

全力以赴夺取秋粮丰收

朱隽

夺取秋粮丰收，依然有一场硬仗要打，容不得丝毫懈怠。

初秋时节，山河锦绣，大地期待着又一季的丰收。悠悠万事，吃饭为大，粮食安全是“国之大者”。习近平总书记强调：“要未雨绸缪，始终绷紧粮食安全这根弦”“要牢牢守住粮食安全主动权，粮食生产年年要抓紧。”

确保全年粮食产量保持在1.3万亿斤以上，是2022年经济社会发展主要预期目标之一，也是今年“三农”工作的底线任务之一。全年粮食生产，分为夏粮、早稻、秋粮三季。目前看，前两季已经丰收到手。国家统计局公布的数据显示，今年我国夏粮产量2948亿斤，比上年增加28.7亿斤，增长1.0%；早稻总产量562.5亿斤，比2021年增加2.1亿斤，增长0.4%。在全球疫

情扩散蔓延、国际环境复杂严峻的形势下，我国夏粮丰收、早稻稳产，为全年粮食丰收奠定了良好基础，为稳定宏观经济大盘、保持经济运行在合理区间提供了坚实支撑。

再过一段时间，全国秋粮将陆续进入收获期。秋粮产量占全年粮食产量的3/4，是全年粮食生产的大头。稳住秋粮，对于确保全年粮食产量稳定在1.3万亿斤以上意义重大。当前，正值秋熟作物产量形成的关键时期。总体来看，夺取秋粮丰收，既存在有利条件，也面临不少挑战。有利因素在于，今年秋粮播种面积超过13亿亩，比上年有所增加；面积稳了，产量基础就有了。挑战在于，7月下旬以来，南方地区出现1961年以来持续时间最长、影响范围最广、平均强度最大的高温少雨天气，旱情快速发展，农业抗旱减灾形势严峻。前不久，习近平总书记在辽宁考察时强调：“当前，一些地方遇到严重干旱，要切实做好抗旱工作。”

夺取秋粮丰收，依然有一场硬仗要打，容不得丝毫懈怠。

粮食稳产丰产，需要“政策实”“人努力”“天帮忙”。当天公不作美时，唯有更加主动作为，方能迎来丰收。为支持各地做好抗旱救灾、秋粮防灾稳产等工作，财政部紧急通过中央预备费安排农业生产和技术救灾资金100亿元；为精耕搞好科学抗灾保秋粮指导服务，农业农村部包省包片工作组和科技小分队深入一线；立足减损就是增产，受灾地区组织群众开展生产自救，最大限度扩大灌溉面积，保障农作物灌溉用水……当前正值粮食生产关键时期，各地区各部门从来之不易的夏粮丰收中汲取抗灾经验、坚定稳产信心，同时坚持底线思维，扎实落实环环紧扣做好各项防灾减灾工作。努力提高防灾减灾的精准性、有效性、科学性，最大限度降低灾害损失，尽量做到重灾区少减产、轻灾

区能稳产、无灾区多增产，必将助力全年粮食生产保持稳定。

应当看到，我国是世界上自然灾害最为严重的国家之一，今后随着全球气候变化，极端天气可能给我国农业发展和粮食生产带来更加严峻的挑战。近年来，我国农业防灾减灾体系和机制建设取得了明显进展，但短板依然存在。比如，全国有效灌溉面积约占耕地面积的54%，不少农田依然是“望天收”。着眼长远，应从构建农业防灾减灾长效机制、全面提升防灾减灾和粮食综合生产能力等方面着手，深入实施“藏粮于地、藏粮于技”战略，加强高标准农田建设，完善农田水利基础设施，加快培育抗旱性强抗病性好的优良品种等，进一步增强农业和粮食生产应对自然灾害的韧性和适应性。这样，才能真正实现从“看天吃饭”到“知天而作”的转变，让大国粮仓的根基更坚实，把中国人的饭碗牢牢端在自己手中。

激发黑土地保护内生动力

郭珍

8月起，黑土地保护法正式施行，意味着“耕地中的大熊猫”将通过“长牙齿”的硬措施得到更为严密的保护。依法保护黑土地，有利于促进土地资源可持续利用，更好地保障国家粮食安全。这需要调动农业生产经营者的积极性，必须有效激发其保护黑土地的动力。

黑土地保护法明确规定，建立健全政府主导、农业生产经营者实施、社会参与的保护机制。作为黑

土地的直接利用者，农业生产经营者的行为会影响黑土地的数量、质量和生态保护效果。农业生产经营者能否自觉保护黑土地，与其对土地的价值感知密切相关，这包括经济、社会、生态和情感价值等多方面。特别是经济价值，对其感知越明显，保护黑土地的意愿就越强烈。当前，一些经营者保护黑土地动力不足，出现片面追求产量、重利用、轻养护等行为。对此，需要从技术、产业等层面激励并引导农业生产经营者，平衡好黑土地利用的短期效益与长期可持续性。

应提供适应性技术促增产。在实际生产中，农业生产经营者选择耕作

技术时，往往会仔细算经济账。应进一步研发既能降本增产又适合土壤特性的黑土地保护技术，让经营者尝到技术甜头，感知到保护黑土地的经济价值。同时，可通过发放农业收益险、技术补贴等措施减少经营者的使用顾虑；完善黑土地保护技术服务机制，为经营者提供具体服务方案，帮助他们解决使用新技术时可能遇到的难题；提升黑土地保护技术的标准程度，增强技术的可复制性、可推广性。

应提升产业层级保增收。增加农业生产经营者收入，破解“增产不增收”难题，是激发其保护黑土地动力的关键所在。可从延伸产业链、提升价值链、完善创新链三个方面提升产业层级。延伸农业产业链，要提升“粮头食尾”“农头工尾”产业链层级，大力发展农产品精加工、深加工工业，提高农产品附加值，让农业生产经营者享受增值收益。提升价值链，应积极发展绿色农业、有机农业、生态旅游等生态产业链，提升黑土地保护的经济效益。完善创新链，可加快“电子商务+农业营销”“互联网+农业服务”等智慧农业发展，创新黑土地保护的价值实现形式。此外，还应加大对黑

土地保护法、耕地保护知识等的宣传力度，进一步增强农业生产经营者对黑土地保护的意识。

让崇德尚廉蔚然成风

王静磊

习近平总书记在中共中政局第四十次集体学习时强调：“弘扬党的光荣传统和优良作风，开展有针对性的党性教育、警示教育，用廉洁文化滋养身心”。这为加强新时代廉洁文化建设指明了方向，提供了遵循。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视廉洁文化建设，将廉洁文化建设纳入全面从严治党战略布局，思想建党与制度治党同向发力，党员、干部廉洁自律意识明显增

强。当前，反腐败斗争取得压倒性胜利并全面巩固，但我们必须清醒看到，反腐败斗争形势依然严峻复杂。持续加强廉洁文化建设，不断强化党员、干部廉洁价值观，是推进全面从严治党向纵深发展的支撑。

持续强化廉洁文化建设，需要进一步增强针对性、实效性，让廉洁文化融入党员、干部日常工作中。比如，可以将廉洁文化有机嵌入招商引资、政务服务等工作，推动廉洁文化建设常态化、长效化。深入贯彻落实党中央决策部署，把加强廉洁文化建设作为一体推进不敢腐、不能腐、不想腐的基础性工程抓紧抓实抓好，才能更好实现干部清正、政府清廉、政治清

明、社会清朗的目标。

持续强化廉洁文化建设，需要从丰富的文化资源中汲取养分。无论是中华优秀传统文化，还是红色文化、革命传统，都是廉洁文化的源头活水，都可为廉洁文化建设提供滋养。进一步丰富传播载体，挖掘红色故事、传统文化中的廉洁文化元素，用好廉政教育基地、红色教育基地等，打造廉洁文化品牌，有助于推动廉洁教育入脑入心、润物无声。

持续强化廉洁文化建设，还要充分

发挥家风的积极作用。《关于加强新时代廉洁文化建设的意见》明确指出，把家风建设作为领导干部作风建设重要内容。毛泽东同志曾为亲朋立下“三原

则”；周恩来同志用“十条家规”告诫进京做事的亲属“完全做一个普通人”；焦裕禄不让孩子“看白戏”，将票款如数交给戏院……赓续红色家风，把加强党员干部家风建设作为重要切入口，厚植廉洁奉公文化基础，才能在廉洁齐家中守住为政之本。

“公生明，廉生威”。廉洁文化建设是党的自我革命必须长期抓好的重大政治任务，也是一项长期系统工程。夯实清正廉洁思想根基，不仅要注重党内廉洁文化建设，也要注重廉洁文化社会化建设。在社会各领域广泛弘扬廉洁风气，实现廉洁文化建设的广泛覆盖、有效覆盖，就一定能使清风正气充盈，推动崇德尚廉蔚然成风。

共同呵护孩子们的“睛”彩世界

孟哲

眼睛是心灵的窗户。9月是第5个近视防控宣传教育月。宣传教育月临近，各地通过开展线上直播、线下互动等形式多样的科普活动，向学生、家长、学校、社会各界人士传递近视防控知识，有助于进一步巩固综合防控儿童青少年近视工作总体见效、持续向好的基本局面。

今年的近视防控宣传月活动主题为：全社会行动起来，共同呵护好孩子的眼睛，让他们拥有一个光明的未来。宣传教育月活动聚焦儿童青少年近视防控关键领域和重点环节，开

展科学用眼护眼健康宣传教育、加强近视防控培训交流、发挥家庭近视防控关键作用、落实近视防控常态措施等4项内容，不仅能进一步营造近视防控宣传教育氛围，更可以通过宣传教育活动的精准施策发力，让人们参与进来，培育视力健康文化，传播科学用眼的生活及学习方式，真正呵护儿童青少年眼健康。

预防近视，任重道远。加强儿童青少年近视防控是健康中国行动的一项重要任务。数据显示，2020年全国儿童青少年总体近视率为52.7%，较2018年下降0.9个百分点，基本实现了《综合防控儿童青少年近视实施方案》近视率每年下降0.5个百分点的防控目标。在看到成绩的同时，我们更应当看到，新冠肺炎疫情以来，由于居家、网课等学习

与生活方式的变化，儿童青少年电子产品使用时长骤然增加，户外活动时间显著下降，近视率出现较大反弹。这意味着，儿童青少年近视问题依旧严峻，绝不能掉以轻心。

父母是孩子的榜样。家长要尽可能放下手机等电子产品，引导孩子养成良好的用眼习惯，及时纠正孩子不健康的用眼行为。一方面严格控制孩子过早过度使用电子产品，减轻用眼负担，积极参加户外活动。另一方面从孩子3岁起建立屈光发育档案，每年进行两次视力检查，做好孩子近视防控“守门人”。

学校应平衡室内学习和户外运动的时间，有效增加高质量的体育课和运动课，定期改善教学环境设施，落实学习、阅读场所的采光照明要

求，增加绿植等。同时，提高学生用眼健康水平，减轻学生学业负担，减少课堂电子产品使用率，努力实现儿童青少年在校期间，减少新发近视率，减缓近视进展，降低高度近视率。通过家校携手，共同擦亮孩子们“心灵的窗户”。

呵护孩子们的“睛”彩世界，说起来容易做起来难。应当看到，近视防控是一项系统工程，需要全社会齐心协力、持续发力、久久为功。让我们以近视防控宣传教育月为重要契机，改变“重治轻防”的观念，增强全社会爱眼护眼意识，加强近视防控常态措施，只有方方面面共同携手打好护眼“持久战”，才能为儿童青少年拥有一个光明的未来保驾护航。

今年暑假，不少人选择骑自行车出游。在北京、南京、成都等城市，一些热门骑行线路甚至一度出现拥堵现象。骑行热带动了自行车销售，不少中高端品牌的山地车、公路车“一车难求”；今年“618”促销期间，某电商平台自行车零配件的成交额同比增长100%。持续升温的骑行热，给我自行车行业带来了新机遇。

骑行氛围日渐浓厚，背后有多因素在共同支撑。一方面，作为代步工具的自行车本就有庞大的用户群体。数据显示，在北京，自行车年骑行量由2017年的0.5亿次提升至2021年的9.5亿次，骑自行车成为市民“最后一公里”出行的重要方式。另一方面，在新冠肺炎疫情防控常态化背景下，一些线下健身场所受到影响，室外运动健身的需求上涨，而骑行作为门槛较低的运动方式之一，获得了大众的青睐。此外，骑行交通信号灯的建设、道路设施的不断完善以及城乡空气质量的改善，进一步优化了人们的骑行体验，加速了骑行运动的普及。

我国是自行车生产消费大国，国内中高端自行车品牌借助骑行热赢得更多市场份额。据中国自行车协会统计，去年我国自行车产量7639.7万辆，出口6923.2万辆，其中有着高附加值的竞赛型自行车、山地自行车增长明显。不过，不少中高端自行车的核心部件仍主要依赖进口，相关产能依然不足。与生产、销售方面的优势相比，我国自行车行业在碳纤维材料、变速器等方面的研究开发还存在一定的短板。加大研发力度、提升核心技术，打破进口零配件的垄断局面，才能为国产自行车开拓更为广阔的发展空间。

如今，自行车早已不只是单一的代步工具，骑自行车还被当作一种运动健身、健康生活的方式，其休闲与社交属性也得到进一步彰显。拥有相同运动爱好的人，既可以相约骑行锻炼，也能交流骑行服、水壶支架、头盔等配件设备的使用心得。一些商家看准骑行的溢出效应，打造与之相关的个性化装备、文创产品、餐饮娱乐以及城市周边游等更为丰富的消费场景。不少城市适时推出骑行精品线路，如成都的11条推荐线路中既有5公里的新手体验线路，也包含适合骑行高手的50公里、100公里线路，能够满足不同的健身需求。事实证明，骑行热不仅是自行车行业发展的契机，也能为激活周边消费、引领健康生活方式提供助力。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，建设自行车道、步行道等慢行网络，建设低碳城市。据测算，100万人口规模的城市普及自行车出行每年可减少7600吨碳排放量。我们相信，随着自行车专用道、停放网络等基础设施建设的不断完善和企业品牌价值、竞争力的不断提升，自行车将为人们出行带来更为安全、舒适的体验，也将为推动城乡建设绿色发展、助力实现“双碳”目标贡献更大的力量。

网络视听节目创作展现积极作为

武楠

网络视听节目作品，通过跨屏联动展现社会生活的方方面面，牢牢抓住海量互联网用户，展现出强劲的创新创作活力，影响了当代中国的社会文化。

近年来，网络视听节目坚持以社会主义核心价值观为引领，秉持以人民为中心的创作导向，深刻把握多屏传播生态，涌现出了一大批接地气、有特色、高水准的精品力作。大量主题丰富、形式新颖、垂直细分的网络视听节目作品，通过跨屏联动展现社会生活的方方面面，牢牢抓住海量互联网用户，展现出强劲的创新创作活力，影响了当代中国的社会文化，满足了人民群众日益增长的文化需求，成为促进精神生活共同富裕的重要途径。

这十年，网络视听节目创作通过价值引领、培根铸魂，在更好服务党和国家大局、实现高质量发展方面展现积极作为。比如，围绕改革开放40周年、建党百年、抗击疫情期间，一批紧扣重大主题主线的优秀作品，并借助社交媒体网络成功开展立体交互式传播，获得了广泛认可和欢迎。《江河情缘》等一批走出国门、“火遍全球”的网络视听节目，以多姿多彩的影像和生动丰富的画面语言讲述中国故事，不仅弘扬了中国精神，还向国际社会传递了中国的文化理念和价值观念。

这十年，网络视听节目形态日益数字化智能化，通过技术赋能、创新发展，以数字化为底层逻辑的众多技术创新影响了内容的制作、传播、呈现等各个领域。人工智能、虚拟现实、参与式创作、游戏式体

验等新的生产传播方式不断进入创作视野，网络视听产品的在场感、互动化、沉浸式等特征更加凸显，视觉呈现效果更加逼真自然，产品黏性更加持久。此外，主流媒体聚焦青年群体对新技术的使用规律和习惯，积极开展互动式内容创作与社交传播，引发情感共鸣，实现价值共享，一批充满正能量的“网络爆款”产品让主流价值得到了高效传播。

这十年，网络视听节目创作生产机制更加完善，通过流程优化、平台再造、专业媒体、行业机构、商业平台和个体用户等生产主体广泛融合、持续发力。主流媒体主动适应新的技术潮流与传播语境，完成了数字化转型，相继推出各类微视频工作室和融合创新机构，凸显比较优势。在政策激励与市场配置的双轮驱动下，主流影视剧和时代报告剧取得了新的突破与成功，主流媒体和商业平台积极联动，推动了传统文化题材综艺节目创新与流行。《觉醒年代》《国家宝藏》等一批现象级作品成为内容生产供给侧结构性改革的创新成果。

当前，文化数字化的加快发展为网络视听节目创造了难得的机遇。顺应高质量发展的新趋势，满足人民日益多元、多层次的精神文化需求，网络视听节目行业必须始终以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障，完善内容产出机制，聚焦主题主线、抓好源头原创，为不断壮大网上主流思想舆论阵地、发展积极健康的网络文化、构建网络空间命运共同体贡献力量。