

评论员观察

『上海精神』历久弥新

彭飞

这是注定载入历史的时刻。《上海合作组织成员国元首理事会天津宣言》发出时代强音,《上合组织未来10年(2026—2035年)发展战略》为上合组织未来10年发展定下了基调,明确了方向……上合组织成立以来规模最大的一次峰会,取得多项重要成果,开启新的历史篇章。

经济全球化遭遇逆风,上合组织何以持续壮大,从6个创始成员国发展成为覆盖亚欧非三大洲26个国家的“大家庭”?单边主义、强权政治逆流涌动,“互信、互利、平等、协商、尊重多样文明、谋求共同发展”的“上海精神”,何以赢得越来越多认同?

“历史告诉我们,越是困难时刻,越要秉持和平共处的初心,坚定合作共赢的信心,坚持在历史前进的逻辑中前进、在时代发展的潮流中发展。”习近平主席在“上海合作组织+”会议上的重要讲话,蕴藏答案。

尊重“多元性”,强调求同存异,始终平等互信,是携手前行之基。

面对长期困扰中亚各国的咸海危机,上合组织国家的科学团队携手创新;耐盐碱植物选育与种植试验助力恢复生物多样性,光伏节水滴灌系统应用于棉花种植园。立足实际,经验互鉴,区域生态修复有了切实可行的好方案。

这样相近相亲的故事,是“上合大家庭”的日常。不同历史文化、不同社会制度、不同发展阶段的国家,尊重差异,增进互信,凝聚共识,各展所能。如上合组织秘书长叶尔梅克巴耶夫所言,尊重文明多样性和文化多元性,正是上合组织最重要的基本原则之一。在求同存异中携手共进,是上合组织的独特魅力,也是构建人类命运共同体的中国智慧。

坚持“多边性”,促进开放包容,满足人民期待,是发展壮大之本。

吉尔吉斯斯坦楚河州卡拉巴尔塔市,上合组织农业基地中吉苹果示范园里,5500多棵来自中国陕西的苹果苗舒枝展叶,生机勃勃。技术为犁、政策为壤,结出交流合作的硕果,甜在消费者舌尖,也甜在当地果农心上。

上合组织广受欢迎的秘诀,就藏在果实垂挂的枝头,在棉苗翠绿的田间,在“丝路电商”的云端货架上,在跨境旅游的欢声笑语中。上合组织不是封闭的俱乐部,不制造对立,也不排挤谁,谋的是区域发展、图的是人民幸福。“各国人民对美好生活的向往就是我们的追求”的铿锵宣示化作现实,让上合组织的根越扎越深、叶越长越茂,也向世界兑现了“让发展成果更多更公平惠及各国人民”的中国承诺。

强化“多赢性”,深化务实合作,推动互惠互利,是无惧风雨之源。曾有海外媒体罗列上合组织的“缺陷”,质疑它还能走多远。数据给出了最有力的回应。2022年发布的一份报告显示,上合组织成员国贸易总额20年间增长近100倍。汹涌波涛只会让挨着的肩膀靠得更近,疾风骤雨只会让牵起的手握得更紧,越来越多国家希望成为“上合大家庭”的一员。在彼此成就、共创未来中,“上合大家庭”生动印证:开放合作、互利共赢是潮流是大势,任何人任何势力都无法阻挡。

不只是上合组织。从提出构建人类命运共同体重大理念为国际关系确立新思路,到推动“一带一路”成为造福各国、惠及世界的“幸福路”,再到以“金砖合作”推动全球南方携手共进……中国方案为何赢得广泛赞誉?就在于它超越了集团政治的“小圈子”规则,超越了实力至上的霸道逻辑,超越了你输我赢的零和博弈思维。

在这次“上海合作组织+”会议上,习近平主席首次提出全球治理倡议,强调“奉行主权平等”“遵守国际法治”“践行多边主义”“倡导以人为本”“注重行动导向”,引发热烈反响。这是继全球发展倡议、全球安全倡议和全球文明倡议后的又一大倡议,彰显中国担当。中国倡导平等有序的世界多极化、普惠包容的经济全球化,推动构建更加公正合理的全球治理体系。这样的胸襟与作为,必能推动形成促进世界和平与发展的最大公约数,汇聚起共建美好世界的磅礴力量。

历史的时针,指向新的起点。风正劲,好扬帆,中国将与各国携手,推动人类命运与共的航船劈波斩浪,驶入更加开阔的水域,驶向更加美好的明天。

纵横

期待国产动画电影新突破

黄鹤权

今年暑期档上映的动画电影《浪浪山小妖怪》,票房达十几亿元。此前,《哪吒之魔童闹海》跻身全球影史票房榜第五。这些影片的成功背后,是国产动画电影在产业逻辑与文化表达上的突破。

国产动画电影日渐崛起,离不开“精神内核重构”。早期一些国产动画电影对传统文化的运用,停留于符号堆砌,虽有国风元素却难以引起当代共鸣。如今,更多动画电影不断提高“传统故事现代性转译”的能力,让文化产品更好地映照现代生活。

更深层的突破在于产业逻辑的革新。过去国产动画电影常陷入“低幼化—低投入—低质量”的循环,而如今的优秀作品构建了“品质取胜—市场认可—更高投入”的正向循环。《哪吒之魔童闹海》4000人的制作团队中,有30%来自游戏、插画等领域,他们带来了既保留水墨意境又充满科技感的视觉风格。《浪浪山小妖怪》则专门邀请社会学者参与剧本打磨,更好地将现实元素转化为动画语言。这种跨领域协作,让创作不再局限于美术,而是融合了多学科成果。

与此同时,这些作品实现“从塑造形象到塑造价值”的跨越。《哪吒之魔童闹海》在海外上映时,外国观众不仅被震撼的视效吸引,更被片中哪吒对抗命运的精神打动。《浪浪山小妖怪》取材于中国神话小说,以“小人物的尊严”为主题,让不同文化背景的观众产生共鸣。更加注重叙事方式的国产动画电影,更好传递了中国人的精神追求。

也应看到,当前国产动画电影市场,除了哪吒、孙悟空等经典IP,原创世界观作品的成功案例较少。不过,从“哪吒”到“浪浪山”,国产动画电影也逐渐找到属于自己的创作坐标——以传统文化为根,以现实关怀为魂,以产业创新为翼。可以期待,未来国产动画电影不仅能持续产出爆款,更能构建起独树一帜的中国动画美学,在全球文化版图占据不可替代的位置。

(摘编自《云南日报》,原题为《国产动画电影为何能成爆款》)

人民时评

“正因那些无惧牺牲的英烈,才有了我们如今的盛世安康,我想献我最真诚的祝愿:愿山河无恙、人民安康、祖国繁荣。”北京卢沟桥畔,中国人民抗日战争纪念馆的留言簿里,一名14岁的中学生写下这番肺腑之言。留言簿上,写满了参观者的所思所感。只言片语道不尽家国情怀,从中可以看出红色文化对年轻一代的感召力。

刚刚过去的暑期,许多红色旅游目的地游客激增,红色文化受到越来越多年轻人的欢迎。寻访红色地标,参加以红色文化为主题的研学游,购买红色主题文创产品……红色文化持续火热,在与青年群体的双向奔赴中,焕发出跨越时空的生命力。红色文化何以“圈粉”年轻人?

今天的年轻一代,未曾经历烽火连天的岁月,不曾亲历山河破碎的苦难。打破时空的“距离感”,才能让红色历史走进更多年轻人心里。京津冀,三地博物馆联合

暖闻热评

擦亮行政执法的“行为标尺”

孟繁哲

【关键词】行政裁量权基准制度

【事件】“过去执法全凭经验,现在对照清单就能精准裁量”。在山西,关于行政裁量权基准的清单,解了基层执法人员心头之困。截至目前,山西省市两级行政机关已制定发布69个行政裁量权基准,覆盖市场监管、公安等多个重点涉企执法领域。推出“包容免罚清单”,发布典型案例,开展专题辅导培训……一系列创新举措,进一步明确了行政执法的“行为标尺”。

【点评】

党的二十届三中全会《决定》提出,“完善行政处罚等领域行政裁量权基准制度”。这一制度,是指行政机关结合实际对自身裁量权等内容进行细化量化,并向社会公布的具体执法尺度和标准。

近年来,各地区各部门不断加强制度建设,执法水平有了较大提高。由于法律中有不少原则性规定,行政处罚做到合法不难,但要达到“严格规范公正文明”的要求,则仍需长久努力。从没必要的“一刀切”到无条件的“一票否决”,从选择性的“钓鱼执法”到逐利性的“远洋捕捞”,一些领域和地方存在滥用行政裁量权的现象。此类恣意裁量和执法不公,无疑会对营商环境造成损害。

法律规章再完善周延,与纷繁复杂、时刻变化的社会生活相比,也难免显得有些“僵硬”。提高行政效率、实现有效管理,需要在法律范围内赋予行政机关一定自由裁量权。

行政裁量权基准制度既是一座“桥梁”,沟通抽象法律和具体事实,提升了行政执法的可操作性;又是一个“笼子”,把权力关入其中,防止执法者在法律名义下

红色文化,承载着无数革命先辈不屈不挠的奋斗征程,承载着万千英雄儿女孜孜以求的伟大梦想。从中,年轻一代读懂了中国道路,认识到中国从哪里来、向何处去

推出一系列红色主题线路,将抗战历史有机融入红色旅游;贵州遵义,大型情景剧《伟大转折》全景式再现遵义会议的历史故事,让游客在光影交织中感受历史的深沉与厚重;湖北武汉,武汉中共中央机关旧址纪念馆的“时代相馆”吸引年轻游客拍纪念照……走进生活、融入日常,红色文化就不只是“书本里的故事”,也是“生活中的历史”,就能在潜移默化中激发更多青年人的情感共鸣。

更多鲜活的“青春表达”,也让红色文化更添吸引力。如今,在纪念馆、红色景

区,年轻的参观者并不满足于简单走一圈、看一下,而是希望主动参与、深度体验、了解细节。驻足在声光电设备前,看一张张老照片“动”起来;戴上VR眼镜,“身临其境”体验革命战争的场景;或是坐下来,观看以红色故事为蓝本的舞台剧、实景剧……新技术改变了红色文化的呈现方式,使其更加符合年轻人的接受习惯。长征路上年轻战士的生死抉择、抗日战场上军民连心的浴血奋战、建设岁月里劳动能手的默默奉献,变得更加可触可及、可感可知、可亲可近,红色文化的吸引力、感染力也进

金台随笔

每个爆款背后,都有对文化的求索、对创新的深耕。秉持匠心精神,潜心“文火慢炖”,才能以“有滋味”的产品激发消费热情

从“逛博物馆顺便看看文创”,到“逛完博物馆记得买点文创”,如今逛文创商店,已成为年轻人心中博物馆之旅的重要目的。当厚重的历史变得轻盈,当小众爱好逐渐成为大众潮流,人们对传统文化的追寻和热爱,也让一个新职业应运而生——文创产品策划运营师。这个新潮的职业让古老文化变得“触手可及”。

文创产品策划运营师,被网友称为“文化捕手”。他们用灵感捕捉文化的应用切入点,用创意赋予传统以现代生命力。有人说,“三星堆的青铜大立人站了几千年,不妨坐下来休息一会儿”。于是,威严的青铜重器变成书桌上的俏皮手办,人与文物形象“面对面”,仿佛在进行一场无声的对话。有人说,“从正面看铜奔马,脑袋、嘴巴有点歪”。于是,用独特视角重新设计铜奔马形象,呆萌的绿马毛绒玩具掀起购买热潮。

文创产业,若缺“文”少“创”则寸步难行。有文创产品策划运营师坦言,做文创得有自己的独特见解。形成独特见解,既得是“文化人”,又要当“弄潮儿”。让文化与创意深度融合,让古老文化与现代生活紧密相连,便能不断玩出新花样。比如凤冠冰箱贴,不仅好看,用手机扫描一下二维码,还能实现佩戴虚拟凤冠拍照。这样的创意很难不让人喜爱。

文创产品策划运营师还得是“技术通”。一名从业者以三星堆文物神树为原型设计“通天神树”时,对数十道工序进行了调整:树干很细,温度过高会变形,便增加钢柱给树干塑形,并添加配重使其重心更稳……让奇妙灵感落地,往往要应对繁琐流程、复杂工艺带来的挑战。办法无他,唯有反复打磨技术、不断调整方案。每个爆款背后,都有对文化的求索、对创新的深耕。秉持匠心精神,潜心“文火慢炖”,才能以“有滋味”的产品激发消费热情。

数据显示,2024年文化制造业、文化批发和零售业分别实现营业收入49609亿元和32679亿元,比上年分别增长7.1%和6.2%。文化消费的重要力量是年轻人,文创产品策划运营师大多也是年轻人,他们往往能瞄准年轻人文化消费的需求,从共同的审美取向中挖掘深层情绪价值,从而创作出更“对味儿”的产品。当然,“懂年轻人”的也不只有年轻人,思维“年轻化”才是关键:精准捕捉个性化需求,为中华优秀传统文化注入时代精华,把文创产品打造成文化“标识”,才能为消费市场带来新鲜活力。

文创产品策划运营师大有可为,但作为新职业,难免有“成长的烦恼”。如何破除“内卷”?不妨深挖文物里的现代元素,持续做好创造性转化、创新性发展。如何避免重复?应求真务实、不哗众取宠,避免不当演绎。如何追赶“风口”?那就深耕选品策略、把控上新节奏、把握消费心理,增强营销能力。让文创产业乘风破浪,政府部门、高校院所、相关企业等也需要多多助力,形成鼓励创新创造的合力。

“我们做的不是快消玩具,而是有内容、有温度的文化IP。”一位从业者这样说。优秀的文创产品赢得市场与口碑,得益于深厚的文化底蕴、有趣的创新思维。这表明:呵护传统本色、赋予时代特色,我们定能更好保护和弘扬优秀传统文化,延续中华民族的历史文脉。

文创对味儿,消费带劲儿

何思琦

徐之文

本版邮箱:rmrbpl@peopledaily.cn(来稿请注明栏目名)
本版责编:刘天亮 李洪兴 邹翔