓住人生黄金期丰富执业经历？做手术是救人，做科普也是。一本优秀的科普图书、一场精彩的科普讲座、一段实用的科普视频，可以让成千上万的人受益。医学史上，很多医界泰斗，同时也是科普大家。我喜欢传递授业解惑的感觉，更重要的是，我希望通过科普让更多人“防病于未然”。有一次，我收到了一面特殊的锦旗，对方并不是我的患者，而是

科普节目的观众，因为及时做了检查，实现了早发现、早治疗。这不正是科普的价值所在吗？近两年，健康科普被多地纳入职称评价体系，发挥了正向作用，引导更多人投身其中。从更大视野来看，提高人民健康素养，是提高全民健康水平最根本、最经济、最有效的措施之一。

推进健康中国建设，就要从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变。今年的《政府工作报告》提出，“促进优质医疗资源扩容下沉和区域均衡布局”。健康科普资源下沉，也是题中应有之义。我愿以满腔热忱、专业知识为群众健康多做点事，带动更多人助力科普，为健康中国添砖加瓦。

（作者为北京协和医院妇产科学系副主任、主任医师，中国科普作家协会副理事长）

## ■ 人民时评

大量网剧、网络游戏走向海外，不仅丰富了文化“走出去”的品类，更推动中国文化实现破壁式传播

赢得流量只是第一步，文化出海不能满足于提供“电子榨菜”，还应追求价值沉淀

## 文化“新三样”何以走俏海外

常晋

许多人或许没想到，风靡国内的微短剧在国际市场上也颇受追捧。

“真的让人上头！”这是一款面向海外的微短剧平台ReelShort上某热播剧的一条贊评论。一名31岁的美国用户迷上微短剧后，以每年200美元的价格购买了该平台服务。

近年来，包括微短剧在内的网络影视剧行业以及网络文学、网络游戏，在海外市场迅速站稳脚跟，影响力持续扩大，成为文化出海“新三样”。数据显示，中国微短剧海外应用已突破300款、全球累计下载量逾4.7亿次，产品覆盖200多个国家和地区。2024年，中国自主研发游戏在海外市场的销售收入达185.57亿美元，网络文学出海头部平台之一“起点国际”累计海外访问用户近3亿人次。

大量网剧、网络文学、网络游戏走向海外，不仅丰富了文化“走出去”的品类，更推动中国文化实现破壁式传播。

以往，包饺子、打太极、说汉语等文化出海“老三样”，吸引的更多是中国文化爱好者。文化出海“新三样”则瞄准了更广泛受众，以共性语言打破文化隔阂。这些产品融入国外受众的日常文化消费，催生出新的文化传播方式。海外受众从中不仅可以看到来自中国的文化标志、历史符号，也能潜移默化地感受到我们的精神特质、文明内核，以及产品背后精良的制作水平、创新能力。

比如，ReelShort运营初期，直接把国内微短剧翻译后上线海外，市场反响平平。之后改变策略，从输出内容转为输出标准、输出理念，演员、场景、剧本就地取材，不断贴近海外用户内容偏好，产品迅速出圈，全球日活跃用户达1000万人次。找准情感共鸣，融入当地特色，是文化传播的通行证。它让作品“落地生根”，也让文化交流“润物无声”。

当然，文化出海“新三样”中有些产品的质量还有较大提升空间。但中国文化产业以市场化的方式走向海外，实现从创意策划到制作播出的全方位输出，是令人鼓舞的进展，可以促进更深层次的交流互鉴，有利于形成更持久的文化影响力。

赢得流量只是第一步，文化出海不能满足于提供“电子榨菜”，还应追求价值沉淀。一方面，要强化精品意识，以更丰富的题材、更优美的叙事、更精良的制作吸引海外受众。另一方面，要树立全产业链思维，打造集创意设计、产品制作、品牌孵化、营销发行等于一体的全方位服务体系，构建良好的文化传播生态。

乘西湖神话当一回“天命人”，去网游世界做一次“电竞达人”……如今在海外有不少拥趸的《黑神话：悟空》《全职高手》等中国文化产品，以优质的内容、创新的技术和形式，展现着当代中国的魅力。这些作品背后，有当代激动人心的发展故事。把它讲好，是我们的责任，也是给世界的礼物。

## ■ 纵横

## 能引才，更要善用才

龙跃梅

春潮涌动，各地正以“等不起、慢不得”的姿态，积极行动、各出妙招，广纳贤才。广东实施“百万英才江南粤”行动计划，目标是吸纳百万高校毕业生就业创业；重庆提出，2025年力争吸引留渝来渝就业创业青年40万人以上；湖北启动战略人才力量“十百千万”行动，计划用3—5年时间，培养引进10名战略科学家、100名科技领军人才、1000名卓越工程师、10000名优秀青年科技人才……

人才是一个地方发展的根基。许多地方从待遇、保障、环境等多方面综合施策，引得人才慕名而来，进而带动了产业集聚，促进了一方发展。

同时，一些地方在引才、用才等方面也出现了一些问题：有的盲目“画饼”，空开头支票；有的“拾进篮子里就是菜”，引进人才与当地产业需求不符；有的地方主政者调整后，人才政策朝令夕改；有的对外来人才“敬而远之”，养而不用。

在招才引才上，抢人只是序章，用人方见真章。而用人的关键，在于让他们觉得“有事干、受尊重、能安心”。

真正的人才，看重的是事业，在乎的是舞台。地方政府应立足本地产业基础和发展规划，让产业和人才同频共振，以产业集聚人才、以人才推动产业。比如，广东广州南沙区围绕产业发展需求，推出“青出于南”英才汇聚行动计划，为人才提供创新创业平台；江苏常州建立“科技攻关揭榜制”，推动人才与产业精准适配等，深受好评。多想办法、多出点子，为各类人才干事创业创造条件、搭建平台，就能激发人才活力，助推产业发展。

人才的创造力，往往需要在宽松的环境中才能充分释放。浙江杭州的互联网产业、广东深圳的电子信息产业，之所以能够吸引大量人才，很大程度上得益于当地开放包容的氛围。让人才扎根，就要大力营造鼓励创新、包容失败的环境，不唯“资历”、不看“帽子”、不论“出身”，因才施用、唯才是举。

发挥人才作用，还要积极为他们消除后顾之忧，着力提供安心舒适的工作和生活环境，让他们能够轻装上阵，全身心投入创新创造。

对一个地方来说，只要用心、用情去识才用才，人才就不仅能“进得来”，还能“留得住”“干得好”，进而实现互相成就。

（摘编自《科技日报》，原题为“‘引才’只是序章，‘用才’方见真章”）

本报邮箱：rmbpb@peopledaily.cn（来稿请注明栏目名）

本报责编：李浩燃 彭飞 何娟