

立足全局出实招 凝心聚力促发展



话题

今年，丽江市将重点抓好哪些工作？如何为文旅企业纾困？有没有找工作的便捷途径？5月26日，丽江市委副书记、市长苏永忠率队做客“金色热线”，就群众关心的热点问题进行解答。

多措并举

着力稳增长保民生

去年是“十四五”开局之年，丽江市经济社会发展情况如何？今年，丽江将重点抓好哪些工作？

“2021年，丽江市经济发展实现了‘十四五’开门红。”苏永忠用一组数据介绍了丽江市取得的成绩：全市地区生产总值同比增长8.2%、增速排名全省第五位；第一产业增加值增长8.2%，第二产业增加值增长8.7%，第三产业增加值增长7.8%，固定资产投资增长17.1%，增速排名全省第一位。

对于去年丽江市经济社会发展呈现出的特点，苏永忠作了进一步介绍，一是产业支撑得到持续增强，数字产业规模达112.8亿元，增长60.6%，规模以上工业增加值增长11.2%。二是发展基础得到持续稳固，一批高速公路相继建

成通车，新建改建农村公路441公里，丽江机场三期改扩建、城市综合轨道交通1号线建设加快推进，这些工程的稳步实施，为丽江市经济社会发展起到了支撑和保障作用。三是市场环境得到持续优化，全市市场主体总量达13.36万户，增长12.8%，四是生态环境得到持续改善，泸沽湖、程海、拉市海等湖泊水质稳定达标。市控以上河流水质优良率、市控以上地表水（湖库）优良水体比例持续提高，县级以上集中式饮用水水源地水质全部达标。五是民生保障得到持续加强，城乡常住居民人均可支配收入分别增长9.1%、11.5%，群众获得感、幸福感、安全感不断增强。

“今年，丽江市要统筹抓好经济社会发展、疫情防控 and 安全生产这3件大

事，”苏永忠表示，立足于面临经济下行压力增强的情况，在经济社会发展方面：要把握住国家政策，狠抓项目建设、扩大有效投资，稳增长、稳就业、稳市场主体、保民生。一是抓机遇，党中央、国务院加大了宏观政策调控力度，财政资金政策更加积极，丽江市委要抓住国家积极财政金融政策的“窗口期”，加大重点项目开工建设力度，扩大有效投资，切实稳住经济基本盘。二是抓项目，要抓好74个市级重点项目建设，形成“谋划一批、储备一批、签约一批、开工一批、投产一批”的滚动发展格局。三是抓投资，今年一、二季度全市集中开工重点项目66个，总投资达到800亿元，开工率、入库率、纳统率均居全省前列，要力争固定资产投资增长超过20%，继续保

持强劲势头。四是抓产业，丽江的基本市情主要表现为“三小三大”的特点，即经济小市、旅游大市，地域小市、生态大市，产业小市、资源大市。基于这样的市情，丽江要做特一产、做优二产、做强三产。五是抓纾困，要不折不扣落实好惠企利民、减税降费等助企纾困政策，六是把民生，要做好城镇新增就业、农村劳动力转移就业工作，保障教育、医保、保障性住房等领域中央资金直达，维护好群众的切身利益；在疫情防控方面，丽江市要始终坚持“从严从紧”的疫情防控总基调，坚决守住丽江不发生疫情的底线；在安全生产方面，要牢固树立保安全就是保发展保民生保稳定的理念，以安全的环境保障经济社会发展，以经济发展促进安全生产。

走好走稳“产业强滇”之路 第三届“彩云杯”网评大赛

泡一壶有故事的云茶

高永维

如何实现由“大”到“强”？如何做到行稳致远？有的放矢的政策扶持，绝对是“泡”好云茶的急需之“水”

说起云南，必然要提云茶，云茶是云南重要的符号和标签。提起云南的产业

发展，云茶产业定然绕不过去。对于云南人来说，茶不只是一片茶叶、一种味道，更是生活的滋味，更是无尽的希望。最新数据显示，云南茶叶综合产值已经超过千亿，全省16个州（市）有15个产茶，茶农总数达600多万人，涉茶人口更是突破1100万，一省之内有近四分之一的人口端“茶碗”吃“茶饭”，茶叶对于云南人和云南发展的重要性不言而喻。

云南是名副其实的茶叶大省。2021年，云南茶叶面积、产量均居全国第一，有机认证茶园面积、产品认证数量均居全国第一，综合产值全国排名第二，茶企数量位列全国第三，古茶树数量居世界前列……能够在全国乃至全世界占有一席之地，云茶的不凡“实力”由此可见。

“大”已经是实至名归，“强”上则还有文章可做。如何实现由“大”到“强”？如何做到行稳致远？有的放矢的政策扶持，绝对是“泡”好云茶的急需之“水”。《云南省“绿色食品品牌”重点产业“十四五”发展规划（2021—2025年）》明确提出，“将云南打造成为世界普洱茶之都、全球规模最大的茶树种质资源中心、中国有机茶第一省、民族生态茶旅融合示范区。到2025年，茶产业综合产值达2000亿元”，其中不仅包含着雄心壮志，更配套有一

系列扶持政策，更有着明晰的实现路径，这就是云茶更好的未来。

要实现“茶产业综合产值达2000亿元”的目标，可以从三个方面发力：一是要打造好产品。产品过硬，才能赢得市场，赢得未来。通过标准化、规模化、集约化生产，维护老品牌，培育新品牌，提升云茶的品质。与此同时，围绕“一片叶子”，还可以开发系列产品，既能够延伸产业链，也可以提升附加值。

二是要打造好风景。一片茶园就是一道风景。云南古茶树多、知名茶山多、风景名胜多，看准“茶产业+”发展的前景，做好茶旅融合文章，既让茶园成为景区，也将茶园与景区连点成线，“茶饭”和“旅游饭”一起吃，不仅能够“吃得饱”，而且还会“吃得好”。

三是要讲好茶故事。茶，不只是一种饮品，更是一种文化。对于云南来说，无论是生生不息的古茶树，还是蜿蜒向前的茶马古道，抑或是独特的普洱茶文化，都是云南和茶的故事。讲好云南和茶的故事，开发茶的周边文化产品，既是一条创收的渠道，也有利于提升云茶的知名度和影响力。

一片叶，一杯茶，藏着大千世界，蕴含着无穷宝藏。云茶发展的尽头，不只是到2025年，也不只是“2000亿元”这个具体目标，也将是不断开拓前行，持续富民强省，相信随着各项扶持政策陆续出台，茶农茶企共同发力，一杯有故事的云茶，会让世界唇齿留香。

做好“农文旅”融合这篇大文章

张瑾

乡村“农文旅”融合高地如何建好？不仅仅体现在建的责任，更体现在建的方式方法。什么方式最适当？需要市场和群众当考官

不久前，第二届云南乡村振兴文化旅游节在昆明市市长山麦溪运动公园正式启动。本次文化旅游节以“助力乡村振兴，促进文旅融合”为主题，立足于休闲农业和乡村旅游，面向16个州（市）和昆明周边县区开展丰富多彩的

活动，以推进“农文旅”为当地农民增收致富助力，促进乡村振兴迈出新步伐。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，农村文化与旅游融合，需要通过开展丰富多彩的活动，进而更好带动乡村文旅融合长足发展。云南是文化大省，旅游资源也极为丰富，再加上云南各地在“农文旅”积极探索，通过文化旅游节等多样载体，推动乡村振兴更具优势。因此，建好乡村“农文旅”融合发展高地，不仅关系到文旅事业健康发展，还关系到云南文旅融合是否能赢得未来。

乡村农文旅融合不是简单做加法，需要乡村的行家奋力“划桨”，需要各部门合力推进文旅项目。文旅部门除了要帮助基层策划符合乡村振兴的农文旅项目，更需要实现管理职能向服务职能转变，这样才能当好推进乡村振兴“农文旅”事业发展中出色的“管家”，才能从政策、财政、规划等层面着手融合，为乡村“农文旅”融合高地建设做好规划设计，确保建设稳步向上，项目活动有条不紊，为农民就业增收添路径增财富。

乡村“农文旅”融合高地如何建好？

不仅仅体现在建的责任，更体现在建的方式方法。什么方式最适当？需要市场和群众当考官。在建设过程中，要提前搭建起“农文旅”融合的综合信息平台，除了将文化和旅游的服务整合起来，更要将群众对农文旅融合建设的想法整合起来，尤其对群众在建设过程中提出的一些金点子、好做法，进行综合评估，及时利用，才能有效避免“农文旅”融合建设简单做加法的问题，用科学方法找到最有力的点，一起发力才能为高地建设找到最强支撑。

强强联合才能稳操胜券，优势互补更利于融合出效果。要为“农文旅”融合发展的高地建设找到更多支撑，要积极探索研究“农文旅”融合核心层面的内容，尤其是乡村文化与旅游如何相互渗透的问题。例如昆明周边县区的“农文旅”融合，就是将农耕文化与旅游积极融合，实现“你中有我，我中有你”，以此来提升文化内涵、提升旅游品质。只有将自然风光与人文底蕴结合以后，才能通过立体化、多层次内容更好地满足人们对美好生活的需要。

建设“农文旅”融合发展高地助力乡村振兴，需要对农文旅融合建设进行科学设计，通过正确的方式，提升品质上扎扎实实，才能更好提升云南“农文旅”融合竞争力，助云岭农民添“金”加“银”，推动乡村振兴的力度更强，为新时代云南高质量发展贡献更多“农文旅”力量。

大观微议

中老铁路活力无限

乐志伟

近日，中老铁路出境班列从重庆团结村中心站启运，向老挝万象驶去，这是全国首趟运用“铁路快通”模式出境的陆海新通道中老铁路班列。而在几天前，从贵阳南站都拉营站驶出的中欧班列满载50个标准集装箱，其中的5个货柜橡胶制品是由越南胡志明市经公铁联运乘中老铁路抵达贵阳的，这标志着国际货物“中老铁路+中欧班列”过境模式在贵州落地……诸多“第一次”“首趟”等字眼，折射出中老铁路通车以来，逐步在区域间尤其是国际经贸往来上得到应用，一种以中老铁路为主干道的便捷的国际人流、物流网已经展露雏形。

据悉，截至5月23日，中老铁路旅客发送总量达309万人次；同时，货物发送总量也取得显著成绩，呈现客货运输两旺的态势。中老铁路红火的客流、物流数据充分显示了其活力无限，这一机遇不仅是云南的、国内其他省份的，

下期介绍	上线单位：国家税务总局云南省税务局	云南日报、云南网：	云南日报每周《观点视点》版专题刊载
	上线时间：6月2日 12:00-13:00	http://www.jinbifun.com	云南广播电视台公共频道（YNTV-6）每周
	参与方式：	收听收看：	日22:25《金色热线·追踪》播出
	云南广播电视台：	云南广播电视台新闻频率（FM105.8，AM576）每周四12:00-13:00直播	云南网（www.yunnan.cn）每周四同步开播，往期节目滚动展播。

云岭论坛

国潮常青还当厚植传统文化根基

朱婧

是身着青衫白褂的汉服拍照留念吗？就是将繁体字和龙凤图案设计在商品包装上吗？观点可能千差万别，又或者，我们能从一些被热捧的产品诞生过程中找寻一些答案。

这几年兴起的国货美妆品牌，不仅在品牌定位、设计理念上突出中国传统文化的元素，用国风打动用户，实现国风元素与品牌特质的巧妙融合，有的品牌商还深入挖掘文化价值，将其融入产品设计、生产、营销的全过程，例如某品牌就将张敞画眉的成语故事重新演绎，通过致敬经典的方式，为美妆产品打上了传统文化的记号，让品牌树立起东方佳人的形象，用“文化+品牌建设”

的方式打动了许多年轻消费者。2022年北京冬奥会开幕式创收视率新高，如今回想起来，其中的中国文化和中国元素的展示依旧让人为之振，虎头帽设计、传统纹样的雪花图案、以传统笔墨氤氲山水效果，让中国之美直击人心，又或是“24节气”渐次呈现的节气美，何为文化养眼，又打动人心？因为文化是国潮。

国潮是诗经中的风雅，是青花瓷韵，又或是藏身壁画的未解之谜，存在于山河里，更存在于每个中华儿女心中，国潮的核心意义是文化。当一些流行的文化元素成为文化传播的载体，国潮就不能只是简单照搬历史中的传统

元素，甚至把诗词歌赋、琴棋书画等胡乱组合，印在包装或者设计件文化衫，造个流量，蹭个热点就草草了事，这种不加思考的“信手拈来”略显浅薄。

深挖文化价值，探索融合发展是国潮品牌长远发展的生命力所在。国潮产品厚植于优秀传统文化，也应当有尊重文化的态度，传扬文化的担当。要将传统文化的内涵进行深入理解，把文化内涵展示出来，把文化之美提炼出来，通过再创造，将之融入到产品的研发和设计过程中，做出符合当下价值追求、审美偏好，引领未来发展趋势的产品。唯有与文化深度融合，国潮才能以丰富的意蕴营造共情体验，散发持久魅力。

张玉胜

“双减”之下别丢了传统家访

据报道，市民徐女士的女儿在广州某公立小学读书，谈到家校沟通，她告诉记者：“小学六年，一般都是家长主动找老师沟通，孩子若没什么特殊问题，老师不会专门联系家长，沟通形式最多也就是打电话。六年除了每学期一次的家委会，我们几乎没跟老师面对面交流。”大部分受访家长普遍感觉孩子所在学校的家校联系种类比较单一、频次也较少。

在大多数人的记忆里，入户家访曾是老师教育学生最精准和最有效方式，但随着电话、QQ、微信等现代通信手段的普及，这种家校沟通的传统方式却逐渐式微。众多家长话病联系种类单一、频次少，折射出人们对完善家校沟通机制的诉求，同时也倒逼学校对传统家访方式的反思与强化。

诚然，曾经被视为有针对性地了解

具体学生家庭生活状况有效手段的入户家访，其渐趋式微无不受网络技术发展大环境背景的冲击与影响，而“双减”政策的落地，更似乎为传统家访式微道出一句“减负”理由。比如，生活节奏加快，让家长无暇接待老师来访；学校生源分散，课后服务延时，让老师没时间与精力家访等。这其实存在着对传统家访的轻视与误读。

家访是基础教育中一种常见工作方式，一直为国家教育部门提倡与推广。1963年颁布的《全日制小学暂行规程》，要求学校应该采取家访访问或家长会等方式，与家长取得联系、教好学生，首次从政策层面提出家访；2012年，教育部在全国推广湖北省“课外出访万家”活动，为家访制度提供范本，次年又将建立家访制度纳入校长职责。2017

年，教育部《关于做好2017年中小学暑期有关工作的通知》要求各地全面开展有关工作。

相较于电话沟通和微信留言，入户家访确有“耗时”“费事”之嫌。但其“面对面”和“一对一”的沟通优势也是显而易见的。践行教书育人宗旨，不仅需要老师细心观察学生的在校表现和理解孩子所思所想，还要了解其家庭背景与家教情况，而入户家访便可以让老师拥有身临孩子“成长现场”的直观体验，这是线上家访的“隔空喊话”和家長会上的“集体面谈”所无法企及的。

因人而异、因材施教是教育的基本原则，懂学生方能懂教育，亲其师方能信其道。入户家访可以让教育更具针对性和仪式感，老师放下身段，家长得以尊重，孩子更有被关注、被呵护的亲



本版主编：云南日报理论评论部
邮箱：yihui7777@163.com spyndaily@126.com
更多理论评论文章请扫码