

今日视点

“七彩云南”惊艳长三角文博会

背景

2019年11月21日至24日,第二届长三角国际文化产业博览会在上海国家会展中心举行。本届文博会由上海、江苏、浙江、安徽党委宣传部主办,集中展示推介长三角文化整体形象。4天时间里,《中共上海市委宣传部 中共云南省委宣传部加强沪滇文化交流合作框架协议》等11个沪滇合作项目现场签署,“大滇西旅游环线规划概念”等13个项目精彩发布,多场非遗展示轮番上演,云南展区成为会场内最热闹的地方。

话题

云南组织了34家优秀的民族民间工艺品企业参展,全方位展示我省独树一帜的“金木土石布”,体现“七彩云南 滇沪协作 文化交流 合作共赢”的主题,旨在加强沪滇文化交流合作,推动云南文化产业利用上海的国际化市场等资源优势走向全国,搭建更多合作平台。

长三角文博会



本报美编张维麟制图

“金木土石布” 折射云南工匠精神

开幕式当天,一场名为“丝路云裳·七彩云南民族赛装文化节”的主题秀绚烂上演,展现了楚雄彝族自治州永仁县直苴彝族小山村的“赛装节”盛况。这一传统被称为“最古老的乡村T台秀”。如今,传统元素与现代时尚碰撞,演绎出全新的赛装文化。彝绣在时装展演中大放异彩,走进北京,走进巴黎,走上了长三角文博会的T台,刮起一股最炫民族风,赢得现场观众热烈的掌声。

在云南450平方米的展区,晶莹剔透的怒江“宝石精灵”、设计独特的元青花手绘陶、象征美好爱情的高原玫瑰“永生花”、细腻如玉的保山永子、美不胜收的彝族刺绣、“南疆瑞兽”系列泥塑陶艺等惊艳登场,观众人潮涌动,啧啧赞叹:“这些工艺品太精美了!”在精品展区,100余件云南省级非物质文化遗产代表性传承人制作的法琅银器、建水紫陶、华宁陶、玉雕作品……其考究的工艺在灯光照

射下更加细致,映射出云南人对工匠精神的执着追求。

10余位非遗传承人围坐在云南展区的鲜花大道周围,在绣布上飞针走线,经过画笔、针线、剪裁加工以后,原本存在于他们脑海中的画面呈现在素净的绣布上,绘成一幅幅精美的作品。非遗传承人的活态展演,尽展云南少数民族风情和云南手艺人的“绝活”。省级非物质文化遗产代表性传承人谭志平用娴熟的手艺,将银丝嵌在银壶上做

出精美的图案,用蓝枪(金属小铲子)把碾细了的釉色填入丝工空隙处,将蓝料点在银壶上……他旁边的成品柜上,展示着已烧制完成的晶莹剔透的法琅银器,极具民族特色,他独家的“点蓝”技艺一亮相就技惊四座。一旁,来自祖传滇绣、纳西族刺绣、文山刺绣、西双版纳傣族传统刺绣、昭通永善苗族蜡染、民族民间图案图腾绘画的非遗传承人代表展示技艺,吸引观众驻足流连,仔细评品。

销售平台火热 精美工艺品卖断货

“完全出乎我的预料,在展会第3天下午,我的货就全部卖空了,我感觉自己货带得太少了!”傣族慢轮制陶传承人依温“自责”道,傣族慢轮制陶入选国家级非物质文化遗产保护名录,文博会上,依温制作的100多件茶具、瓶器、香薰、灯罩、摆件备受欢迎,不仅早早就把总价值4万元的货物卖光,还取得了不少意向性订单。咪依噜彝绣是各大展会上的“老面孔”,创始人罗璐2009年创立品牌以来就立志让商品走出大山。此次,她带来了许多艳丽而精致的彝绣产品,手包、衣服、挂饰全成了“网红款”。罗璐如是说,“销售情况比较乐观,我们学到了

很多知识,将把这些意见带回去,创新开发我们的产品。”更惊喜的是,江苏苏绣设计师皇甫娟娟在上海鹦鹉螺市集的小摊位上相继与云南省参展商咪依噜公司等其他公司达成合作意向,3天内咪依噜就获得几百万元的订单。历久弥新的彝文化,精美绝伦的彝陶成为展会上的一大亮点,众多的观众聚在陆良彝陶展区,聚精会神地听彝陶传承人王江雁讲解励志新时代彝文化精神。彝陶也成功和南京竹斋文化投资集团、安徽博览文化有限公司、上海蒂芙特文化投资集团公司等6家企业签约销售产品订单金额近千万元。

“彩云玉,因玉出云南,且色彩丰富,最多可达七色而得名。”兰若私博物馆创始人兰慧明带着怒江彩云玉首次亮相文博会并介绍说,“我们带着16件玉雕和一些碧玺参展,这些作品从选购原石到邀请雕刻师傅进行创作,前前后后历时8年。”除花鸟鱼虫等传统作品外,在题材上呈现多元化,还加入中国神话故事里的形象,比如九色鹿、中国龙等。8年时间,与兰慧明合作的9个工作室及分布在福州、苏州、广州等地的百余名玉雕师傅,共创作出1009件彩云玉作品。云南展区内摆着一张茶桌,不时有外国朋友前来品茗论道,

云南茶叶也非常受欢迎。澜沧达维斯帕茶业负责人罗强告诉记者:“我们现场销售额在2万元左右,线下订单在50万元左右,可发展合作空间销售额预计可达五六百万元。”另外一家来自普洱困鹿山皇家古茶园的金瓜茶也获得了一些意向性订单,负责人李明泽还玩起了现场直播:“带你了解金瓜茶的前世今生。”采访过程中,许多参展商都向记者表示,他们唯一遗憾的就是商品没带够。文博会是一个火热的销售平台,长三角乃至全国、全世界的买家既买到了正宗的云南货,更通过琳琅满目的商品看到祖国西南的七彩颜色。

沪滇合作扶贫 交流频繁成果显著

一部手机游云南、一部手机云品荟、一部手机办事通,此次,云南重点打造的“三部手机”前两部都来到了文博会现场。一部手机游云南最具科技范儿与前沿气息,无感支付、慢直播、拍照识花等“黑科技”极为吸睛。一部手机云品荟通过“文创+科技+直播”展现沪滇合作扶贫成果。“云品荟”把“云厨房”搬到了现场,荟萃云南顶尖食材,启动“舌尖上的云南”网络直播,推介展示云南原生态健康食材,丰富长三角的“菜篮子”。大滇西旅游环线规划概念首

次对外发布,将这一区域内富集有世界级、国家级非物质文化遗产多达49项的景观进行全面展示,让观众走进雪山草地,漫步苍山洱海,骑行怒江峡谷,俯瞰三江并流,体验温泉热海,享受天然氧吧……这条总里程1600公里的旅游环线必将成为世人心中向往、游客流连忘返、世界独一无二的旅游胜地。此次,由上海市委宣传部主要领导 and 云南省委宣传部主要领导共同参加《加强沪滇文化交流合作框架协议》的签署,将从建立

合作机制、加强媒体合作、促进文化交流、深化产业合作、推进人才培养5个方面加强合作。同时,双方还签署了其他11个文产合作项目协议,促成了一批长三角地区特别是上海与云南文化产业合作项目以及一批沪滇文化帮扶项目的达成。本次签约将促成两地文化资源聚集,借助长三角文化资源平台效应,进一步激发文化产业新动力、新需求,推动上海市与云南省文化产业发展迈上更高台阶。展区内,沪滇扶贫协作帮扶

成果一件件摆出,23年来,上海市委、市政府累计投入帮扶资金近百亿元,帮助云南100余万贫困人口脱贫。扶贫从“输血”向“造血”转变,2019年1至9月,上海市企业累计在滇投资192个项目,实际到位资金443亿元。在上海的帮助下,云南的文化、旅游、消费等领域都有了长足的进步。与此同时,“云品入沪”“云履进沪”的名声已在“上海滩”打响,“上海所需、云南所能”得到了一次又一次印证。

本报记者 李悦春

云岭论坛

每一段路都应留下美的芬芳

2019年11月26日,省委书记陈豪率队到云南省交通投资建设集团有限公司调研时强调,“路到哪里,美丽就要传播到哪里。”云南地处山地高原,交通不便一直是长期以来制约经济社会发展的瓶颈。尽管改革开放以来,我省高速公路的贯通都会串起几个颜值爆棚的景点,例如保腾高速公路修通后,龙江特大桥成为远近闻名的新景观;即将全线贯通的怒江美丽公路连接福贡、丙中洛、六库等原生态城镇;大滇西旅游环线环绕德钦、香格里拉、丽江、大理、保山、瑞丽、腾冲、泸水、贡山,省政府表示要早日将其打造成为世界独一无二的旅游环线……我省处处有人

到哪里,美丽就要传播到哪里。”这既是对今年“美丽公路”建设成绩的肯定,也是对今后工作目标的进一步明确。在新时期,路政建设是实现我省高质量跨越发展目标并巩固发展成果的有力抓手。我省每一条新公路的贯通都会串起几个颜值爆棚的景点,例如保腾高速公路修通后,龙江特大桥成为远近闻名的新景观;即将全线贯通的怒江美丽公路连接福贡、丙中洛、六库等原生态城镇;大滇西旅游环线环绕德钦、香格里拉、丽江、大理、保山、瑞丽、腾冲、泸水、贡山,省政府表示要早日将其打造成为世界独一无二的旅游环线……我省处处有人

文和自然景观,其实不需刻意“打造”,用贴近自然的美丽路线作为“新媒介”,就能将特色风貌、丰富物产、多彩民情有效传播出去。“路到哪里,美丽就要传播到哪里。”这需要我们补齐一些路段基础设施薄弱、安全系数不足的短板。在我省县城高速公路工程建设提速的同时,建好“四好农村路”,疏通高速公路与偏远乡村道路“毛细血管”,尽快让全省所有行政村实现硬化路和通邮政的“两通”目标,将是全省脱贫攻坚工作中一场艰巨的硬仗。在这方面,特别需要省交投集团这样的一些大型国企担当“建设大交通,促进大发展”的使命责任,为形成和完善有效支

撑云南发展、更好服务国家战略的“美丽路网”提供强有力支撑。“路到哪里,美丽就要传播到哪里”还体现了新的政绩观。各地领导干部的眼里,不能只有单调的经济发展数字,还应将所负责领域的工作与美学结合,在目标责任中维护美、塑造美、传播美。不仅交通建设部门要多建具有游览功能的美丽公路,其他领域也要积极产出美丽景观;大楼要尽量建得有观赏价值,小区要打造得有文化气息,江河湖泊要恢复清澈亮丽的容颜,GDP要有绿色生态的含量……全面小康建设中,我们所走的每一段路,都应留下美的芬芳。

教授必教本科生当有硬约束

教育部近日公布《关于一流本科课程建设的实施意见》,《意见》明确,高等学校要严格执行教授为本科生授课制度,连续三年不承担本科课程的教授、副教授,转出教师系列。虽说此前教育部一直要求教授、副教授给本科生上课,但是由于缺乏硬性约束,不少教授、副教授不愿意给本科生上课,或者安排助教、所带博士生、硕士生给本科生上课。这显然不是对本科生负责

任的态度。一些教授、副教授不承担本科课程,是因为兼职太多。对此不必因噎废食,一概否定,毕竟他们在各自研究领域内兼职,也是履行社会责任的一种方式。问题是,教授、副教授毕竟没有三头六臂,他们忙于其他事务,客观上会挤占搞科研、上精台的精力与时间。且不说有的教授、副教授徒有虚名,一门心思钻研创收学问,无暇给本科生授课,就是对研究生也是实行放羊

式管理。有的教授、副教授不悉心指导学生,却把学生当廉价劳动力,自己逍遥自在地在外面兼职、做老板;有的拿了主办方提供的出场费甚至股份,在表达自己的学术观点时,还能站在公众立场上凭良知说话吗?教育部明文规定,高等学校要严格执行教授、副教授为本科生授课制度,这既是对本科课程建设重要性的重要宣示,也是对某些不务正业者的深刻警示。不

过,对于连续三年不教本科生,如果有人刻意曲解政策,三年之内只有一学期或者更短时间带本科生怎么办?教育部和高校当有应对之策。在笔者看来,教授讲授本科课程的频率和教学质量与其职称评定、课题立项可以考虑挂钩。在对教授进行必要约束,让他们切实履行本科教学职责,营造健康的教学氛围等方面,教育部已经给出了明确的答案,接下来就看如何落实了。

叶祝颐

新时代新担当新作为

大家谈

基层减负贵在坚持

朱晓丹

党中央“为基层减负”的决策深得民心,广受基层干部群众欢迎。回望过去一年基层工作的足印,许多干部实实在在从“文山会海”“材料报表”中走了出来,用更多的时间和精力为群众办实事,解决实际问题。

基层工作是脚踏实地干出来的,街头巷尾、田间地头,收种现场、受灾一线……群众在哪里,干部工作就应该跟到哪里;问题在哪里,方案就应该在哪里研究,措施就应该在哪里落实。工作过程过度“留痕”、检查督查泛滥、多头检查考核等形式,曾一度困扰着基层干部想办法、解难题、干事业的热情,有些默默无闻为群众做事的干部还萌生了“干实事是否行不通了”的想法,结果,忙于应付虚浮之事,略微解决一两个问题就忙着花精力耗时间总结,即使群众不满意,只求汇报检查过关就行。

为基层减负,首先要让干部从“文山会海”“材料报表”中走出来,用更多的时间和精力抓落实,减少

过于细碎繁琐的规定和程序。这就要求上级减少对具体工作的过多干预,给基层留出足够的干事创业空间,鼓励基层干部主动作为、积极探索、大胆实践。

减负不是减责,不是摆挑子、甩包袱,千万不能该开的会不开、该发的文件不发、该压的担子不压,造成精神懈怠,事业滑坡。减负的目的是用更加饱满的热情、更加务实的作风投入“战斗”,让基层干部有更多的时间精力,俯下身、静下心,深入到群众中去,走访群众,与群众交心,卸下负担、解开束缚,撸起袖子加油干,让群众的需求成为自己工作的追求,努力做到新时代新担当新作为。

为基层减负,贵在坚持,也难在坚持。基层干部期望,“基层减负”切莫变成“一阵风”。虽然多年的积累不可能一朝一夕改变,但只要坚持不懈、久久为功,舒心、实在干事的路径定会日新月异。

多培养“经霜”干部

王厚明

正值霜降入冬时节,天气转凉,人们会感受到阵阵寒意,但也会对此时的蔬菜多了几分青睐,因为霜打的蔬菜味甜口感好。其实,干部的培养也是如此,有“经霜”的成长经历才会自身受益、群众欢迎。

随着时代进步和经济发展,我们的环境日益改善,生活舒适,工作安稳。尽管如此,挫折坎坷、困境磨难却不会远离缺席。可以看到,有的干部年轻自负,一路春风得意,但一受责难打击就容易一蹶不振;有的干部一遇复杂棘手工作、急难险重任务,就拈轻怕重、推三托四,“低调谦让”唯恐避之不及;还有的干部习惯宅守机关,下基层“墩苗”或挂职蜻蜓点水、浮在表面……如此等等都是不愿、不敢、不能“经霜”的表现,宛如温室的花朵,抗不住半点风雨,也谈不

上能有大作了。“在火辨玉性,经霜识松贞。”作为干事创业的党员干部,是党的事业中坚力量,多一点霜雪的考验,就多一分成熟和勇气、多一分责任和担当,才会绽放“霜叶红于二月花”的精彩。

人在事上练,刀在石上磨。人生中的风霜,意味着逆境、危机、艰难险阻,同时也是成长成才的快速通道,担当作为的必经之路。当前,正值精准扶贫攻坚的关键期、深化改革发展的转型期、锻造治理能力的黄金期,更需要党员干部接地气、挑重担、战风险,努力弥补知识弱项、能力短板、经验盲区,在改革发展的主战场、维护稳定的第一线、服务群众的最前沿勇于“经霜”、砥砺前行,真正将自己锤炼成工作的“多面手”、追梦的“实干家”。

大观微议

当心“说大话”被重罚

苑广阔

近日,重庆市市场监督管理局公布了十大虚假违法广告典型,多个著名品牌位列其中。而某著名法国化妆品品牌因虚构使用商品的效果,声称“无论年龄、无论肌肤状态”,使用他们的产品之后,“8天肌肤犹如新生”,其行为违反了《广告法》相关规定,被重庆市江北区市场监督管理局作出行政处罚,除责令当事人停止违法行为之外,并处罚款20万元。

虽然对于一家国际著名品牌而言,20万元罚款并不是一个多么大的数目,但因为“说大话”而被罚款,对国内的公司企业还是具有很强的警示意义。

所谓虚假广告,就是指广告内容是虚假的或者是容易引人误解的,一指指商品宣传的内容与所提供的商品或者服务的实际质量不

符,二是指可能使宣传对象或受宣传影响的人对商品的真实情况产生错误的联想,从而会影响其购买决策的商品宣传。自从新的《广告法》颁布实施以来,对商家的虚假广告的监管力度越来越严。在这种情况下,一些公司企业仍旧使用虚假广告语,无疑是往枪口上撞,被重罚也不冤枉。记得多年前某个明星因为虚假代言被媒体点名批评以后狡辩说,广告就是要夸张,不夸张就不是广告,这显然是一种谬论。广告可以讲究创意、讲究方式、追求效果,但是却不能随意夸大其词,更不能弄虚作假,否则就成了对消费者的一种误导乃至欺骗。随着《广告法》对夸大其词、弄虚作假式广告的容忍度越来越低,如果一些商家企业还不遵守规矩,那么因为一句话被罚几十万的事情,也许会经常发生。

微看点

网络职业打假别越界

《人民日报》:据报道,网络职业打假已经形成了灰色产业链。职业打假者熟知消费者权益保护法、广告法、电商法等法规,维权效率高,在一定程度上有益于推动消费者维权。不过,历经多年发展,职业打假的负面效应也逐步显现。职业打假的主观出发点是牟利,这就注定了打假方式存在局限性。如今,针对职业打假滥用某些条款索赔的现象,纠偏机制也在逐步形成。对网络职业打假人来说,其获利空间必将受到进一步限制。从近年来的案例来看,职业打假人身份是否受消费者权益保护法的保护、是否可以获得惩罚性赔偿,法院可根据具体情况做出认定。市场经济是法治经济。对职业打假者来说,打假维权也须依法进行,不可抱着侥幸和投机心理。一旦越过边界,任何违法行为都将受到法律惩处。

防止乡村产业同质化

光明网:区域乡村产业的同质化,带来竞争加剧、产能过剩等问题。由于特色挖掘不充分、部分产业准入门槛不高、乡村经济体量有限和人力资源匮乏等因素,当前乡村产业存在单一化、同质化等现象,如多数乡村以农产品加工、观光旅游、草坪种植、花木培育等为主导产业。调研发现,近年来草坪价格的明显下滑,与市场供给的显著增加存在一定联系。乡村主导产业遴选应在更大区域统一规划下,充分发挥各地积极性、创造性,避免产业的同质化、恶性竞争等;此外,增强危机意识抓发展,树立长效的、可持续的“人无我有、人有我优、人优我强”产业升级理念,稳固乡村振兴的产业基础。

本报记者 易晖 整理