

## 从“有”到“优”走好养老服务升级路

◎籍海洋

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”一词被频频提及、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,优化居家养老服务,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,基本养老服务体系加快建设,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

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

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架不断健全、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、市场等方面共同行动、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。

【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,是让人们把意见写在上面,或者敲击出声,提醒他出官当官听取意见,以便改进政务。《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,便在交通要道竖立“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所必备的党性修养。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。藏着掖着,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,坚持诚字至上、虚字为要,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、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……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,我们必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,节日馈赠新潮流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安慰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,线下销售翻了十倍以上,线上单个直播账号日均20万。

——据央视财经

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。

## 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年增长7.7%。

新华社发 徐俊 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于不败之地。

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

放松对手工制鞋技艺的传承和提升;瑞蚨祥在高端定制业务上更是精益求精,力求将每一件产品做到极致。这些实践证明,只有坚守传统和品质,“老字号”才能长盛不衰,历久弥新。

当然,老字号也需要根据市场的变化和消费者的需求,调整自己的经营策略和发展方向。在这个过程中,每一家老字号都应该根据自己的特点和优势,寻求适合自己的发展路径。例如,有些老字号可以通过拓展产品线、开发新品种等方式来拓展市场份额;有些老字号则可以通过提升服务品质、打造品牌形象等方式来提升品牌价值。总之,只有把眼光放长远,在坚守传统和品质的同时,因地制宜、因材施教寻求各自的向新之术,才能让老字号不断焕发新生机。

不管未来的产品形态如何变化,坚持传承不守旧、创新不忘本的原则,寻求适合自己的发展路径,是更多老字号企业可持续发展的必由之路。让这些历经风雨、屹立不倒的老字号继续在市场上发光发热,不仅是对消费者的一份承诺,也是对传统文化的一份传承和发扬。

【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,是春节期间农村群众自编、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尚。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,没有豪华的舞台和背景,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,展现乡景、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”,从乡村小舞台走向社会大舞台。

与一般文艺演出不同,“村晚”从组织、策划到排演、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。

## 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《申鉴·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】

《申鉴》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《申鉴》”。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、祈请、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”,留下了深沉的历史之思。可以说,古往今来,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,正是靠踏踏实实业绩赢得了群众的好口碑。专心于干事创业的党员干部,不必想方设法显自己的功德,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务实,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)