

捡秋到底捡的是什么

◎哈丽琴

挖土豆、摘野果、捡白菜、捡南瓜……秋收后的田野非但没有沉寂,反而因捡秋热闹了起来。近日,内蒙古多地发布捡秋指南、绘制捡秋地图,引导人们文明捡秋,体验秋日俯拾的乐趣。

面对捡秋热潮,人们不禁要问:捡秋到底捡拾的是什么?

捡秋,拾起的是惜粮敬物的质朴本心。捡秋并非当代新玩法,而是传承已久的乡土习俗。《诗经》有云“彼有遗秉,此有滞穗,伊寡妇之利”,农人收割特意留些残穗供弱者拾拾。“右手秉遗穗,左臂悬敝筐”“拾穗行歌喜屡丰”等诗句描写的皆是古人拾穗图景。古时捡秋,是百姓贴补生计的依靠,是乡土社会心照不宣的约定,诠释着古人不抛一物、惜粮敬物的本心。

捡秋,拾起的是丰收馈赠带来的松弛与欢喜。一场捡秋之行,便是一堂生动的自然课。人们在触摸土地中感受农耕文化,在捡拾中认识草木果实、感知春华秋实、懂得万物生长时序。这份奔赴山野的热爱,唤起人们对自然馈赠的感恩之心,也把颗粒归仓的传统转化为当代人可感知、可参与的生活实践,让丰收的意蕴延伸到人们的日常体验之中。

捡秋,更是农牧文旅赋能乡村振兴的新抓手。多伦县推出邂逅金秋·寻味多伦活动,将捡丰收、寻奇石、赏秋光、逛古建、品美食结合起来;太仆寺旗串联农民丰收节、中秋、国庆三大节点,将捡秋升级为“免费采摘+农事体验+民俗展演+亲子狂欢+大地研学”多元玩法;呼伦贝尔市开展非遗手作、采摘体验等沉浸式研学活动,丰富出游内容……不少地方开放特定区域,打造特色农牧文旅项目,激活“农牧+文旅+教育”复合业态,把这份秋日快乐转化为乡村振兴的持久动力。

当然,捡秋贵在有度。山野馈赠并非取之无禁,捡秋不是肆意采摘,不能折枝摘果、滥采滥挖,更不能破坏植被、触碰保护物种。呼和浩特市等地发布致市民游客的秋日来信,提醒公众:秋景可以赏,秋收不能抢。有所取,有所留,才是捡秋真正的智慧。拾之有界、捡之有度,方能留住秋日馈赠,留住年年秋色。



精彩内容,扫码阅读

莫让中秋变了味

◎李星宇

中秋将至,中央纪委办公厅日前印发通知,要求各级纪检监察机关在国庆中秋期间严格落实中央八项规定精神,从严纠治“四风”,坚决防止反弹回潮。

中秋本是国家团圆的传统佳节,承载着人们对亲情的珍视和对美好生活的向往。然而个别党员干部却将节日变了味——将节日礼金变成人情陷阱,把节日福利变成“四风”温床。很多人正是在“人情往来”中逐渐丧失是非标准,欲望的口子越开越大,最终堕入腐败深渊。溯其根源,还是政绩观出了偏差,把党和人民赋予的权力当成谋私工具,在诱惑面前放松自我要求,理想信念的“总开关”出现松动。

清廉是一生之事,贪腐只在一念之间。一方面,要常打思想“预防针”,引导党员干部清醒认识到,节日里的“人情往来”往往是腐败滋生的温床,那些看似微不足道的礼品礼金,实则是侵蚀党性的糖衣炮弹。面对腐蚀围猎,唯有保持高度警觉,把廉洁自律内化为思想自觉和行为习惯,才能让中秋回归团圆本真。另一方面,也要扎紧监督“铁笼子”,准确把握新型腐败和隐性腐败的特点,用好大数据等技术手段,打通司法、税务、金融等部门信息壁垒,对高档烟酒、月饼礼盒等节礼异常销售数据追踪分析,让快送送礼、电子红包、预付卡消费等隐蔽手段无所遁形。同时畅通举报渠道,鼓励群众参与监督,对顶风违纪行为发现一起、查处一起,绝不姑息。

中秋月更明,国庆风更清。节日的意义在于传承家国情怀、守护团圆温情,每一份祝福都回归纯粹的心意,每一次相聚都饱含真挚的情感,才能让中秋的月光真正照亮人心,让群众在清明节日氛围中感受党的优良作风和传统节日的独特魅力。

银幕内外皆有风景

◎徐建辉

近日,全国多地影院推出午休、赛事直播、火锅观影等跨界服务。曾经的电影院等同于放映电影的专属空间,如今文化产品在迭代、大众消费潮流在更迭、公众的精神诉求也在发生变化,固守单一模式难以适应新的市场环境,顺势而为、主动求变,才是影院行业面向未来的应有姿态。

“世异则事异,事异则备变。”任何文化场所,都脱不开所处时代的土壤。回望过往,戏台承载着一代又一代人的文娛记忆,而随着媒介更迭,传统戏台逐渐被换成别的形态延续文化生命力。电影院同样如此,它的内核是公共文化体验空间,而非仅仅是一套放映设备。线上流媒体分流受众,观众的休闲选择愈发多元,仅仅依靠影片票房,已经很难撑起影院全时段的生存运转。盘活闲置时段,激活场地价值,是行业面对现实环境做出的理性调适。

当然,多元经营不等于丢掉立身之本。拓展“电影+”的各类业态,绝不意味着要弱化电影放映主业。影厅转播赛事、举办沙龙市集,本质上是用更多元的场景聚拢人气,把不同爱好的市民吸引过来,反哺电影文化的传播。倘若本末倒置,一味追逐花样繁多的副业,把电影放映边缘化便会丢掉影院最核心的辨识度。转型求新,要守住电影文化这颗内核,副业是补充与延伸,不能喧宾夺主,模糊自身的定位。

业态创新也不能陷入简单跟风的误区。各地影院区位不同,面对的客群千差万别,地处商圈、社区、郊区的影院,适合的转型路径本就不相同。照搬网红模式,盲目上马不匹配本地需求的项目,很容易造成资源虚耗。有的面向年轻群体承接赛事观赛,有的扎根社区开展惠民展览与研学活动,关键是贴合周边群众的真实需求,因地制宜探索属于自己的融合路径。

媒介在演进,场景在更新,但大众对于优质公共文化向往始终未变。戏台没有定格在旧时光,电影院也不必困在过去的定义之中。在守好主业的基础之上灵活应变,让银幕内外皆有风景,影院方能在时代浪潮之中,持续成为城市里温暖鲜活的文化坐标。

内蒙古博物院究竟“大”在哪儿?

◎袁宝年

的时代胸怀。

历史之“大”,在于铺展了一幅完整的文明长卷。“远古世界”展厅再现亿万年前的生命奇观,“融铸北疆”展厅诉说历代先民交融共生的岁月长歌,“解放之路”展厅铭记革命先辈浴血奋战的峥嵘岁月,“故塞同风”展厅展现长城内外各民族互通有无、守望相助的生动图景,“文脉遗珍”展厅里延续代代相传的非遗技艺,“亮丽内蒙古”展厅中描绘多姿多彩的生态画卷,“飞天神舟”展厅里记录内蒙古助力祖国航天事业的辉煌成就……十大主题陈列、3000余件(套)展品,贯通远古与当代、历史与现实,既诉说着各族人民在这片土地上共同生活、共同创造灿烂文明的壮阔历程,也见证着新时代各族群众并肩奋斗、共同建设美好家园的生动实践。

格局之“大”,在于拥有放眼世界的开放视野。内蒙古作为“草原丝绸之路”与“万里茶道”的重要枢纽和通道,自古以来就是各民

族交往交流交融的舞台。今天的内蒙古博物院,更将这份开放包容融入了展陈理念之中。新馆开馆以来,先后引进古希腊文物精华展、波斯文化艺术瑰宝展等重量级展览,将世界各地的瑰宝带到内蒙古观众面前;2026年国际博物馆日中国主会场特展“金玉华光多彩中华”,展出来自全国58家国有博物馆和文博单位收藏的青铜、金器及玉石器386件(套)……不止步于一馆之藏,不局限于一方之史,以开放姿态拥抱世界,以包容心态开展文化对话,这份面向世界的格局正是“大”的深层注脚。

活力之“大”,在于让沉睡的文物真正活在当下。跳出传统展陈方式,内蒙古博物院玩出了文博活化新花样。全息投影讲解员“鸿格尔”依托AI大模型的深度学习能力,对观众的提问秒速响应、对答如流;“流动数字博物馆”常年穿行农村牧区,把展览送到基层一线;文博舞台秀《遇见·风吟草原》常态化驻



消防无小事

消防栓被成堆牛仔褲遮挡,明火紧邻布料;自救呼吸器过期十余年,检查表却一直登记“正常”;喷淋头未摘保护套、常闭式防火门保持敞开、疏散通道被杂物挤占……广州多家中小制衣企业,种种消防隐患令人揪心。

王文婧/图 安华伟/文

A级景区没有“终身制”

◎袁宝年

一劳永逸的“铁饭碗”。申报时倾尽全力,牌子一到手就刀枪入库、马放南山,门票价格上涨,但服务打了折、卫生掉了链、投诉堆成山……这些乱象,对不起A级景区的称号,更对不起慕名而来、掏钱买票的游客。被处理的这些景区中,有的自然资源不可谓不好,历史文化不可谓不厚,可偏偏在服务和管理上掉链子。说到底,是经营者把长久生意当“一锤子买卖”。这种心态不除,A级景区的牌子注定挂不稳,景区也早晚被游客“用脚投票”。

A级景区的牌子能换来一时客流,换

不来长久口碑。内蒙古这次对景区的处理传递出鲜明的信号,A级景区绝对不是评上就万事大吉了,A级景区评定从来都是能上能下、有进有出,服务和管理水平滑坡,景区必然会被“踢出局”。这次公告的名单里,有被强制降级的,有主动申请摘牌的,还有被通报批评的。无论哪一种都说明:想靠一块A级景区的牌子吃一辈子,这条路已经走不通了。

处理不是目的,治乱才是本意。旅游业高质量发展,归根到底不是看挂了多少块A级景区的牌子,而是看游客愿不愿意再来、愿不愿意推荐。中秋、国庆双节客流大潮在即,希望所有景区都能明白,评级不是终点线,而是起跑线。与其追着牌子跑,不如围着游客转,把服务做扎实,把游客当家人,这比多少花里胡哨的营销都管用。

“牧鸟共生” 家园共守

◎李慧芳

讲。他们组织牧民成立应急救援小队,储备防护物资,加密巡护频次;他们走进牧户和校园用蒙汉语科普,让护鸟意识生根发芽……用真诚换真心,硬是把“鸟多抢草”的偏见,扭转成了主动巡护、举报偷猎的行动自觉。

这套“牧民当主角”的保护模式,精髓在于“共生”二字。候鸟栖息在牧民家的草地上,牧民的放牧、生活与候鸟的繁衍生息在同一片土地上重叠。协会将牧民从“被管理的对象”变成了“保护的主体”,

“氢个蛋”为啥能跑去河南?

◎金咏

技术迭代落地。

当前,绿色低碳发展是大势所趋,全国众多高校都在推进绿色校园建设,而本次落地的氢能共享交通示范项目,聚焦高校短途出行高频场景,以普及低碳出行、构建绿色智慧校园交通体系为核心,把氢能技术融入师生日常出行需求。这是一次让氢能产业走进校园的有益探索,也为氢能普惠化、生活化应用打

场,以“文博+演艺”的方式让文物走出展柜、翩翩起舞;非遗课程、策展人解读、研学活动轮番上线,让博物馆变成了老少皆宜的公共文化空间……从文物保护到文化传播,从单向展陈到双向互动,这份贴近大众、拥抱时代的胸怀,打破了时间与场景的边界,让厚重的历史走进日常,更让内蒙古博物院的“大”有了生命力。

空间是载体,历史是根脉,格局是境界,活力是生命。说到底,内蒙古博物院之“大”,不仅是物理空间的丈量,更是深厚文化底蕴与创新运营理念共同塑造的独特气质。当越来越多的走进内蒙古博物院,看见的不是一件件文物,更是中华文明多元共生的壮阔图景,是世界文明交流互鉴的生动缩影。一座博物馆的意义,正在于它既安放过去,也启迪当下;既扎根本土,也放眼世界。这份跨越时空的大格局,让更多人读懂文化的重量、看见文明的力量。

——据新华网

锐评:数字交易的真实可信度,直接关系到千家万户的财产安全。唯有全社会共同努力,以法治保驾护航,进一步压实各方责任,才能把好交易安全关,守护好老百姓的“钱袋子”。

日前,南方医科大学一名学生不幸坠楼身亡,经警方现场勘查排除他杀,引发关注热议。根据媒体报道和家属公布的师生聊天记录,此前网传的“学生父母均车祸进了ICU”“导师压榨”“只批3天假”等均属谣言。网友感慨:“造谣可恶,造谣可鄙”“绝对不能饶造谣者”。

——据《南方日报》

锐评:网络不是法外之地,但比法律更先到的,应该是良心。面对这类悲剧,普通人能做的其实很简单:不转发没来源的截图,不把别人的痛变成自己的流量。真关心学生处境,就去推动心理支持、导学关系兜底,而不是在谣言里再添一把火。

有媒体调查发现,一些热门场馆门票、餐厅排队号被大量“代约”“代排”公开售卖,有人利用抢票软件、批量账号或雇人排队等方式提前占号,再向消费者加价出售。本应面向公众公平开放的预约、排队名额,变成了“谁更会抢、谁肯加钱谁先得”,甚至出现官方渠道一票难求,代约商家却保证“出票”的怪象。

——据新华网

锐评:如果有人可以绕过正常规则、靠花钱买来“优先权”,最终挤走的不只是一个名额,更是公众对规则公平的信任。治理“代约代排”,需要平台、经营主体和监管各负其责,堵住批量抢占、囤积倒卖的漏洞,让守规则的人不再吃亏。

最近,短视频博主曝光广东省清远市有加工点用硫磺熏制竹笋,涉事竹笋被检出二氧化硫超标。对此,清远市市场监督管理局发布情况通报称,视频反映情况属实,公安部门已对相关人员依法采取措施。同时,对涉事麻竹笋流向进行紧急追溯。

——据澎湃新闻

锐评:从“甲醛白菜”到“硫磺熏笋”,精准的民间爆料暴露出了日常监督的滞后。但民间监督只是补充,不能顶在食品安全第一线。监管要主动靠前,把隐患排查在曝光之前,牢牢守住群众舌尖安全。

“不要回答,不要回答,不要回答。”当罗永浩一句“难吃”把“野人先生”送上热搜时,先“慌”的不是品牌,而是评论区,呈现的是满屏的《三体》台词。这不是科幻情节,而是一场真实发生在网络上的集体提醒式“拯救”。

——据人民网

锐评:批评可以尖锐,但要慎用流量权力;观感可以主观,但不能裹挟舆论。一个健康的市场环境,消费者的真实判断,不该被任何一个人的超大流量所替代。流量也应回归它应有的位置:是市场完善的建设性力量,而不是轻易压垮品牌的锤子。

前不久,一名为“永和豆浆冲饮旗舰店”的账号发布多条产品推广视频,因画面出现“黑丝”“蕾丝吊带裙”等被指涉嫌擦边。视频中,前15秒是男女同坐沙发,女子进浴室洗澡、换上蕾丝吊带裙与黑色丝袜,直到后半段才生硬切入豆浆产品。网友对此纷纷质疑,“这跟豆浆有什么关系?”直白地戳穿了这场擦边营销的荒诞底色。

——据新京网

锐评:卖豆浆何必靠丝袜?低俗不是营销的密码,品牌几十年攒下的声誉,更经不起几次“擦边”的折腾。无论被授权方还是品牌方都该懂得珍惜。