

能人返乡大有可为

构建数字乡村发展体系，是实现乡村振兴战略的关键途径、推进农民增产增收的有效载体。在此过程中，需重视对村民数字能力的培育，弥合城乡居民之间的数字差距。

加

张
玉
付金正

谁来建设乡村？近日，农业农村部等九部门印发的《“我的家乡建设”活动实施方案》提出，组织农民在乡建设、倡导大学生到乡建设、动员能人回乡建设、吸引农民工返乡建设、引导企业家入乡建设。文件明确，鼓励引导退休干部、退休教师、退休医生、退休技术人员、退役军人等回乡定居，引发社会关注。

随着青壮年劳动力外出务工，“谁来种地、怎么种地”成为农业领域的难题。与之类似，随着高素质人才离村进城，“谁来建设村庄、怎么建设村庄”也成为农村领域的难题。乡村发展要有资金、技术、管理、服务，这些都离不开人才。然而，由于城市的虹吸效应和乡村的相对弱势，农村长期缺人、缺活力。农民是乡村建设的主体，但单靠留守农民，已经无法适应乡村高质量发展的要求，必须加入新鲜血液。

现在的城里人，往上数三代，大多来自农村。桑梓情深，只要有机会，很多人都想回乡待一待。其中不少人既有经济实力，也有开阔视野，还有专业知识或实践经验。对他们来说，选择回乡入乡，既有事业发展和价值实现的现实考虑，也有反哺乡里、回报

乡村发展要有资金、技术、管理、服务，这些都离不开人才。要以乡情乡愁为纽带，以在村农民和在外老乡为主体，让更多在村能人想干事、能干事、真干事、干成事，让更多在外能人想回来、回得来、留得住、干得好。

家乡的情感寄托。可见，乡情牌、乡愁牌打好了，渠道疏通了，积极性调动起来了，待一待就会变为待得住，对乡村振兴将发挥大作用。

这些能人，有城市退休人员、企业家，也有大学毕业生、农民工，出身、能力、阅历、理念虽各有差异，但并不妨碍“聚天下英才而用之”。他们将是农村的新细胞，带来乡村新业态。伴随农村社会从封闭走向开放，越来越呈现半熟人社会的特征。顺应这种趋势建设乡村，就要以乡情乡愁为纽带，以在村农民和在外老乡为主体，让更多在村能人想干事、能干事、真干事、干成事，让更多在外能人想回来、回得来、留得住、干得好。

吸引能人回乡入乡，要稳定预期。各地要明确政策措施和服务事项，实行清单引

导，让建设家乡的各方人士稳得住、有期待、有保障。要畅通回引渠道，强化政策引导，营造共同规划家乡、建设家乡、服务家乡的氛围。公共财政应进一步支持农村养老、托育、医疗等公共服务，持续改善村容村貌，优化农村营商环境，把回乡路上的路障挪开，让企业家愿意回乡投资、让农民工有条件就地就业、让大学生有动力回乡创业、让退休人员有机会发挥余热。

用好回乡入乡能人，要互利共赢。农村的资源天然属于农民。各类主体回乡入乡必不可少要与农民打交道。传统乡村崇德向善，现代乡村也要见贤思齐。此处之“贤”包括能力和品行，这也是可衡量的。标准就是，能不能在产业发展上与农民互利共赢、共同发展，在公益事业上重义轻利、舍利取

义，通过投工投劳、志愿服务、投资兴业、捐赠认建等适宜自身的方式参与乡村建设，给乡村发展带来宝贵增量，给农民增收带来新空间。

要注意的是，无论何人返乡何时回乡，都要遵守底线、不逾红线。依据法律法规，宅基地属于农民集体所有，城市居民不得在农村购买宅基地。因此，符合条件的城市人员可以继续承租农民房屋，但不能买卖或继承宅基地。政策允许城里人通过租赁、入股等方式到农村发展乡村旅游、康养服务等，但绝不是让城里人到农村买宅基地，甚至建别墅大院、盖私人会馆。当然，如有发展民宿产业等需要，可以租赁农民房屋或与村民合作建房等。同理，在流转承包地方面，要警惕在企业家携资本入乡过程中出现的“圈地”现象和耕地“非农化”问题。



张 玉

释放文旅消费新空间

洞见

今年以来，我国文旅消费需求加速释放，部分业态恢复至2019年同期水平甚至更高。文化和旅游部发布的数据显示，上半年，国内旅游总人次达23.84亿，同比增长63.9%；国内旅游收入达2.3万亿元，同比增长95.9%，两个指标均恢复到2019年同期水平的80%左右。文旅消费成为我国新的消费增长点 and 动力源，对促进经济复苏、提振发展信心等具有较大综合效益，有利于增强消费对经济发展的基础性作用。

去年12月份，中共中央、国务院印发了《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，提出扩大文化和旅游消费。今年3月起，文化和旅游部以“促进文旅消费 共享美好生活”为主题，组织开展2023年文化和旅游消费促进活动。7月底，国家发展改革委制定出台《关于恢复和扩大消费的措施》，提出打造消费新场景，丰富消费体验，打造沉浸式演艺新空间，建设新型文旅消费集聚区，形成促进消费的一揽子政策体系。新场景具有强加成和互动性特征，在文化和旅游消费中尤为

重要。一般而言，新场景是指在消费过程中，消费者在特定场所和消费场景发生互动的一系列行为，是业态、产品、服务和环境要素等的立体化集成。随着5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能、元宇宙等前沿技术深度应用，文化和旅游消费场景持续革新。从表现形式看，既涵盖景区、度假区、街区、社区、商圈、园区、集聚区、楼宇建筑以及城市、乡村等物理空间的消费整体场景打造，也包括演艺、夜游、展览展示、主题娱乐、文创购物等特定活动的单体或复合场景打造，呈现出主题化、沉浸式和体验感等特征，体现科技、美学和文化价值，突出产品元素和服务要素集约互动，满足消费者个性化、多样化需求，具有较强的综合

带动效应。随着沉浸式、互动式、体验式、定制化、个性化、智能化、数字化、线上线下融合等新模式，teamLab 无界美术馆等新场景产品火出圈，“国潮”、ACG（动画、漫画、游戏）和文学类IP与旅游场景融合，成为流量新入口，衍生新的产业链条和商业模式，推动了文化和旅游产业转型及消费升级。

场景和消费互相促进。一方面，文化和旅游场景带动消费升级；另一方面，消费升级又加速文化和旅游场景的迭代，成为当前文化和旅游融合发展的一大趋势。但是，从全国范围看，能够叫得响的文化和旅游消费新场景还比较少，各地在新场景的培育打造过程中，也面临一些问题和挑战。一是有些场景内容体验不佳，展览展示粗糙陈旧，产品同质化现象仍普遍存在。二是有些场景对文化内涵的挖掘不足，科技表现手段浮夸，线上线下消费体验浮于表面。三是多数新场景小而散，场景产品之间缺乏互动关联，爆款场景未能形成对城市发展的综合拉动效应。四是促进新场景发展的配套政策还不完善，经典案例推广力度还有待加强。

文化和旅游消费新场景的核心要义在于文化IP要与旅游要素结合，回归历史和生活，通过科技等手段见人、见物、见往事、见未来。发挥文化和旅游消费新场景的乘数效应，一是应以文化和旅游融合发展为主基调，推动文博、演艺、非遗、体育等文旅新业态赋能新场景，提炼推广文旅融合等新模式。二是坚持线上与线下相结合，以数字化赋能新场景，持续推出情景化创意、高科技呈现和沉浸式体验产品。三是统筹盘活优质资源和要素，加快推动文化和旅游消费新场景布局，积极创造爆点效应和综合带动效应。四是聚焦人才、科技、金融、财税等领域，完善支持培育发展文化和旅游消费新场景的政策举措。



徐 骏作(新华社发)

印花税减半活跃资本市场

8月27日，财政部、国家税务总局发布公告称，为活跃资本市场、提振投资者信心，自2023年8月28日起，证券交易印花税实施减半征收。这充分体现了中央对活跃资本市场的坚定态度和呵护股市的信心与决心，释放了重大积极的政策信号。证券交易印花税是A股投资者交易成本的主要构成部分。从市场影响来看，历次证券交易印花税率的下调，都对资本市场形成了很好的提振效果。据统计，目前我国股市个人投资者已经超过2.2亿人，在全市场投资者中的占比达到99.76%，降低证券交易印花税率有利于使减税让利政策惠及广大小微投资者。

(时 锋)

本版编辑 原 洋 来稿邮箱 mzjgc@163.com

邮储银行天津分行 金融活水精准滴灌

在距离天津市140多公里的蓟州区马伸桥镇邦博家庭农场的冷棚里，颜色各异的蓝莓像一个个“小灯笼”挂在树上。马伸桥镇是“蓝莓小镇”，目前，全镇种植面积达5000余亩，年产蓝莓300万斤，产值可达3亿元，小小的蓝莓成为当地农民的“致富果”。

在马伸桥镇，蓝莓种植家庭农场成为小农户与现代农业发展有机衔接的主要桥梁与纽带。通过“家庭农场+公司”“家庭农场+合作社+龙头企业”等模式，延长了产业链，保障了供应链，完善了利益链。每年第一批蓝莓从3月上市持续到7月底，正是强化管理的重要时期，农资供应到位、务工人员到位都是种植户迫切需要的。今年年初，邮储银行蓟州区支行针对马伸桥镇的产业特点推出了“蓝莓贷”，专门对蓝莓产业进行扶持。马伸桥镇一位蓝莓种植户说，“有了邮储银行‘蓝莓贷’，让我们农户从之前的不敢种到现在敢开种”。

金融支持蓝莓产业发展只是邮储银行天津分行助力乡村振兴的一个缩影。近年来，天津分行立足产业特色，大力扶持涉农特色产业，量身开发了“民宿贷”“肉牛养殖贷”“水稻贷”等特色产业贷款，依据区域特色，精准扶持地方特色产业。截至今年5月底，天津分行涉农贷款余额超100亿元。邮储银行把支持新型农业经营主体作为服务乡村振兴、服务“三农”的切入点，加强特色产业的支持力度，特色产业兴村的发展，打通金融服务最后一公里，助力广大农户奔向富裕。

(数据来源：邮储银行天津分行) ·广告

贵州省赤水市 乡村振兴服务站落地见效

在贵州省遵义市赤水市元厚镇桂园村乡村振兴服务站，货架上已经放满了蜂蜜、苕丝糖、晒醋等农家特色产品，乡村振兴服务站已初具雏形，开始发挥助力作用。

“今年是旺季，桂圆大丰收，品质也不错，愁的是没销路。来到乡村振兴服务站寻求帮助，服务站积极帮助我们对接商户，今年的桂圆再也不愁卖了。”桂园村致富带头人曾先生说道。

元厚镇桂园村是当地有名的水果产业大村。近年来，通过“支部+基地+农户”的组织方式，依托致富带头人、“土专家”，带动全村200余户参与桂圆种植产业，逐步引导全村4000余亩桂圆实施提质增效建设，改良品质提升桂圆产量产值，年盛产桂圆30万斤至50万斤，打造“元厚桂圆”品牌。桂园村发挥乡村振兴服务站作用，通过“站统服务，以站带货”的方式靠前服务，“线上+线下”结合销售农特产品，带动桂园村水果产业快速发展。预计综合经济效益超600万元，为村集体经济插上腾飞的翅膀。

赤水市元厚镇将围绕全面推进乡村振兴，拓展乡村振兴服务站经营服务范围，让乡村振兴服务站充分发挥自身职能，成为助力乡村振兴发展的“助推器”。

(数据来源：中共赤水市元厚镇委员会) ·广告

贵州省遵义市汇川区 绘就社区治理幸福底色

在贵州省遵义市汇川区高桥街道高桥社区添阳小区，花圃里鲜花盛开，小区环境干净整洁，居民们有说有笑地讨论着小区如今的样貌。

添阳小区廉租区于2003年修建，共居住227户396人，属于典型的老旧小区。自开展“红色美丽楼栋”创建工作以来，高桥社区结合街道“五基”培元工程和“三民驿站·首驿先锋”创建，按照“共驻共建单位赞助一点、上级部门补助一点、居民群众自筹一点”的模式积极筹措资金，不仅完善小区基础设施，改善人居环境，提升小区居民的文明素质，还推动社区红色自治小组的成立，由自治小组召开居民群众大会商议建立健全小区管理机制。通过共建共治，小区逐步实现从物业脱管不管到居民自治共治转变。

社区在“三民驿站”设置图书阅览室、运动锻炼区，还将辖区在职党员、网格员、志愿者等新业态新就业群体吸纳为“首驿先锋”，把“网格红色驿站”打造成为解决群众困难、丰富群众生活的便民服务站，让“三民驿站”成为居民放心、安心的港湾。

高桥街道将持续通过党建引领基层治理，秉持创建为民、开放、包容、共赢的社区理念，践行“一线工作法”，让服务阵地在一、力量下沉在一、作用发挥在一。

(数据来源：贵州省遵义市汇川区高桥街道党工委) ·广告

山东聊城高新区 打造青春健康教育平台

山东省聊城市卫生健康委员会高新区管理办公室持续巩固和发展青春健康工作阵地，力求建立全方位、满足需求、适宜、可及的健康教育模式，为青少年提供健康服务，从而促进他们身心健康。结合工作实际，积极对接上级部门，申报的“美美与共，向阳而生”项目通过层层严格审核和筛选，入选中国计划生育协会2023年度青春健康高校项目。

近年来，聊城高新区积极打造青春健康工作新阵地，建立高校青春健康教育平台。通过健康教育讲座、健康教育主题活动、线上健康知识答题等形式，向青少年普及青春健康知识。组织“以梦为马 面向未来”等青春健康教育进校园活动，开展“我的十年规划”等活动，激发青少年树立人生理想。通过各项管理和培训活动的开展，持续强化青春健康教育师资队伍，力求打造一支专业能力强、组织能力硬的宣讲队伍。采取将专家“请进来”，青春健康讲师“走出去”的方式，多方协力共同培养一批优秀讲师，努力实现青春健康教育专业化、体系化、社会化发展，推动全区青春健康教育高质量发展。

(数据来源：聊城市卫健委高新区管理办公室) ·广告