

学好这本“最好的教科书”

深评

“对中国共产党人来说，中国革命历史是最好的教科书，常读常新。”习近平总书记给上海市新四军历史研究会百岁老战士们回信时这样写道。

总书记的回信，让去信的老战士们感到亲切和振奋，也感染着无数年轻人。而在建党百年之际，在全党即将开展党史学习教育之际，这封回信，也激励我们不断学习好中国革命历史这本“最好的教科书”，学好党史这门所有共产党员的“必修课”。

从上海树德里、辅德里灯光到井冈山上的飘扬的红旗，从遵义那两层小楼到延安黄土上一孔孔窑洞，从新四军纵横江

淮到东北抗联坚持敌后……回望过去峥嵘岁月，革命先辈为中国革命事业立下不朽功勋，也为我们留下弥足珍贵的精神财富。

“我们永远不能忘记自己是从哪里走来的，永远都要从革命的历史中汲取智慧和力量。”党的十八大以来，无论是“两学一做”学习教育，还是“不忘初心、牢记使命”主题教育，都将学习党史列为必修课与重要一环。广大党员认真学习红色教育，传承红色基因，让初心融入血脉、把使命扛在肩头，提升干事创业的信心与本领。

学习百年党史，我们能感悟初心如磐。从“一大”召开时的50多名党员，到截至2019年底的9191.4万名党员，为什么我们党能从小到大、由弱到强，在艰难困苦中不断从胜利走向胜利，根本原因在于坚守初心使命，牢记“我们党来自于人民，为人民而生，因

人民而兴”，并为之不懈努力奋斗。在精神旗帜的引领下，先辈们凝聚起井冈山精神、延安精神、西柏坡精神、抗美援朝精神、“两弹一星”精神等，刻画出中国共产党人的精神谱系，激励一代又一代中国共产党人联手赓续、砥砺前行。

学习百年党史，我们能重温苦难辉煌。中国共产党从诞生、成长到壮大，伴随着无数党员前赴后继、勇敢斗争、舍生忘死。与此同时，百年党史也是不断探索真理的历史。在艰难探索中，共产党人找到具有中国特色的革命道路和现代化建设道路，带领中国人民站起来、富起来、强起来。通过学习党史，我们既能总结历史经验、把握历史规律，也能在咀嚼苦难中筑牢革命信仰、锻造坚毅品质、补足精神之钙。

学习百年党史，我们能更好继往开来。伴随着革命、建设、改革的历史进程，中国共产党积累了丰富经验。如

今，我国改革开放已进入攻坚期和深水区，在国际形势风云变幻、国内发展爬坡过坎的新时期，党史中蕴含的丰富思想资源、实践智慧，为我们积极妥善应对百年未有之大变局、实现中华民族伟大复兴，提供丰厚养分、增添精神动力。这笔弥足珍贵的历史财富，会帮助我们在未来征途中不畏浮云、不惧风雨、不怕险阻，坚持“咬定青山不放松”，谋得“直挂云帆济沧海”。

述往思来，百年大党温故知新再出发。走得再远，也不能忘记来时的路。在中国共产党百年华诞这一重要历史节点开展党史学习教育，既是在砥砺复兴之志、永葆赤子之心，也是向未来郑重宣告：千秋伟业，百年恰是风华正茂。这个百年大党，将在新的赶考征程中，向人民交出更加优异的答卷。

(洪俊杰,原载《解放日报》)

众说

编者按：河南卫视春晚上的舞蹈节目《唐宫夜宴》近日成功“出圈”，许多网友不吝点赞和转发，在年节期间掀起一波传统文化的传播热潮。该节目何以流行甚至“出圈”？它们为传统文化传承发展提供了哪些路径启示？编者在此选取两篇“众说”，交流探讨该节目爆红现象所展示的传统文

时尚之美让传统文化破壁出圈

河南卫视春晚上的舞蹈节目《唐宫夜宴》视频近日在微博与B站上的播放量已达千万级别，更有网友直呼“太好看”，一时间成为网络热议的焦点话题。

此次，河南卫视将舞蹈《唐宫夜宴》搬上辛丑牛年河南春晚，把国人印象中的传统文化在台上给“舞”活了。该节目力求将盛唐的风采和少女的灵动搬上舞台，再现盛唐时期的大国气象和以“唐三彩”为代表符号的唐韵之美，从而为社会、为大众展示出一幅传统文化与现代科技交相辉映的文化画卷。

当前，以弘扬传统文化为宗旨打造的文艺节目已成为一种时尚，文艺创作者体察当代人，尤其是年轻人的多样化观看体验与审美诉求，以一众优质的传统文艺节目回馈社会与大众。需要指出的是，形式上的新颖、时髦和内容上的传统、厚重向来并不矛盾，信息时代背景下，现代技术与传统文化的融合创新亦在文化多样化的今天，以更理想的荧幕呈现实现了“1+1>2”的综合效应。“中华美学讲求托物言志、寓理于情，讲求言简意赅、凝练节制，讲求形神兼备、意境深远，强调知、情、意、行相统一。我们要坚守中华文化立场、传承中华文化基因，展现中华审美风范。”这是自2014年文艺工作座谈会以来我国文艺创作的大趋势——力求以优秀传统文化为基石，锻造现代文艺的精彩所在。

优秀传统文化本身就给人感动，予人共鸣。中华文化的根脉自古以来熔铸于每一位华夏子孙的血脉之中，让优秀传统文化“活”起来不仅应和了当代国人日益提高的审美需求，更实现了优秀传统文化之花盛开在当代中国文化土壤的高光时刻。尤其在这“提笔忘字”的时代，弘扬优秀传统文化足以让国人在欣赏经典的同时忆起传统之美、拾起传统之味。故而，让优秀传统文化插上现代科技的翅膀，让更多的年轻人“穿越时空”去体验、触碰传统文化的无限魅力，在“在场者”的角色做传统文化与现代科技的加法，促使优秀传统文化在新时代里越发时尚和年轻化，让优秀传统文化在年青一代的内心深处落地生根、枝繁叶茂。

毫无疑问，文艺节目既要接地气，又要“高大上”。接地气、浸透灵魂的优秀传统文化不是靠奇装异服的表面浮华“装”出来的，真正认识自己的民族文化，热爱自己的民族文化，甚至将民族文化借上下五千年的日积月累和现代科技“身临其境”的再现，让浑身充满现代感的当代人，尤其是年轻人有兴趣去点击、去关注、去涵泳。优秀传统文化承载的不仅是历史上的辉煌与风采，更是华夏民族继往开来的底气与毅力。故而，要以时尚感强、年轻人喜闻乐见的方式让优秀传统文化“破壁”，使越来越多的年轻人喜欢传统文化、礼敬传统文化，进而愿意投身到传播传统文化的行列中去。

(张凡,选自《光明日报》)

爆红的《唐宫夜宴》透着浓浓的文化味

最近，舞蹈节目《唐宫夜宴》在网上传疯了。在娱乐多元化的当下，这样一段舞蹈节目何以能赚足眼球？

笔者从头到尾看完了这一舞蹈节目，被其中浓郁的传统韵味深深感染。节目主体是一群参加夜宴的年轻宫女，她们时而嬉笑打闹，时而梳妆打扮，表情娇憨而不失妩媚。而当场景切换至正式的宫廷表演时，宫女们的舞姿瞬间大气恢宏起来。格外吸引人的是，宫女们的形象取自唐俑，从妆容到举动，都有唐俑的风神，让人如同经历了一场“博物馆奇妙夜”。

这段节目从妆容到造型，再到布景，都极为用心，细节处下足了功夫。整个节目转场中，背景张彦远的《簪花仕女图》、王希孟的《千里江山图》等，取古代名画的画意为背景，还穿插着妇好鸮尊、莲鹤方壶、贾湖骨笛等文物。其中的流水等元素，与唐代洛阳的“水之城”特点紧密结合在一起，让人看了很是惊艳。大唐气象氤氲而出。

说起来，近年来想走传统路线的舞蹈节目不少，而真正走红的却并不多，为什么呢？因为很多此类节目，都把精力用在了服饰的富丽堂皇和灯光设施等方面。观众看到的是演员和灯光，美则美矣，但不中不西，造型夸张，纵使把一切都照得明晃晃、亮堂堂，看起来却像是一锅大杂烩。这样的节目，看不到多少文化味儿。给观众带来的也只是肾上腺刺激，而得不到发自内心的认同。这也是此类节目跟《唐宫夜宴》的最大区别。

有些人可能觉得，就算自己用了心，观众也可能看不懂，所以不用太拿观众当回事。事实上，这样的想法是错误的。任何时候，都不要看轻了观众。“群众的眼光是雪亮的”，这句话永远都不过时。

在当下的互联网社会，信息传播极为迅速，民众的审美普遍有所提升。真正用心做出来的精品，根本不用担心得不到认可。就算一时被埋没，也迟早都会发出金子应有的光芒。而那些粗制滥造者，就算一时能赢得掌声喧哗，只要观众缓过神来，立刻就会弃之如敝履。

对于传统文化，需要保持一片敬畏心。这种敬畏心与热爱同样重要。只有敬畏才会放低姿态，潜心研究，虚心学习；也只有敬畏，才不会把传统文化只当成一种“瓷砖”和“化妆品”，表面上贴一贴、抹一抹，就四处跑去圈钱了。同样，各大平台也需要对传统文化有敬畏心，有了敬畏心，才能谨守底线、把牢关口，不把粗制滥造者置于万众瞩目之下，把机会留给真正优秀的作品。在今天，这一点至关重要。

(王学义,选自《青岛日报》)

(请作者和本版编辑联系，以领取稿酬)

建设智慧城市，非打破“数据桎梏”不能成

城市作为现代产业、人才等各种创新要素的聚集地，是经济发展的重要驱动力之一。对照“十四五”规划中坚持创新驱动发展、全面塑造发展新优势的要求，在我国创新发展过程中，智慧城市建设无疑是重要一环。

中国多地均选择在智慧城市上发力，加速建设布局。据统计，中国智慧城市试点项目已超过欧洲、印度和美国之和，全球已启动或在建的智慧城市有1000多个，其中位于中国的就有超过500个。中国智慧城市建设规模在2019年已达1600亿元人民币，仅次于美国。

不过，在此过程中，智慧城市建设的过问题也逐渐暴露出来。近日，有媒体记者在多地采访时发现，部分地方在建设智慧城市中仍存在数据多、欠账多、成困难、平台重复建设等问题，其背后则是数据返还难、共享难、积累难的沉疴。按理说，数据资源是智慧城市建设的重要基础，更是城市得以“智慧”的保障，然而数据共享渠道不畅却成为智慧城市建设的“数据桎梏”。这

一问题有较强的共性，亟待关注。

究竟是什么阻碍了数据共享？当数据被视为重要的生产要素后，我们就需要相应的制度对其进行监管及约束。劳动力要素有劳动法，土地要素有土地管理法，然而，数据要素目前尚无对应的完善法律体系，这就使得地方政府在与企业或其他地方政府合作时，没有相应的规章可循，为了避免由此带来的制度风险，有关部门多选择多一事不如少一事，对数据共享持消极态度。

另一个理解这一问题的关键是平台差异所造成的摩擦成本。虽然对于智慧城市建设，热情普遍高涨，且不容错过，但由于缺乏统一规划，上至各地下至各部门都是各自为政，不同平台的接口不同、口径不同，这也给数据的共享和流通造成了巨大障碍。

如何打破“数据桎梏”，化解数据共享难题？笔者认为，亟须完善相应的数据共享机制。其一，要明确数据共享的相关法律、规章制度，建立数据安全、流通、交易的制度体系，这是包括

智慧城市在内的数字经济发展的基石。只有建立起完善的数据共享制度体系，强化相应的数据流通监管，才能让有关部门与企业在进行数据交换时有章可循，消除可能存在的后顾之忧。同时，建立完善的数据保护体系也能够降低数据泄露的风险，既能提高有关部门拓展合作的积极性，也能更好保护数据隐私的安全。

其二，探索构建一套适应数据要素流通需要的新型产权制度。数据流通不能仅仅依靠部门、企业的自觉，也不能完全指望行政命令，这些都是低效率的行为，说到底还是要充分发挥市场配置资源的作用，才能真正激发数据主体的内在动力。而市场配置资源的基本前提则是明晰产权关系。产权制度是市场经济的基石，只有建立起数据产权制度，才能真正让数据要素具备市场化价值。

当然，数据要素具有一定的特殊性，如强公共性等，是否有可能借鉴土地要素的产权思维，数据所有权归国家或集体所有，进行使用权、收益权等分离，约定

公共使用数据要素的规则等，值得进一步探讨。

其三，尽快推动建立智慧城市建设标准化体系，从平台接口等方面进行统一。在经历了遍地开花的智慧城市建设之后，我们现在需要进行统筹规划，在一些平台接口、数据口径等方面建立全国可通行的标准，降低因此带来的摩擦成本，移除由此给数据共享带来的客观障碍。目前，我国智慧城市建设还缺乏标准化解决方案，建设主体有政府部门，有企业、物业、房地产等不同业务场景。没有标准化解决方案，数据孤岛等问题的出现几乎是一种必然。

按照经济学基本原理，生产要素发挥作用的前提保障就是更自由、更广泛的流通。数据孤岛等“数据桎梏”如果不打破，城市智慧化必然是一道伪命题。由此说，着眼长远，我们已经到了不得不正视并解决这一问题的时候。加速畅通数字资源流转渠道，让智慧城市建设能汲取到源源不断的数据“活水”。

(盘和林,原载《光明日报》)

画话

奇葩生意



据媒体报道，为能成功请假，不少人可谓绞尽脑汁。有需求就有商机，一些网店竟做起售卖“医院输液、抽血”视频的生意，且销量不错。但凡能想到的“头疼脑热”，网上都有相关视频出售。不少人挪用、反对这种突破诚实、守信等道德底线，为人们撒谎火上浇油的生意。换个角度看，这种奇葩生意其实也暴露出一些行业或企业中劳动关系存在的一些不正常现象。一桩奇葩生意，带来的反思不仅是网上究竟该卖什么，还有如何构建和谐劳动关系，如何让类似生意失去市场。

(图/赵春青,文/嘉湖,原载《工人日报》)

限迁“松绑”或重塑二手车市场格局

商务部日前在《商务领域促进汽车消费工作指引和部分地区经验做法的通知》中，就扩大新车消费、发展二手车消费、促进汽车更新消费、培育汽车后市场等方面给出具体建议，提出要全面取消二手车限迁政策。

单独就汽车消费出台促进举措，在一定程度上折射出汽车消费的重要性。我国已经是汽车生产和消费大国，2020年汽车销量蝉联全球第一，同时在全球车市的份额上涨到32%。在我国消费的大盘子里，汽车类消费占整个社会消费品零售总额超过十分之一，占GDP比重超过4%，已成为消费市场的“顶梁柱”。

不过，一些城市此前为缓解交通拥堵、减少污染排放，在汽车购买、二手车流通方面设定了较为严格的限制政策。受限迁规定影响，我国二手车市场的发展速度被明显抑制，2019年我国的新车交易量是美国的1.5倍，但二手车的交易量仅为美国的三分之一。

尽管还没有“放开手脚”，但二手车在我国汽车流通体系中的重要地位已不容忽视。从交易量来看，中国汽车流通协会的数据显示，2020年我国二手车交易量为1434万辆，2000年至2020年的20年间，二手车交易量的复合增长率为22%。与新车销量呈周期波动不同的是，二手车销量始终处于稳步增长的成长期。

从国际上一些国家的二手车市场繁

荣发展情况来看，二手车市场具有长期发展的价值。巨大的汽车保有量为二手车市场的持续发展提供了土壤，而且由于二手车周期性波动较小，毛利率相对较高，在经销商的主力业务中占比也逐年提高。相较而言，我国二手车市场的增长才刚刚开始。随着国内汽车保有量的不断上升，汽车产业从增量市场转变为存量市场，二手车等汽车后市场行业将迎来巨大的发展机遇。

可以说，此次全面取消带有地方保护色彩的二手车限迁政策，将有助于形成全国统一、标准化、高效的二手车市场秩序，有利于全链条发展汽车流通，更好地满足人民群众的汽车消费需求。同时，这也将有望带动汽配、维修、保险等服务业发展，进而推进我国汽车市场不断优化结构、实现高质量发展。

有理由相信，随着二手车限迁政策全面取消，二手车行业格局将迎来新的变化。凭借着可靠的检测和保障服务能力，4S店（汽车经销商）与二手车互联网电商将逐渐在市场中占据更多份额。

随着二手车市场的不断扩张，保护二手车消费者权益的法律法规、二手车认证体系等也将逐步完善，还会出现许多专业服务公司为消费者和经销商提供车况信息担保、保险、评估等服务。可以预见，在巨大的汽车保有量的基础上，我国二手车市场将不断走向成熟完善。

(刘瑾,原载《经济日报》)

不炒“高考状元”还需多方协力

据澎湃新闻报道，日前，教育部印发《关于做好2021年普通高校招生工作的通知》，其中明确要求各地各校坚持正确的教育政绩观，进一步规范高考成绩发布和相关宣传工作，严禁通过任何形式公布、宣传、炒作“高考状元”“高考升学率”“高分考生”等。

近些年，每到高考季，不炒“高考状元”“高考升学率”“高分考生”等，让教育回归理性，几乎成了“标准流程”。

教育部多次印发相关通知，明确提出不宣传炒作所谓“高考状元”等，教

育部负责人也曾就此公开回应和强调。但这些仍然刹不住一些地方的炒作冲动。只不过禁令之下，炒作的形式和渠道都相对隐蔽，不少内容都转到了自媒体等平台上。

一些媒体炒作“高考状元”的动力，很大程度上源于社会的需求——人们愿意甚至迫切追求类似“高含金量”的新闻信息，期待通过对这些信息的了解、对比，掌握优质教育资源的出处、分布等，从而为享受这些优质教育资源提早进行规划和准备。

同时，一些地方政府或教育行政部门，为了凸显教育政绩；一些掌握优质教育资源的学校，为了继续保持优势、吸引优质生源，往往会有意无意配合媒体炒作，有的甚至主动联系媒体，通过付费等形式进行自我宣传和推广。

而一些自媒体也可以通过追逐炒作“高考状元”等收获流量，加之自媒体炒作此类内容的违规成本小，于是便形成了炒作者与放消息者各取所需、各得利益的局面，客观上导致了此类信息屡禁不绝。

因此，要让禁止炒作“高考状元”取得更好的效果，有关方面还有不少工

作要做。比如，要从均衡教育资源、增加优质教育资源入手；要敦促地方教育部门和相关学校转变以升学率、入名校率衡量办学水平的落后观念；要对诸如让“高考状元”骑马游街、大肆宣传等行为及时处理，以儆效尤；对一些自媒体参与炒作的行为切实予以监督和处罚，让变相炒作没市场、没条件、没平台，甚至付出高昂代价。进而言之，整个社会都应强化对“高考状元”的关注，增加对高考的理性认知，还教育一片健康的生态。

(余明辉,原载《工人日报》)