

以共同体意识书写民族团结时代新篇

●李海珍

这种全方位、多层次的推进机制,既保证了中央民族工作会议精神的贯彻落实,又激发出基层首创精神,使民族团结进步创建工作真正扎根于社会生活的土壤之中。

“编织多彩童真梦,籽籽同心石榴红”。新城区铁路小区社区联合府红幼儿园开展的面部彩绘活动,让我们看到了民族团结从娃娃抓起的生动实践。这场看似简单的艺术活动,背后蕴含着深刻的育人逻辑,不同民族的孩子围坐同一张桌子,任由想象力在颜料中驰骋,他们获得的不仅是审美启蒙,更是平等、尊重、包容的价值熏陶,孩子们脸上绽放的不仅是彩绘图案,更是民族交融的绚烂色彩。这种潜移默化文化浸润,不仅是构筑中华民族共有精神家园的有效途径,也把民族团结的种子播撒在孩子们的心田。

赛区在大黑河两岸书写的“文旅体”融合篇章,展现了民族团结进步事业的新境界。通过统筹场地布局夯实全民健身之基,推动产业融合激发体育

消费潜能,赛区让各族群众在体育活动中增进感情、加深理解。从龙舟赛上的奋楫争先,到健身步道上的团结协作,再到马拉松赛道上的相互鼓励,体育赛事成为连接各民族的情感纽带。更令人欣喜的是,这种深度融合正在催生新的经济业态——沿河商业因赛事焕发生机,印证了“各美其美,美美与共”的发展智慧。

玉泉区打造的“古韵玉泉 石榴花开”文化品牌,为民族团结进步事业注入历史纵深。昭君文化与现代文创设计在这里相遇,烧卖节的烟火气与音乐美食季的青春律动在这里融合,传统文化在创新转化中获得新生,非遗工坊里的马头琴声与剪纸技艺交相辉映,这些承载着民族记忆的文化符号,正在转化为铸牢中华民族共同体意识的精神滋养。

回民区钢铁路街道的民族团结主题活动,则让我们看到了基层社区在促进民族团结中的重要作用。从“银发互助志愿服务队”的成立,到文艺汇演中各族群众的同台演出,再到义诊、义剪、

法律咨询等便民服务,让各族群众在互帮互助中感受到了“中华民族一家亲”。民族团结就是这样体现在日常生活的点点滴滴中,体现在各族群众的相互关爱中。

当前,我国正处在实现中华民族伟大复兴的关键时期,团结奋斗显得尤为重要。呼和浩特市民族团结进步活动月的开展,正是顺应时代要求、回应人民期待的切实举措。这里的每一场活动都将凝聚共识,每一次创新都在探索路径,每一个故事都会书写传奇。通过多层次、全方位、立体化的活动设计,呼和浩特正在将铸牢中华民族共同体意识融入经济社会发展各方面,民族团结已成为每个人的自觉行动,成为日常生活的自然状态。随着民族团结之花在青城大地绚丽绽放,我们有理由相信,呼和浩特这颗北疆明珠必将放射出更加璀璨的光芒,为构筑中华民族共有精神家园贡献更多智慧与力量。

纵深

观察

从体育中挖掘经济增量

●范佳元

清新的公园绿道,晨跑者与骑行者共享盎然生机;火热的体育商圈,球迷们观看比赛,购买纪念品,聚餐畅谈;优美的山野湖畔,帐篷点点,山水之间传来欢声笑语。

这些生动画面,正是当下人民群众火热体育生活的缩影。“十四五”以来,我国体育产业总规模以年均超10%的速度增长,运动健身、观赛参赛、购买装备等融入寻常百姓生活,体育产业成为提升全民健康、驱动经济增长的重要助力。

前不久,国务院常务会议就释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见进行研究,指出“发展体育产业和体育消费是落实扩大内需战略的重要内容”。作为重要的改善型消费,体育消费在促消费、扩内需的重要性日益凸显。挖掘体育需求,发展体育产业,开拓“体育+健康”的消费蓝海,体育将成为推动经济社会持续健康发展的重要力量。

体育产业的勃兴,根植于人民群众对美好生活的向往。现如今,人们的体育运动需求,已从单纯的锻炼身体,演变为探索自然、社交互动、放松身心、消费娱乐等多元形式。随处可见的比赛场景、健身场面,不仅折射人民群众对身心健康和生活品质的追求,也彰显着体育在凝聚人心、繁荣商业上的独特作用。把握好健康消费和体育消费的细分需求,体育产业的发展动能就会源源不断涌现。

体育用品制造业的创新突破,也为体育产业发展注入新动能。海关数据显示,2025年上半年,我国体育用品出口顶住压力,实现出口额149.01亿美元,同比增长1.56%。尤其亮眼的是,以智能科技为标签的健身器材和跑步机成为关键引擎,彰显了产品结构优化与科技赋能的成效。随着先进材料和技术的加速转化应用,我国体育产业还将继续打开更大发展空间。

体育产业的旺盛活力,还来自其强大的“链接”能力。通过嵌入百姓生活,体育与文旅等其他产业的融合,激发了消费新活力。成都环城绿道将智能健身仓、骑行驿站与公园景观串联,成为市民休闲健身的热门去处;上海前滩体育公园巧妙融合攀岩馆、滑板场与露天剧场,形成“运动+休闲+文化”的消费链条。进景区、进街区、进商圈,推动体育与城市各类空间、各消费场景以及数字技术融合,必将将体育流量转变为更大的消费增量。

推动体育产业持续发展,也需要跳出体育一域谋全局。体育设施建设融入城市更新、公园绿地建设和乡村全面振兴之中,有助于盘活存量、优化增量;山水资源富集地区,发展露营、骑行、溯溪、垂钓等户外项目,能让自然资源优势转化为体育消费热点。当“一人参赛,全家旅游;一场赛事,多日消费”的新风尚蔚然成风,体育对交通、住宿、餐饮、文旅等产业的强力牵引,便能愈发显现出来。

从绿意盎然的步道到智能化生产的车间,从人头攒动的赛事现场到风景如画的户外营地,体育产业正以其深厚的群众基础与蓬勃的创新活力,不断开辟新赛道。抓住时代机遇,持续释放消费潜力,体育产业必将为全民健康提供有力支撑,为经济增长锻造强劲引擎。

(据《人民日报》)

适老化改造不能流于表面

●关未

多。不过,对照老人们的实际需求,还是有很多细节不尽如人意——公共设施自助终端操作烦琐;数字化生活不畅快,“长辈模式”有了大字体、大音量,可弹窗推送关不了,版本切换太麻烦;居家产品不安全,适老装修广告吹得花哨,实际仅在马桶、淋浴区加几个扶手,花完钱“该摔还是摔”……

一些适老化改造为何会流于表面?客观来说,老龄化社会不是一天两天形成的,各点位的增设、磨合也必然需要一定过程。当然,更大原因恐怕还在于改造动力不足,出发点有所偏颇。比如,目前App的盈利模式,主要有广

告投放和用户付费两种,“没有广告、禁止弹窗、无诱导式按键”等适老要求与之天然相悖;再如,家居改造确实需求正旺,但低龄老人与“老年人”不同,行动自如的与失能半失能的不同,要定制方案必然涉及更多成本。如果相关企业只想着揽人气、赚快钱,而没有真正代入“银发视角”,最后必然是看上去很美、用起来别扭。

适老化改造“急”在眼前,利在长远。数据显示,目前中国银发经济规模在7万亿元左右,占GDP比重约6%,预计到2035年将达到10%。银发群体有着较强的消费意愿、消费能力,其对衣食住行的需求也朝着多元化发展。从这个角度

来看,将适老化改造改到实处,不仅能提高他们的晚年生活质量,也对拉动经济大有裨益。相关企业既要抢滩这一蓝海,就要先转变观念,设身处地倾听老年人的心声,让硬件和软件更加契合老年人的生活实际,才能让更多人愿意买单。政府部门在提供适老化指引的同时,也不妨进一步明确标准,同时采取政策鼓励,调动起更多社会力量的参与。

从“养老”到“享老”、从保障基本到提升品质,适老化改造考验着公共服务的“绣花功夫”,更折射出一个社会的人文温度。多一些耐心,少一些功利,才能让老年友好型社会建设再向前一步。(据《北京日报》)

社会

眼下,我国正处于人口老龄化快速发展阶段。以北京为例,截至2024年底老年人口达514万,占常住人口的23.5%。随着老年人口不断增多,社会方方面面如何相应进行适老化改造,也成为一项重要民生课题。

近年来,各地都花了很大力气推进养老照护、社区便民、居家助老等相关针对性服务,市场上适老产品也越来越

观点

数字标签让食品安全更透明

●陈城

前不久,国家卫生健康委、国家市场监督管理总局联合发布《关于实施预包装食品数字标签有关事项的公告》。数字标签的应用,标志着我国预包装食品标签管理迈入数字化新阶段。

很多消费者都会遭遇这样的问题:拿着预包装食品查找生产日期,但是翻来覆去找不到;想要研究一下配料表,看看成分,却因为字体过小而看不清……造成上述现象的原因是多种多样的。比如,厂商受限于预包装食品实体标签版面,为了符合法规要求,不得不缩小字体把所有相关信息列上;生产日期喷码设备定位不够精准,导致日期喷码位置比较随意;有些预包装食品厂商想利用实体标签版面较小的现实因素浑水摸鱼,误导消费者。

此次预包装食品数字标签的推出,正是为了解决这一消费者关心的问题。数字标签,能够将预包装食品实体标签上的相关信息通过数字化技术或手段展示,实现食品标签信息“可听、可播、可放大”,解决标签信息“找不到、看不清、读不懂”问题。

可以想见,当数字标签全面铺开,消费者只需使用手机扫描二维码就可获知生产日期信息、配料表信息等。这不仅是一种便利,更是保护消费者权益的有效方式。

目前,已有明确规定,通过预包装食品数字标签展示生产者详细地址的,可在实体标签中简化地址标注,同时还鼓励数字标签二维码与包装上其他二维码整合,实现多码合一。仅这两项简化,就能够有效减少食品厂商包装材料和印刷油墨使用,达到节能减排和减碳增效的效果。

从长远看,全面落实数字标签是大势所趋。数字标签可展示的还包括配料来源、生产工艺、产地信息、食用方法、产品追溯、食品安全与营养等信息。传统实体标签一经印刷便无法修改,数字标签展示内容不得篡改,但可以根据实际情况进行修改或更新,同时确保信息修改过程可追溯。要实现上述目标,就对食品厂商企业自身的数字化能力提出了一定要求。这也将推动所有预包装食品厂商逐步实现数字化管理模式。

食品厂商企业也可以数字标签为契机,推动企业全面数字化转型,在工序数控化、数字化研发设计、物联网区块链保障食品全生命周期质量安全追溯等更深层次的数字技术应用上发力,为食品厂商企业发展提质增效。

从市场角度出发,消费者更乐于见到数字标签的出现,他们希望获得更多、更详尽的与所购买食品相关的信息。某种意义上,谁提供的信息更有助于消费者决策,谁就有可能获得更多市场。而要提升这一方面的竞争力,需要相关厂商在数字化能力升级上下功夫。

(据《光明日报》)

思评

万象



以球为媒促文旅 以赛架桥助发展

●哈丽琴

吸引越来越多人走进球场感受足球魅力。赛事组织方透露,多个场次出现满座盛况,部分区域甚至考虑增设临时座席以满足不断增加的观赛需求。

内蒙古一直是足球的热土。早在2014年9月,内蒙古就被列为全国第一个足球运动改革与发展试点省区。随后,内蒙古建立健全了足球发展体系,出台了《内蒙古自治区足球中长期发展规划(2016—2050年)》,成立了自治区、盟市、旗县三级足球改革发展工作领导小组,为地区足球发展提供了制度及组织保障。在此基础上,内蒙古持续完善场馆设施,推动职业与青训体系并行发展。截至目前,已建成国家北方足球训练基地、内蒙古足球海南训练基地等重要场地,建成各类足球场3539块,极大改善和满足了群众对场地的需求。正是基于这样的步步为营、久久为功,才有了今天“蒙超”的开花结果。

作为自治区重点打造的顶级足球赛事IP,“蒙超”联赛不仅仅局限于竞技层面,更

注重文化的表达和融合。12支球队以盟市命名,打破了职业俱乐部局限,让每支队伍天然携带城市文化基因。从揭幕战中“草原出征仪式”“那达慕足球日”等特色对抗与主题活动,到各主场开赛前祭敖包、跳安代舞等极具特色的开场表演,再到用马头琴演奏迎宾曲、用天空蓝与白云白为球衣配色等赛事细节,绿茵场如同一面多棱镜,让12盟市的非遗技艺、民俗日常在攻防转换间碰撞出文化火花,使“蒙超”每场赛事都成为集中展示北疆文化的大秀场。赛场上针锋相对,赛场下把酒言欢,在一场场球赛交锋里,地域文化特质尽情展现,城市认同感不断被放大,最终汇聚成震撼人心的情感共鸣。

足球是感悟城市的另一种语言,也是撬动消费经济增量的新杠杆。不仅赛场上激情四射、热血沸腾,“蒙超”更点燃了赛场外的烟火气。联赛期间同步举办的美食节、非遗展、演出秀等活动,让赛场成为周末游目的地。随家乡球队征战“蒙超”

成为足球迷们的新潮流,大量观众涌入赛事举办地,既为赛场激烈角逐呐喊,也在热闹街市中寻觅心仪好物,成为拉动经济、促进消费的重要力量。数据显示,前三轮18场比赛的现场观众达154043人次,总经济效益达1965万元。“蒙超”联赛打破了文旅产业的边界,赛事带动餐饮、住宿、零售等多个板块,形成消费链式反应。同时,足球培训、特色文创、体育用品等衍生产业也随之繁荣,共同撬动地方体育经济版图。

从“村超”到“苏超”,再到家门口的“蒙超”,实践证明,赛事成功的秘诀往往在体育之外。更好地满足群众对于文化消费升级的迫切需求,为人们提供更大的情绪价值,赛事就能实现体育惠民、文化润心、经济向好的共赢。“蒙超”的火爆或许仅仅是个开始,我们期待未来足球火种能够以燎原之势,让祖国北疆更加多元、更加精彩地展现在世界面前。

(据《内蒙古日报》)