

## 从“有”到“优”走好养老服务升级路

◎籍海洋

让更多老年人共享改革发展成果、安享幸福美满生活，不仅是“小家”的愿景，更是“大家”的目标。在方法上多创新，在制度上强保障，以小切口体现老年人的所需、所急、所盼，打通养老服务“最后一公里”，养老服务才能更有温度和质量。

随着人口老龄化的加速，养老服务成为国家和社会关注的焦点。今年自治区两会期间，加强养老服务、改善老年人生活质量、发展银发经济等话题备受重视，“养老”一词频频提及、热度不减。

养老是家事，也是国事。让更多老年人共享改革发展成果、安享幸福美满生活，不仅是“小家”的愿景，更是“大家”的目标。党的二十大报告明确指出，要实施积极应对人口老龄化国家战略，发展养老事业和养老产业，优化孤寡老人服务，推动实现全体老年人享有基本养老服务。近年来，内蒙古持续聚焦老年群体服务需求，用心用力提升养老服务水平，基本养老服务体系建设加快推进，农村牧区养老服务网络加快完善，城市“一刻钟”居家社区养老服务网络拓展延伸，养老事业和养老产业协同发展打开新局面。

人口老龄化是社会发展的趋势，也是今后

较长一段时期我国的基本国情。老龄化程度的快速加深，更加凸显养老服务需求的旺盛。数据显示，到目前，我区60岁以上老年人546万、占常住人口的22.8%。“十四五”期间，全区人口老龄化、高龄化趋势将进一步加剧，养老形势较为严峻。我们要积极应对人口老龄化，加快谋划发展养老服务业，更加注重运用市场机制激发社会资本参与养老服务的活力，更好满足多样化的养老需求。

如何走好养老服务升级路？我区不少地方正在加快探索，多方面发力“破题”。呼和浩特市通过居家上门服务、适老化改造项目、“一刻钟”

养老服务圈、开设老年大学等举措，使老年人的日间照料、基本医疗、文化娱乐、精神慰藉等需求得到满足；鄂尔多斯市积极探索推进“医养结合”养老模式，整合养老和医疗两方面资源，打造集养老护理、医疗康复于一体的医养综合体，满足老人养老和医疗护理双重需求；兴安盟大力推进“养共体”建设，形成“旗、乡、村”农村养老服务三级网络构建不断健全、部门协同配合、社会爱心人士积极参与的“大养老”格局……在方法上多创新，在制度上强保障，以小切口体现老年人的所需、所急、所盼，打通养老服务“最后一公里”，养老服务才能更有温度和质量。

“最美不过夕阳红，温馨又从容。”美好的愿景不仅仅是在歌词之中，还应在现实层面的不断开拓。前不久，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，提出4个方面26项举措。自治区政府工作报告提出，“银发经济”发展空间巨大，要想办法、下功夫激活这片蓝海，发展医、养、康、护、教、娱、安七位一体养老模式，推动养老服务从“有”向“多”、从“多”向“优”升级。我们要把握时代脉搏，抓住“银发经济”发展的契机，努力为老年人提供更精准的服务、创造更美好的生活，让他们在白发苍苍的岁月里依然感到幸福与满足。

尊老、养老、助老是全社会共同的责任。当个人、家庭、社会、政府、市场等方面共同努力，携手努力，让深怀敬老之心、倾注爱老之情、笃行为老之事成为行动自觉，让时代发展的红利真正惠及老年群体，一个值得期待的老年友好型社会必将渐行渐近。

## 共有精神家园

## 不受虚言，不听浮术，不采华名，不兴伪事

【出处】

(东汉)荀悦《中鉴·俗嫌》

【原典】

在上者不受虚言，不听浮术，不采华名，不兴伪事。言必有用，术必有典，名必有实，事必有功。

【释义】

《中鉴》是东汉末年思想家荀悦的政治、哲学论著。《后汉书》本传说，荀悦志在匡辅汉献帝，因曹操擅政，“谋无所用，乃作《中鉴》”。意在重申历史经验教训，以供皇帝借鉴。全书包括《政体》《时事》《俗嫌》《杂言上》《杂言下》五篇。其中《俗嫌》主要批评世俗盛行的卜筮、禁忌、折请、神仙方术、谶纬等迷信。

“不受虚言，不听浮术，不采华名，不兴伪事”是对“在上者”即统治者的劝告。意思是，不接受虚妄的言论，不信从虚浮的技艺，不采用华而不实的名称，不兴作伪诈的事业。作者以简洁明确的语言，将四个否定副词和动词联合使用，组成了整齐的排比句式，说明统治者应采取的正确立场，态度坚定，毫不含糊。荀悦进而提出人君治理国家应当“言必有用，术必有典，名必有实，事必有功”，认为说话必须产生实际效果，方法必须有标准和法则，名声必须与事实相符，做事必须有结果来证实。以此杜绝“虚言”“浮术”“华名”和“伪事”。

【启悟】

为政之道，贵在实干。古往今来，凡事兴于实，败于虚。春秋赵括“纸上谈兵”，两晋学士“虚谈废务”，留下了深远的历史之思。可以说，古今以来，夸夸其谈、好大喜功的人和事，历来为众人所不齿。

然而在实际工作中，有个别干部“光说不干假把式”，口号喊得震天响，实际工作却原地踏步；迷信“干得好不如说得好”，沉溺于追名逐利，醉心于沽名钓誉。凡此种种，都反映出领导干部的干事态度，不仅浪费了人力、物力，还败坏了风气，长此以往，只会招致不满、失去民心。

政声人去后，民意闲谈中。司马迁在《史记·李将军列传》中称赞“飞将军”李广“桃李不言，下自成蹊”。一个真诚老实、恪守本分的干部，必然以求真务实为荣、以弄虚作假为耻。焦裕禄、谷文昌、孔繁森、杨善洲……那些被群众铭记于心、时常怀念的好干部，正是靠踏踏实实的成绩赢得了群众的好口碑。专心于干事创业的党员干部，不必想方设法去显自己的功绩，苦心孤诣夸耀自己的努力，只要真心实意为群众办实事，为百姓谋福利，自然会在群众心里和历史深处留下印记。

《论语》中说：“君子耻其言而过其行”。伟大的事业不是写出来的，也不是喊出来的，而是广大干部群众同甘共苦、风雨兼程拼搏出来、奋斗出来的。如果只会纸上谈兵而不能知行合一，热衷虚谈废务而不求真实，追求表面文章而不脚踏实地，结果只能是让美好愿景落空。

作为党员干部，当时刻牢记共产党人的初心和使命，始终坚持以人民为中心的发展思想，卸下虚名的包袱，甩开膀子、脚踏实地，围绕人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，多出新招、实招、硬招，从实处着眼、靠实绩说话，用知重负重、攻坚克难的实际行动，服务于民、取信于民。 (袁宝年)

## 画里有话



## 出游人次创新高

2024春节期间，全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同比增长7.7%。

新华社发 徐骏 作

## 【洞见】

## 让老字号不断焕发新生机

◎关育兵

春节前后，在繁忙的市场，老字号品牌以其深厚的历史底蕴和独特的品质，成为消费者采购的首选。这些历经风雨、屹立不倒的老字号，不仅代表着过硬的品质，更承载着一份对传统文化的情感与记忆。

每一家老字号都有自己的“长寿”秘诀。以布鞋闻名的内联升、有百年历史的瑞蚨祥以及以中医药闻名的同仁堂，这些老字号品牌凭借着精湛的手工艺、独特的配方和优质的服务，赢得了消费者的信赖。在这个过程中，他们不断探索、创新，使得自己的产品在品质和特色上始终保持领先地位。内联升的布鞋制作技艺、瑞蚨祥的丝绸制作工艺以及同仁堂的药材挑选与炮制技艺，都是经过几代人的努力，不断精益求精的结果。这种对品质的坚守和对传统的尊重，正是老字号的魅力所在。

创新求变是老字号拥抱市场的共同宝典。面对现代商业环境的挑战，老字号不能仅仅依靠过去的辉煌。在消费需求日益多样化、市场环境日益复杂的今天，老字号必须寻求破局之道。这就需要深入了解消费者的需求，把握市场的变化趋势，不断推陈出新。内联升通过跨界联名、拥抱流量，将目标消费群体从“银发族”转向年轻人；同仁堂则通过打造线下新零售模式门店，为消费者提供更加丰富的购物体验；瑞蚨祥则坚守高端定制市场，并在传统产品的基础上进行创新。这些老字号成功焕新的经验表明，只有不断创新求变，才能在市场竞争中立足不败之地。

在寻求破局创新的同时，老字号必须坚守自己的传统和品质。正是独特的传统和品质，让老字号在市场上独树一帜。无论在产品制作上还是在服务体验上，老字号都应保持对卓越品质始终如一的对消费者一如既往的尊重。只有这样，才能赢得市场和消费者的持续信任和青睐。同仁堂在推出新零售门店的同时，始终坚持传统的药材挑选与炮制技艺；内联升在寻求年轻化市场的过程中，从未

## 【来论】

## 火热“村晚”传递乡土乡音乡情

◎胡建兵

春节期间，多地热闹有趣的“村晚”给当地村民带去欢声笑语，也成为乡村浓厚年味的生动注脚。

“村晚”，顾名思义是“乡村春晚”的简称，是春节期间农民群众自编、自导、自演的乡村文艺晚会。发源于群众文化活动的“村晚”，不仅是中国人乡村情怀的展示，也是新时代乡村文化发展的新风貌。过去，“村晚”一年办一次。近年来，文旅部连续组织全国“村晚”示范展示活动，引导“村晚”由春节期间集中开展向节假日常态化转变，推动“村晚”四季绽放、遍地开花。如今，“村晚”的存在感越来越强、受欢迎程度越来越高，由“年年演”向“季季演”延伸，由“舞台演”向“云上演”升级，由“现场看”向“网络看”扩展。

村民们自编自导自演的“村晚”，虽然节目上得掉渣，有的甚至有点俗气，没有华丽的舞台和背景，没有立体炫目的灯光，更没有偶像明星，没有豪华的服装，但其突出自娱自乐、乡村特色、传统文化等特点，展现乡音、凝

聚乡情、富有乡韵。有的节目甚至是村里百姓生活中发生的真实故事，有村民熟悉的人和熟悉的方言、段子，接地气、冒热气、聚人气，让村民在欢声笑语中收获感悟、深受启迪。带着浓厚乡土气息的“村晚”，留住了浓浓的乡恋，也传递出乡村振兴下日益增强的文化自信。

当下，村民生活水平提高了，各种娱乐活动变多了，但接地气的文艺作品还远不能满足群众的精神文化需求。特别是每到春节，常有村民无聊于吃“流水席”、刷短视频、打网络游戏等，觉得年过得越来越没意思、越来越缺少年味儿。别开生面的“村晚”，恰好走进人们内心，打发无聊、填补空虚。这些年，“村晚”已逐渐从区域的“小欢喜”发展成遍及全

国的“大联欢”，从乡村小舞台走向全社会大舞台。

与一般文艺演出不同，“村晚”从组织、策划到排练、搭台，村民是绝对的主角。大家聚在一起，有的提供物资，有的协调场地，有的参与演出，有的保障后勤，既亲身参与又亲自鉴赏。“村晚”贴近生活、贴近现实，演出的内容也高度本土化，用反映群众身边人、身边事、身边情的节目，演绎出十足的年味、乡土味、文化味，逐渐成为展示乡村文化发展的一个重要窗口。

上了舞台能演戏，脱了戏服能种田。热闹火爆的“村晚”，既满足了群众多样化的文化需求，也在潜移默化中树立文明新风，使乡村风貌焕然一新。同时，在共同筹备“村晚”的过程中，还增强了村民之间、村民与村干部之间的沟通和交流，促进了乡村的和谐稳定。可以说，“村晚”早已超越文艺晚会单纯的娱乐功能，而成为凝聚村民情感、促进乡风文明、推动乡村和谐的纽带，成为传递乡音、乡土、乡情的桥梁。

## 【一家言】

## 由“诽谤木”说开去

◎向兵

诽谤木，又称“华表”，尧初设立诽谤木，让人们把意见写在上面，或者敲击出声，提醒他出官当听取意见，以便改进政事。《吕氏春秋·不苟论》记载：“舜有诽谤之木”，说的就是古之圣贤明君舜，为了听取百姓的声音，改正自己的过错，治理好国家，便在交通要道设立“诽谤木”，让天下百姓书写谏言。

古人尚能竖“诽谤木”听取批评意见，共产党人的胸怀更宽广，勇于接受群众批评，一直是我们的优良传统。只有积极开门纳谏，充分倾听百姓心声、主动接受群众批评，才会消除干群间的隔阂，赢得群众信任，取得工作主动权。毛泽东曾把批评与自我批评比作“扫灰尘”“照镜子”“洗脸”。他说，房子不打扫就会积满灰尘，人不照镜子、不洗脸就会肮脏丑陋。

害怕批评是怯懦，不让批评是幼稚，经得住批评才是党员干部必备的党性修养。现实中，少数干部听不得群众批评，有的虽然口头上说“欢迎大家批评”，但真正对他提点意见，却又坐不住了，或百般解释，或还以脸色。俗话说，遮丑丑更丑，护短短更短。人无完人，面对缺点与不足，要用好批评与自我批评这个武器，主动检视自我，打扫身上的政治灰尘，增强政治免疫力。戴着掖着，文过饰非，不仅解决不了问题，还会让自己陷入被动，造成不良影响。

良药苦口利于病，忠言逆耳利于行。群众的批评，往往是惊醒“梦中人”、唤醒“迷途客”的法宝。“和风细雨”不一定管用，“疾风骤雨”最为解渴。愈是带着辣味的批评，愈能发挥“出汗、红脸、排排毒”的功效。正因为，对待批评意见，要有如获至宝的态度、虚怀若谷的胸襟和闻过则喜的雅量，坚持言者无罪、闻者足戒，认真倾听逆耳诤言，推心置腹交换意见，切实做到“有则改之，无则加勉”，坚决不对提意见的同志“穿小鞋”“唱黑脸”“泄私愤”。

对党内的一些突出问题，人民群众往往看得很清楚，也最有发言权。广大党员干部要有正视问题的自觉、刀刃向内的勇气，敢于面对群众的批评、勇于接受群众的批评、真心吸纳群众的批评，敞开大门接受人民群众的批评和监督。要知道，自我革命是刮骨疗毒、是烈火淬炼，唯有以更严格的标准不断检视、剖析、反思，才能不断清除一切损害党的先进性和纯洁性的因素，厚植党的执政根基。

陈毅曾有诗云：“一喜得帮助，周围是友情，难得是诤友，当面敢批评。”这既是对批评的肯定与赞扬，也是对党员干部的勉励和期望。广大党员干部要学之鉴之，带头直面问题、揭短亮丑、红脸出汗，在批评和自我批评中坚持真理、修正错误，总结经验、吸取教训，达到“排毒”“治病”的效果。

## 【辣语】

新春伊始，新建重大项目火热开工，抢抓“开门红”；人勤春早，春耕备耕由南向北次第展开，“希望的田野”春潮涌动；窗口单位，热情、便捷、高效，努力提供优质服务的……春节假期后的首个工作日，人们满载着节日的祝福和积蓄的力量，以更加饱满的精神状态开启了新的奋斗。

——据《人民日报》

锐评：向着春天进发，朝着梦想奔跑，我们将书写新的更优异的答卷，创造更美好的明天。

春节期间，健康食品、医疗保健等领域消费增长强劲，“健康”成为节日馈赠的新潮流。一份关于2024新年送礼趋势的调查显示，被调查消费者在购置新年礼物时，87%会关注产品是否具有健康属性，位列关注点第一名。

——据《经济日报》

锐评：平安健康是最珍贵的礼物，节日馈赠新潮蕴藏健康产业大商机。随着人们健康意识持续提升，越来越多的专业类健康消费必将风起云涌，推动市场发展。

颈椎、腰椎疾病年轻化，让理疗、推拿在年轻人间日益盛行；长期熬夜后，一些年轻人受自我补偿心理影响选择吃保健品，买各种泡脚包、热敷贴等；在社交媒体平台，艾灸、刮痧、茶饮内调等“种草”短视频频频点赞、收藏量过万……现在不少“脆皮年轻人”开始迷恋养生，各种花样一应俱全，有人月均账单甚至超千元，养生投入成生活必不可少的一项大额开支。

——据《工人日报》

锐评：与其热衷于花式养生，注重生活规律、保持合理均衡膳食，才是年轻人养生的正确“打开方式”。

据猫眼专业版数据，2024春节档总票房破80亿，总人次1.62亿，总场次383.6万，全面刷新中国影史春节档纪录。然而，几家欢乐几家愁，今年春节档冷热不均，出现了罕见的“撤档潮”，8部影片半数撤档，被网友戏称为“撤档元年”。

——据《北京青年报》

锐评：撤档是无奈之举，提质是治本之策。只有努力提升影视作品质量，具备更强的竞争力和更精准的定位，才能获得观众认可，在下一个贺岁档中脱颖而出。

卖爆了！汉服马面裙成“龙年拜年战袍”，销售额超3亿元依然供不应求。因兼具古典和现代的简约美，也能匹配当代年轻人的大众穿着需求，让马面裙成了今年中国风穿搭时尚的爆款。曹县汉服马面裙商家称，线下销售翻了十倍，线上单个直播账号日均20万。

——据央视网财经

锐评：汉服马面裙成今年中国风穿搭时尚启示我们，只要解锁更多鲜活的打开方式，就能让传统文化和现代文化在融合中迸发新魅力。