

扶志加扶智,让脱贫群众脚下路更宽

蒋萌

农业农村部近日在江西省赣州市召开巩固拓展脱贫攻坚成果工作推进会。会议指出,脱贫县农村居民人均可支配收入增速连续4年快于全国农村居民收入增速。这源于过去年度以来的接续帮扶,脱贫地区责任、政策、工作落地落实,帮扶产业持续发展壮大,脱贫劳动力务工就业规模稳中有增。

巩固拓展脱贫攻坚成果是全面推进乡村振兴的底线任务。2025年是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接5年过渡期的最后一年。相关地区和部门要毫不松懈抓好巩固拓展脱贫攻坚成果各项工作,提升防止返贫致贫监测帮扶效能,统筹建立农村防止返贫致贫机制和低收入人口、欠发达地区分层分类帮扶制度。在识别方面,要进一步优化监测机制,完善“一键报贫”等线上申报方式,强化部门筛查预警,充分发挥大数据比对和对村基层组织作用,让数据多跑路、干部群众少跑腿。还要重点关注因病、因灾返贫等风险隐患,实现帮扶关口前移。对于有返贫致贫风险的农户,发现一个帮扶一个。做好应扶尽扶,避免返贫发生,动态消除风险。

产业振兴是激发乡村内生发展动力的源泉,更是乡村全面振兴的基础和关键。根据党中央以及国务院的部署要求,要“巩固一批、升级一批、盘活一批、调整一批”,促进帮扶产业高质量发展。要因地制宜选准优化产业方向,引育产业发展人才,提升设施装备条件,打造特色品牌。要用好管好帮扶项目资金,着力加强资产全链条监管,促进资产稳定良性运行。要发挥好东西部协作和中央单位定点帮扶作用,持续推进“万企兴万村”行动,促进脱贫地区产业健康发展,稳定提升脱贫劳动力务工就业质量及增收致富能力。

要过好日子离不开实干,有志者事竟成。帮扶工作还要把扶志与扶智结合起来,激发脱贫群众志气不能空泛,要助力其学技能长本事,“授人以渔”。结合劳务协作、就业帮扶车间等的实际需求,强化就业技能培训,让有关群众掌握一技之长,通过自身努力获得务工就业机会与发展空间。培养“造血”能力,加添信心志气,二者相辅相成,才能使脱贫

群众脚下的路更宽。

发展是巩固拓展脱贫攻坚成果的“金钥匙”。要千方百计让脱贫地区和脱贫群众发展起来,通过发展带动帮扶,以帮扶促进发展。在推进乡村全面振兴中牢牢守住不发生规模性返贫致贫的底线。全社会共同努力,欠发达地区的风貌一定能不断提升改观,脱贫地区群众的生活水平一定能迈上新台阶。



近日,某地“中学开学收取723元作业打印费”的话题引发关注。当地教育体育局发布通报称,情况基本属实,责令该校立即纠正其违规收费行为,给予学校全区通报批评,并依法依规对相关责任人进行严肃处理。

古有洛阳纸贵,今有作业纸贵。本以为此前有学校收取学生“刷题费”已经够不要脸了,谁知“作业打印费”横空出世,让人瞠目结舌。也不得不佩服某些学校的“想象力”,为了收费,竟在学生作业上动脑筋。一句“资料打印费”就动辄数百元,简直比印钱还快。照此类推,以后岂不是试卷要收费、草稿纸也要收费……

另一个耐人寻味的地方是,根据通报,这732元并非网传的“寒假作业打印费”,而是高一年级的第一学期“学习资料印刷费”。可以看出,学校可能已经在努力找补了——这不是一个寒假的作业费,而是整个学期的资料费。说白了,无非是在违规收费这条路上,五十步与一百步的区别罢了。

有人说,涉事学校属于民办性质,收费项目多一些也合理,既然打印费有零有整,好好解释这些费用是怎么算出来的,或许情有可原。可如今一声招呼不打就直接伸手向家长要钱,恐怕再合理的苦衷,也像是敛财的借口。

说到底,校园收费事关家长与学生切身利益,收取每一笔费用,都应该交代得一清二楚、明明白白,更要征得家长的认可与同意。民办学校要营利不假,但收费也应规矩规矩。“天价打印费”看似个案,实则反映出部分教育机构将“营利性”异化为“逐利性”,更将学校异化为“生意场”。这也是校园乱收费现象屡禁不止的主要原因之一。

对此,一方面,要建立常态化、长效化的监督治理机制,确保教育收费规范化、透明化,对违规收费行为“零容忍”。另一方面,要畅通投诉机制,让家长、学生在面对不合理收费时,不必借助外部力量也能快速解决问题,这或许能起到更有力的警示效应。

「作业打印费」寒了家长心

陈文杰

打开“电影+”的更多想象

邱凌



这个春节档,国漫巨制《哪吒之魔童闹海》势如破竹,刷新中国影史票房纪录。从“二刷”到“三刷”,从“小孩必看”到“全民刚需”,哪吒也走出电影院,展现出的不俗“钞”能力,甚至催生出“哪吒经济学”的说法。

目前,接到这波流量的,远不止吃吃喝喝、周边玩具,文旅消费也如踩上“风火轮”。数据显示,电影上映以来,取景地宜宾搜索量环比增长225%,江油搜索量涨幅高达453%。“跟着哪吒去打卡”成为最时髦的旅游单品。在信息过剩而注意力稀缺的时

代,一部好电影究竟能带来什么,“哪吒经济学”给出了答案。

票房作为最直观的数据,以往一直被定义为电影产业的唯一指标。而近年来,从《大鱼海棠》引发衍生周边销售热潮,到《热辣滚烫》带火健身拳击;从《流浪地球2》刷新中国拼装模型预售纪录,到眼下《哪吒之魔童闹海》点燃神话与文旅的跨界联动,越来越多的人意识到,电影产业带来的经济意义,远不止票房那么简单。自诞生之初,电影就带有商品与文化的双重属性,观众对电影的消费过程,本身也是新一轮文化再生产、再消费的起点。通过“电影+”的形式,美食、文创、旅游、非遗相继出圈,反复佐证电影背后强大的溢出效应。有机估算,一张几十元的电影票,将会带动5到10倍的消费甚至更多,声光画影与社会经济间的良性互动可见一斑。

从环球影城、迪士尼等全球知名项目看,将票房转化为主题公园、文旅项目,进一步激活电影的长尾效应,已经是被反复

证明的成熟商业模式。运营成功的关键,都是“得IP者得天下”。以此观之,哪吒根植于古老的中国神话,故事脚本老少皆宜,同样不乏打造大IP的可能性。当然,深度开发IP是一项系统工程,作为这方面的后来者,中国还需要时间积累和沉淀,可正如导演饺子所说,“出来混最重要的是什么?首先是‘出来’。”

面对过去一年影视行业的集体焦虑,曾有电影人发问,“电影过时了吗?”“观众还需要电影吗?”《哪吒之魔童闹海》的成功再次证明,“影视寒冬”是个伪命题,观众从来没有抛弃电影,拒绝的只是粗制滥造、缺乏诚意的俗套之作。“哪吒经济学”则更是说明,文化与经济正在跨界融合,一部优秀文化作品能够拉动产业链上下游,在产业链和价值链的维度上彰显“文化+”的综合效益。我们相信,“史上最春节档”只是一个开始,未来会有更多“哪吒”出世,打开“电影+”的更多想象。

从《哪吒2》看“中国风”的全球表达

李蓉

2025年春节,中国动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下称《哪吒2》)登顶中国影史票房榜,并携“东方魔童”开启全球上映。中国动画以科技为笔,饱蘸五千年文明的浓墨,书写出兼具民族性与世界性的故事。在技术与艺术的珠联璧合中,在文化自信与科技进步的相互激荡中,世界看到了一幅既原汁原味、又好玩好看的中国文化新图景。

目前,《哪吒2》海外上映计划覆盖澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、日本、新加坡等多个国家,8日已在美国洛杉矶的好莱坞TCL中国大剧院举行北美首映礼。北美以及澳大利亚、新西兰等地预售火爆,部分场次一票难求,观众期待已经拉满。“以顶尖动画技术与深刻叙事重新定义了中国电影工业的高度”“重塑全球电影市场格局”,专业人士好评如潮。

《哪吒2》用科技为传统文化插上了腾飞的翅膀,掀起了一场视觉革命。影片将永定土楼、敦煌壁画融入场景设计,让混天绫的飘动轨迹暗合书法笔意——这种“新国风”美学,既非简单复刻传统,亦非一味迎合西方审美,而是以科技为媒介创造的文化“第三空间”。

影片将《山海经》中的神话元素与赛博朋克美学结合,重构了东海龙宫的视觉体系,传统水墨的晕染效果通过自主研发的“动态水墨渲染引擎”融入3D动画,让“蛟龙入海”的传说既保留古典意境,又充满未来感。这种技术突破并非炫技,而是对中国文化基因的深度解码。

《哪吒2》的爆火背后,是中国动画产业链的全面升级。4000人团队耗时五年,以“死磕精神”完成从剧本打磨到特效合成的全流程闭环。影



片所用到的渲染技术、动作捕捉技术也让中国动画完成了从“技术输入”到“标准输出”的转身。技术创新使得《哪吒2》能以日均数亿元的票房横扫市场,更让纽约时报广场的巨屏预告成为中国文化出海的实力宣言。

《哪吒2》以及之前火爆的游戏《黑神话:悟空》都是将中国传统神话故事以全新的叙事方式、国际化的美术风格呈现给观众。通过对经典形象的现代化塑造,使得中国文化受到全球观众和玩家的追捧。路透社称,《哪吒2》的爆火,印证了中国本土IP的强大号召力。人们看到,《哪吒2》和《黑神话:悟空》作为具有国际竞争力的作品,展现了中国文化的独特魅力,它们的成功让更多创作者意识到,中国文化不仅可以满足国内市场需求,还可以被全

球共享。

“哪吒”和“悟空”携手,向世界人民展示了独具魅力的中华文化元素。这类作品所构建的新范式,颠覆了好莱坞的“文化猎奇”逻辑,也鼓励各文化主体重新审视挖掘自身传统,自信地营造百花齐放、文明互鉴的新图景。当“哪吒”脚踏风火轮冲出国门时,他承载的不仅是角色的命运转折,更是一个古老文明在数字时代的新生。从《黑神话:悟空》到《哪吒2》,从虚幻引擎到动态水墨,中国正以“科技+文化”的双螺旋基因,深度参与全球文化格局的重构。这不仅是产业的崛起,更是文明对话的启航——在这里,混天绫舞动的是东方美学的韵律,而风火轮燃烧的是人类对创新的永恒渴望。