

让音乐在城市流淌

吴焯

当音乐走出城堡，当学院走向社区，当艺术工作者走进人群，文化不再是橱窗里的展品，而成为流淌于城市的活水，滋养着普通的日子，让新春回响“春之声”

大年初一，上午11点，上海音乐学院镜厅。82岁的梅阿姨第一次来到这里，还在惊奇于镜厅的高雅布局，就看到一袭蓝色唐装、围着红色围巾的廖昌永院长，走到观众席前面，给大家拜年祝福。

这是上海音乐学院第三年在大年初一举办镜厅新春音乐会。音乐会不售票，观众免费预约即可。信息发布后，仅0.7秒，所有名额告满。有的是音乐爱好者，了解上音这个传统，经验丰富地抢先一步预约；有的从未进过上海音乐学院，甚至没看过一场正式演出，但心向往之，全家总动员抢得一票；学院的保洁阿姨、食堂的厨师大哥，也受邀来听音乐会……现场座位不够，有人站着听完整场；觉得美好而感动，有人偷偷抹泪。

“太美好！”观众、演奏者发出同样的感慨。演奏家离观众最近的地方，不到1米；曲声、和声、掌声，环绕在镜厅每个角落……这些细节之所以动人，不只是因为它们构成了一场音乐会的现场图景，更因为它们指向一个追问：艺术，究竟为了谁？

镜厅的19面镜子，映照的不仅是演奏者和观众的身影，更是一个时代的文化追求。这座建于1912年的法国文艺复兴风格建筑，曾经只对少数人敞开大门，如今成为市民触手可及的城市音乐客厅。从“贵族社会的专属”到“普通百姓的日常”，这不仅是物理空间的开放，更是文化权益的回归。将大型交响乐改编为小型编制，让乐团像“轻骑兵”一样下沉社区，演出形式创新的背后，也是对“音乐为何存在”的回答——有人倾听，才是音乐的价值。

上音的这场新春音乐会，也让我们看到艺术与生活关系的重构。时间维度上，选择春节这个传统节日，让艺术成为新年俗的一部分。市民何女士说：“文艺已经成为我们家的生活方式之一。过年的重要时刻，要和家人一同开启美的旅程。”当艺术嵌入节日，新的仪式感展现美好生活日益丰富的样态。

空间维度上，打破围墙，让历史建筑成为市民的文化客厅。自2024年1月开始，上海音乐学院向社会开放，已有43万人次通过预约走进这里。“没有围墙的音乐城堡”，用最直接的方式，让音乐下沉到社区，下沉到普通人的生活里，提升着一座城市的艺术审美。

情感维度上，艺术家与观众近到可以看清彼此的表情，重构了艺术传播的情感连接。钢琴系研二学生张新禾连续3年参加新春音乐会，她说：“音乐是为人服务的。”这句话很朴素，却道出了艺术普及的真谛——不是俯身“送文化”，而是请进门，在平等的沟通对话中完成双向滋养。

音乐会的曲目选择同样耐人寻味。《扬鞭催马运粮忙》《赛马》这些富有民族特色的作品，与《费加罗的婚礼》《春之声圆舞曲》交相辉映。精心策划目的指挥高健说，以前古典音乐是少数人才能享受的，但音乐走近普通百姓才有更大价值。大型室内乐团“轻量化”，不需要巨额投入，依托现有资源就能实现低门槛、高质量。

音乐会结束，人群久久不愿散去。张佳婧收拾着马林巴琴槌，准备回老家四川宜宾。大年初一，虽然没有与家人团聚，但她的内心无比充盈。当音乐走出城堡，当学院走向社区，当艺术工作者走进人群，文化不再是橱窗里的展品，而成为流淌于城市的活水，滋养着普通的日子，让新春回响“春之声”。

(作者为本报上海分社记者)



纵横

警惕“考公攻略”炒作“躺平”

牟敏

据媒体报道，网络上流传“体制内躺平岗位排名”“最清闲神仙单位指南”等所谓“考公攻略”，将公共职位曲解为安逸度日的“避风港”，看似贴心，实则误导年轻人，必须警惕。

公共职位的本质是公共服务，其设立初衷是回应群众诉求、保障社会运转，绝非安逸享乐的温床。从基层治理到民生保障，从窗口服务到应急处置，每一个公职岗位都承载着相应的责任。现实中，基层公务员的工作更是极其繁重的。顶着烈日奔走田间地头，不厌其烦受理群众咨询，及时高效完成调研总结……这些才是公职人员的工作常态。

那些炒作“躺平岗位”的所谓攻略，往往是放大了极端个案，以偏概全地否定公职队伍的主流风貌。这不仅误导公众对公务员职业的认知，更可能让部分青年入职后产生心理落差，难以适应实际工作节奏，进而影响工作效率。

更值得警惕的是，若任由“躺平攻略”扩散，可能侵蚀政务服务的根基。政务服务的公信力，源于每一位公职人员的认真履职、担当作为。若躺平心态在队伍中滋生蔓延，遇到改革难题推诿扯皮，面对群众诉求敷衍了事，就会消解群众对政府的信任。近年来，各地持之以恒推进全面从严治党，持续整治“躺平式干部”，对不作为、慢作为的行为严肃处理，充分说明躺平在公职队伍中没有市场，履职尽责才是唯一正道。那些鼓吹躺平的所谓攻略，既非基于事实，又漠视公共责任，决不能放任其传播。

青年选择考公，是对责任与担当的认可，这份职业选择值得尊重。真正的考公攻略，应创新方式方法，引导有志青年提升自身能力、更好适应岗位要求，践行服务宗旨。年轻干部必须树立正确的政绩观，明白考上公务员不是奋斗的终点，而是履职尽责的新起点。要主动跳出舒适圈，在基层实践中增长才干，在为民服务中实现价值。

无论是青年自身，还是网络平台、社会各界，都应坚持正确导向，让考公回归初心，助力每一名选择公职岗位的青年，牢记责任与担当，在平凡岗位上实干笃行，用奋斗书写青春答卷。

(摘编自《河南日报》，原题为《别让“躺平攻略”带偏考公初心》)

本版邮箱：rnrhpl@peopledaily.cn (来稿请注明栏目名)
本版责编：李浩燃 邹翔 李铁林

乡村“网红书记”为啥红

盛玉雷

树立和践行正确政绩观，让一隅被更多人“看见”，也让一隅“看见”更辽远的天地，这是努力的方向，也是实干的硕果

资源、找项目，把村里人心气带得足足的。老朱、小张并非“网红”，但他们跟“网红书记”一样，身上有着共同的特质。从这些特质中，我们更能明白乡村“网红书记”为啥红，更能懂得基层需要怎样的干部。

深谙基层的实际困难，也能跳出一域解难题，他们都有“互联网思维”。

今天，一些基层干部面向网络、开启直播，手机当农具、镜头为桥梁，既是破冰之策，也是务实之举。湖北宣恩县万寨乡向家村，“酒窝书记”帮助村民向全国各地销售农产品超3000万元；河南新密市曲梁镇周庄村，“辣条书记”一则视频吸引上万游客走进这个豫中小村。

把握时与势，也是基层干部的基本功。许多地方不是缺乏资源，愁的是找不到市场。找销路、谋出路，基层干部就得有互联网意识。更富“网感”，不仅要懂网络、用网络，还要求锤炼与时俱进的开放心态、创新思维。当孤立的“一点”主动融入发展的大局，机会便会喷薄而出，空间也会彻底打开。

从踏实肯干的状态，到知责奋进的心态，他们呈现“年轻态”。

老朱和小张时不时要“碰一碰”，聊聊近期新精神、新潮流、新发现，琢磨怎么能把村子发展得更好。沉稳的气质和青春的风采，在乡村全面振兴一线交汇相融。

“网红书记”里，有年纪轻轻的“生力军”，也不乏经验丰富的“老面孔”。事实上，与网络接轨、和流量共舞，不是因为基层干部们年轻，而是在于他们身上保持着一种“年轻态”，愿意接触新事物、学习新知识，坚持用党的创新理论武装头脑，在发展新质生产力上上下功夫、挑担子、冲在前。从这样的状态和心态中，我们更能直观感受共产党人永远是年轻，更加笃定在新征程上展现新担当新作为。

无论是乡土情怀，还是现代化建设，他们始终“致广大而尽精微”。

客观来说，“网红书记”所呈现的镜头算不得“惊天动地”，却在走心与暖心中积微成著。“送饭书记”送的饭，问的是家长里短，破解的是农村留守老人的现实难

题。“小王书记”年终总结视频浏览量破亿，安装路灯86盏、修路1300米、垒砌4座拦河坝。一件件小事“装订”起来，分明就是生活一天更比一天好的日记。

大与小、重与轻，是生活的分量，照见发展智慧、民生旨归。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。发展之需、治理之道、民生之愿，哪头都不能落下。对广大基层干部而言，和乡亲们拉呱谈心，就更容易找到乡村治理之道；帮农民多种粮、种好粮，就是在助力农业现代化。把小事办好、办在实处、办到心坎上，就是在推进历史伟业、成就宏伟目标。

为民的底色、实干的本色，是他们身上的共同品质。“为民办事、为民造福”，这是最重要的政绩。“真抓实干、埋头苦干”，这是最朴素的方法。树立和践行正确政绩观，让一隅被更多人“看见”，也让一隅“看见”更辽远的天地，这是努力的方向，也是实干的硕果。

大道至简，人民至上，实干为要。基层干部当如是。

用层面的热闹，不能掩盖基础层面的短板；流量竞争的喧嚣，不应淹没技术攻关的紧迫。

事实一再证明，真正的竞争力来自底层创新。当年移动支付领跑全球，不仅靠红包大战的“入口争夺”，更靠通信网络建设、智能手机普及、金融监管创新等系统性支撑。人工智能要实现高水平发展，同样需要打通从基础研究到场景落地的完整链条。令人振奋的是，从我国人工智能专利有效量居全球前列，到国产算力持续取得新突破，自主创新正不断夯实中国人工智能的发展底座。《国务院关于深入实施“人工智能+”行动的意见》明确提出，在模型基础能力、数据供给创新、智能算力统筹等方面强化基础支撑能力。坚持自立自强、突出应用导向，人工智能“根生态”的营造与应用繁荣同样重要。

AI红包大战的硝烟已经散去，思考才刚刚开始。当数以亿计的普通人第一次与AI面对面，一个庞大市场的想象力已经打开。以应用锤炼技术，以创新筑牢根基，把这份想象力转化为实实在在的产业发展动力，中国人工智能大有可为，我们也定能在新一轮科技革命和产业变革中赢得主动。

安徽岳西县，一民用无人驾驶航空实验区项目建设有序推进。
吴均奇摄(影像中国)

低空基础设施是低空经济健康有序发展的重要底座。前不久，工业和信息化部等5部门联合印发《关于加强信息通信业能力建设 支撑低空基础设施发展的实施意见》，围绕多种信息类基础设施提出重点任务。这有利于为低空经济高质量发展构建更加完备的支撑体系，带动产业链各环节升级，提升产业整体竞争力。

这正是：
一砖一瓦筑高台，
夯实基础活水来。
全链升级风起处，
产业向新天地开展。

徐文之

实干。切中消费痛点去搞创新，才可能跑出市场买单的领先身位；把准行业趋势闯“无人区”，才可能先人一步找到新蓝海。在创新上舍得投入、耐得住寂寞，方能把“造得多”变为“造得精”“造得新”，不断夯实中国制造的核心竞争力。

将视野进一步放大，冰雪装备的走俏，又何尝不是供需良性互动结出的硕果？目前，我国冰雪运动参与人数已超3亿。从北方天然雪场到南方室内场馆，“冷资源”正加速转化为“热经济”，冰雪产业规模从2015年的2700亿元跃升至2025年的万亿量级。好雪场激发装备购买欲，好装备又撬动更旺盛的消费，供需两端良性互动、相互成就，正是冰雪经济蓬勃发展的内在逻辑。

习近平总书记强调：“把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展。”冰雪经济产业链条长、带动效应大，前景广阔、大有可为。深耕技术创新、培育自主品牌、推动产业融合，让“冷资源”持续释放“热效应”，中国冰雪产业必将赢得更广阔的发展天地。

人民时评

读懂AI红包大战

孟繁哲

马年春节，抢AI红包成了新现象。几家互联网企业合计豪掷超45亿元，把人工智能应用“塞”进亿万用户手机里。AI红包大战之热，令人不禁想起11年前那个改写移动支付格局的除夕之夜。

热闹之下需要冷思考。2015年除夕，微信“摇一摇”红包当天互动超110亿次，短时间内绑卡用户突破2亿。但那场大战真正的价值，不在于谁分走了多少用户，而在于由此催生了一套移动支付基础设施，共享单车、外卖、网约车等新业态借此蓬勃兴起。今天的AI红包大战，同样不能仅以流量论成败。吸引用户只是第一步，更关键的问题是：当红色的热度退去，人工智能如何更好融入日常生活，形成不可替代的

新型基础设施？

这个追问之所以紧迫，是因为AI应用与移动支付有着本质不同。当年用户绑了卡、钱在微信里，迁移成本高，自然就留了下来。如今的AI应用，下载快，卸载也快，据统计30天留存率平均仅约12.8%。“撒钱”换来的流量难以为继，最终决定去留的，是产品本身能否满足真实需求、创造实际价值。正因如此，各家在红包之外各辟蹊径：有的将AI嵌入社交日常，有的把AI接入外卖出行，有的用AI生成视频内容，有的让AI革新搜索体验。看似路径各异，争夺的都是应用场景的纵深与用户习惯的养成。

这场竞争折射出中国发展人工智能的独特优势。十几亿人口的超大规模市场，

意味着丰富多元的需求；全球最完整的产业链，为AI提供制造、医疗、教育等千百业的赋能空间。当前，我国生成式人工智能用户规模已达6.02亿人。从七旬老人向AI问路、查菜谱，到基层医院用AI辅助诊疗，再到工厂车间用AI优化排产、质检，中国的人工智能正以应用驱动创新，以场景优化生态。

然而，应用繁荣不等于高枕无忧。我国人工智能在基础理论、关键核心技术等方面还存在短板弱项，集中力量攻克高端芯片、基础软件等核心技术刻不容缓。春节前夕，个别人工智能平台出现的系统崩溃，表面看是算力不足的偶发事件，实质反映的正是AI基础设施仍有待完善。应



微观

“冷装备”何以热销全球

林岳

米兰冬奥会期间，“哈尔滨造”竞技头盔亮相赛道，产自福建厦门的滑雪杖被不少国家冬奥选手使用。在意大利北部小镇的体育用品店内，货架上的滑雪杖、护目镜、头盔、手套，不少标签都显示“中国制造”。据业内人士介绍，全球滑雪头盔、雪镜基本是中国生产的，滑雪板、滑雪服少说有三成来自中国。

从商店货架到冬奥赛道，从大众消费品到专业竞技装备，中国“冷装备”何以热销全球？

成熟的产业集群托举起质价双优的供应链。山东嘉祥的手套产业起步于上世纪80年代，300多家企业形成从研发设计到辅料采购的全链条。如今全国每出口10

双滑雪手套，近8双产自这里。浙江宁海20余年深耕运动杖产业，县域内配套率超过95%，新品打样仅需7天，全国每出口10根滑雪杖，7根来自宁海。两个冰雪资源并不丰富的地方，却凭借成熟的制造业基础和完备的上下游配套，孕育出冰雪装备“单品冠军”，秘诀就在于长期积淀形成的全链条配套能力。

从湖南邵东的打火机到江苏南通的家纺，从广东汕头澄海的玩具到山东曹县的汉服……许多中国制造之所以具备全球竞争力，靠的正是产业集群优势。上下游高度协同，大中小企业梯次配套，这样的产业集群能够快速根据市场需求变化优化供给、提升效率，而这正是中国制造参与全球

竞争的重要底气。产业集群奠定高性价比的基础，科技创新打开高附加值的空间。哈尔滨乾卯雪龙的竞技滑雪板，采用航空航天级复合材料，可根据运动员发力习惯定制，实现从“人适应板”到“板适配人”的转变；吉林化纤生产的碳纤维滑雪板比普通滑雪板轻30%，强度却提升数倍；厦门彼尔持续在材料和工艺上突破，将滑雪杖每米重量降至48克的行业极限。创新带来的竞争力，市场感受最直接。数据显示，2025年下半年以来，我国部分冰雪运动产品出口增速超过两位数。

产品竞争力的提升，靠的不只是价格优势，更是创新优势，这绝无捷径，只能靠