



“村字号”激发乡村新活力

——盘锦“村BA”映照乡村振兴新图景

■ 张力山

初秋的盘锦，晚风习习，平安镇平安村的篮球场上人声鼎沸、热闹非凡……随着终场哨声划破夜空，“东润杯”2025“村BA”球王争霸赛辽宁赛区总决赛在此落下帷幕。十支参赛队伍历经十余天激烈比拼，最终决出赛区冠军，也赢得了通往全国总决赛的宝贵资格。这不仅仅是一场乡村篮球赛事的收官，更是辽宁盘锦乡土蓬勃生机与新时代农民昂扬风貌的生动写照。

乡土狂欢：人人都可参与的“我们的比赛”

盘锦的“村BA”，从骨子里透着一股“咱自家事”的亲切劲儿，从田间地头走来的农民、返乡创业的青年、乡镇企业的职工，只要热爱篮球，都能组队上场。赛场边，乡亲们自带小板凳，或寻个墙头、或爬上农机、或干脆站着，里三层外三层将场地图得水泄不通。每一次突破上篮、精准三分，都能引发现场热烈呐喊；每一次运球失误、投篮不中，也会伴随着善意的鼓励。这里的篮球，质朴纯粹，回归了运动最本真的快乐——竞技、交流、友谊。

没有完善的基础设施建设、便捷的交通条件和充足的后勤保障，如此规模的民间赛事难以想象。这份纯粹的热闹，并非凭空而来，离不开盘锦市多年来深耕乡村沃土所打下的坚

实基础。

近年来，盘锦市将体育设施建设作为惠及广大农民的重要民生工程，在全市乡村新建、改造篮球场近300个，并培育了近3000名社会体育指导员深入基层。在当地，“周有活动、月有赛事、季有品牌”的群众体育格局蔚然成形，篮球运动在盘锦乡村根植了深厚的土壤和广泛的群众基础。

根基厚植：强农富农沃土孕育“活力之花”

“村BA”的火爆，是盘锦乡村振兴宏大乐章中一个跃动的音符。它的成功，得益于盘锦在农村产业结构升级、美丽乡村建设等方面取得的突破性进展。乡村的“里子”实了，“面子”靓了，农民的“心气”才更足，对精神文明生活的追求才更迫切。数据显示，2025年前三季度，盘锦农村居民人均可支配收入已达21545元，总量与增速均位居辽宁省第二。鼓起来的“钱袋子”，不仅改善了百姓生活质量，也为乡亲们享受文化生活、参与体育消费提供了底气。

值得一提的是，盘锦在推广“村BA”赛事上，展现了前瞻性与实干精神。它并非简单复制，而是巧妙引入“村BA”这一全国性IP，结合本地实际，构建四级赛事体系，将群众体育与乡村振兴战略深度融合。体育，在这里不再是孤立的项目，而是驱动乡村发展的新引擎。

动能澎湃：“赛事搭台”唱响乡村发展“大戏”

“村BA”的价值，远不止于赛场内的激情与欢乐。它更是一个强大的磁场，吸附资源、激发活力，产生实实在在的经济与社会效益。总决赛期间，平安村及周边的农家乐、民宿一房难求，大米、河蟹等本地特色农产品销量攀升，餐饮、零售等行业收入显著增长。这正是“赛事搭台、经济唱戏”的生动写照，体育流量有效转化成消费增量，为乡村产业发展注入了新动能。

盘锦的“村BA”如同一股清泉，流入乡村日常，将每一场比赛化为乡亲们不约而同的节日。傍晚时分，村民呼朋引伴涌入球场，赛场内外呐喊与欢笑汇成幸福海洋。一张张洋溢着热情的脸庞，生动诠释了体育如何提升生活幸福感，也折射出农民对美好生活的向往——超越物质满足，走向健康、社交与自我实现的精神追求。体育赛事不仅填补了农村文化服务供给，更塑造着积极向上的乡村新风尚。正如老球迷所言，“这是全村人的乐子，心齐了，劲儿就足了。”篮球于此成为凝聚情感、促进治理的纽带，展现出体育赋能乡村振兴的深层精神力量。

盘锦“村BA”不仅是当地体育事业蓬勃发展的缩影，更是东北地区乡村全面振兴的生动写照。这场属于农民的“村字号”盛宴，正以最质朴也最有力的方式，展现着乡土中国的无限活力，鸣奏着新时代乡村振兴的强劲脉搏。

蝴蝶兰盛开 俏迎春

日前，河北省张家口经济开发区流平寺村蝴蝶兰基地的智能化温室大棚内暖意融融，五星上将、红豆、大辣椒等30多个品种的6万余株蝴蝶兰竞相开放，芳香四溢。工作人员近期精心整理、定型组盆、外运销售蝴蝶兰，以满足春节市场需求。图为工人正在管护蝴蝶兰。

中新社供图



踏浪追潮千帆竞 田横祭海展新篇 ——青岛即墨大力弘扬民俗文化助力乡村文化建设

■ 王春华 孙小斐

清晨五点，田横岛省级旅游度假区的海岸线已被朝霞染成金红，数百艘渔船整齐排列，桅杆上的彩旗猎猎作响，盛装打扮的渔民们抬着精心准备的猪羊、大鱼、美酒和五谷，缓缓走向海边，一年一度的“田横祭海节”，在这片古老而又充满活力的海岸线上拉开序幕……每年3—4月，在山东省青岛市即墨区田横岛省级旅游度假区附近举行的传统祭海活动——田横祭海节，距今已有500余年的历史，是我国北方地区最大的祭海节庆之一。多年来，田横祭海节不断升级，每年吸引大量周边百姓及中外游客，从“村头自娱”发展为胶东地区乃至全国闻名的文化品牌，折射出新时代农村文化建设的深层变革。

传承千年渔火，共襄文化盛宴

2004年，即墨区成立了节庆筹备委员会，由政府干部、文化学者和渔民代表共同组成。他们深入挖掘祭海文化内涵，整理完整的祭海仪式流程、渔歌号子等相关传说，并编撰成册。在政府引导下，各村成立渔民文化协会，负责祭海仪式的具体执行和文化创新。值得一提的是，村民实现了角色转变，从“参与者”转变为“主导者”。

2008年，田横祭海被列入省级非物质文化遗产名录，随着国家《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》出台，获得了政策

和资金的双重支持。

田横祭海的变迁，是当地乡村文化振兴的缩影之一。如今祭海活动联动周边村庄共同参与，即墨区海洋产业规模不断壮大，2024年即墨区渔业产值达75.1万亿元。文化盛宴背后，是国家强农政策的坚实支撑，是惠农举措的温暖滋养，也是富农蓝图的具体展现。它们不仅丰富了群众的精神世界，形成多点联动的渔家生态文化，更重塑了乡村的价值认同，为乡村振兴注入了源头活水。

做大文旅流量，拉升发展增量

即墨区以传统祭海民俗为依托，采取“民办主体、政府引导”的方式，拓展节会时间、地域及衍生产业链，创新节庆模式，丰富田横祭海节内涵，因村制宜开展“田横祭海”系列节庆活动，成功打造了凸显地方特色、独树一帜的兼具经济和社会效益的祭海盛会。

依托田横岛度假区山、海、林、滩、湾等自然资源，即墨区融合生态采摘、农渔家宴和乡村民宿，培育了10个乡村旅游示范点及三大渔家风情主题酒店集群，组建“田横旅游发展联盟”，打造“醉美田乡鲜美田横”品牌。

同时，政府引入专业的旅游公司，开发出“祭海文化体验游”线路，游客不仅可以观看祭海仪式，还能同时体验织渔网、学渔歌、住渔家等特色项目。

为加大宣传力度，当地借助第三方平台，深化线上营销、线下体验，推动“旅游+电商+节

庆+共享”模式进入快车道，培育文化旅游新业态。数据显示，全区每年吸引游客15万余人次，直接拉动消费交易额达500万元。

惠泽渔乡生态，环保富海利民

落日熔金，潮音如乐，海风轻拂。小海湾北岸，昔日浑浊的浅滩经过多年系统治理，I类海水水质区域持续扩大，蜕变为青岛东岸的“最美青春海湾”，每年暑期吸引众多游客前来赶海避暑。

在政府的指导下，当地渔民们学会了科学养殖、生态捕捞，近海渔业资源逐渐恢复。在环保型渔具的大力推广和使用下，对海洋生态的破坏大幅减少。非法养殖设施被集中清理，海水水质逐渐变清，生物多样性稳步提升。

周边地区对传统渔港进行了扩建和升级，增加了深水泊位和现代化装卸设备，提升了渔货吞吐效率和船舶停靠安全性。全球首艘10万吨级智慧渔业养殖工船“国信1号”投入运营，深海网箱大黄鱼等高端产品畅销国内外，“即墨海参”“神汤沟牡蛎”荣获国家地理标志商标……“生态名片”逐步释放经济效益，利海又利民。

海风轻拂，涛声阵阵。在这片古老与现代交织的海岸线上，一幅文化繁荣、产业兴旺、生态宜居的乡村振兴画卷，正随着潮起潮落，徐徐展开，生生不息。相信，这场跨越500年的渔家盛典，必将如同那永不停歇的海浪，在新时代阳光的照耀下奔腾向前。

徐州居民消费升级趋势明显

本报讯 近期，国家统计局徐州调查队在全市范围内开展了覆盖城乡地区不同性别、年龄、收入、教育程度和职业背景居民的快速调研，深入了解江苏省徐州市居民消费特征。调研结果显示，徐州居民消费正处在结构升级、方式转变的关键时期，呈现消费动机迭代、理性消费崛起、服务消费扩容、消费方式焕新等特征。

——消费品质显著提升，发展型消费占比高。从消费结构看，居民对生活品质有了更高的追求，消费需求层次正从“基本生存型”向“发展享受型”转变，教育、健康、文旅等服务性消费成为新增长点。在教育消费方面，55.1%的受访者表示2025年在“学习教育”方面消费支出较高，位列所有消费类别第一；33.2%的受访者计划增加教育消费支出。在所有的教育消费中，素质教育（54.8%）和职业技能培训（39.1%）最受青睐。在健康消费方面，42.1%的受访者表示最关注“营养膳食”，20.5%的受访者表示最关注“运动健身”。关于今后的消费安排，分别有45.2%、31.7%和23.4%的受访者表示将把健康消费集中在“运动健身”“高端体检/早筛”和“心理健康服务”上。在文旅消费方面，受“苏超”等活动直接影响，86.5%的受访者表示2025年出游较往年显著增加。在旅游偏好上，44.5%的受访者喜欢“自然风光”，19.2%的受访者喜欢“历史文化”和“乡村体验”。数据显示，2025年前三季度，全市A级旅游景区游客接待量和消费金额分别增长8.7%和11.1%，银联文旅消费增长20.3%。

——理性务实消费理念突出，“质量”成关键考量因素。从消费观念看，居民消费行为呈现“理性化”“务实化”特点，做出消费决策时更加注重“商品质量”。调研显示，在做出旅游消费决策时，60.3%的受访者表示首要考虑“价格因素”，远超过“个人兴趣爱好”（29.9%）的考量；51.7%的受访者表示在够买耐用消费品时最看重“商品质量”，同时看重商品价格的占26.2%。调研发现，“以旧换新”政策契合居民消费需求，取得明显效果。2025年前三季度，徐州全市限上家用电器和音像器材、家具、通讯器材等销售分别增长10.4%、37%和22.2%。在大额消费上，受访者整体趋于谨慎，81.2%表示暂时无

购房或租房计划，55.4%表示暂时无增加大额耐用品消费的计划。

——“小众经济”热点纷呈，服务消费潜力大。从消费领域看，随着服务消费场景的持续更新，居民服务性消费支出实现较快增长。在小众消费方面，29.2%的受访者表示饲养过或正在饲养宠物，消费以购买宠物食品为主；18.6%的受访者表示有过“二次元”消费经历，其中82.3%表示2025年以来该项目消费金额在500元左右。在家政服务消费方面，22.7%的受访者表示使用过家政服务，其中日常清洁是最主要的类型，占比51.5%；60.5%的受访者表示随着人口老龄化加剧和生活节奏加快，专业化的家政服务市场需求将进一步提升。在养老消费方面，65.1%的受访者养老消费偏好倾向于选择“居家养老（由家人照料）”，61.6%的受访者在养老消费项目中更看重“医疗健康服务”。

——数字消费快速普及，传统与现代消费相得益彰。从消费方式看，数字经济、网络经济带动居民消费数字化、智能化，激发了传统消费品牌的市场新活力。在徐州，智慧城市、停车导航、智能导购、无感支付日常可见。在推进商圈智慧智能化建设中，彭城广场商圈获评“全国智慧城市商圈”，苏宁广场、金鹰国际获评全国智慧商店。数据显示，2025年前三季度，徐州市限上单位通过公共网络实现商品零售额增长21.8%（占全市比重18.4%）。调研显示，居民对数字消费接受度较高，超过90%的受访者表示有过网购经历，51.4%的受访者表示几乎每天都会上“点外卖”；35.8%的受访者表示工作日的休闲时间（午休时段或下班后）主要消遣方式是“玩手机”，其中33.4%的受访者表示2025年以来在休闲时间内有过数字文化产品的消费经历。同时，居民传统消费习惯仍部分保留，45.3%的受访者表示节假日间倾向选择“约亲友一起逛街”；在健康领域，超八成居民对“中医调理/传统养生”高度认可；在出行工具方面，56.6%的受访者仍倾向选择“燃油车”。徐州市近年来加大力度扶持“马市街”“两来风”等老字号创新发展，打造更多消费品牌和地标，超70%受访者表示2025年以来本人或带亲戚朋友去过“老字号”消费。

柳震

民生速递

2026年育儿补贴1月5日起已全面开放申领

本报讯 据国家卫生健康委日前披露，2026年育儿补贴1月5日起已全面开放申领，当前育儿补贴信息管理系统正运转有序。此前，育儿补贴信息管理系统于1月1—4日进行了升级和测试。

据介绍，2026年育儿补贴线上申领的最大变化，是在2025年的基础功能上增加续领功能，即2025年已申领过育儿补贴且符合新一年继续申领条件的婴幼儿，其申领人可以进行续领申请。

如果信息没有变化，可直接一键续领操作，简化申领流程。如果信息有变化，则需

2026年人社部门将全力促进高质量充分就业

本报讯 从近期召开的全国人力资源和社会保障工作会议上获悉，2026年，人社部门将加快构建就业友好型发展方式，深入实施稳岗扩容提质专项行动，突出抓好重点群体就业，全面提升就业服务质量，全力促进高质量充分就业。

会议研究部署了2026年重点工作，提出加快健全社会保障体系，进一步扩大社会保险覆盖面，持续深化重点改革，防范和化解基金安全风险，打造更加便捷的经办管理服务，促进制度更加优化更可持续。持续深化人事人才体制机制改革，深入推进专业技术人才队伍建设，优化完善海外引才支持保

障机制，更好促进人力资源优化配置。健全劳动关系协商协调、争议处理、行政指导和监察执法机制，聚焦重点领域、重点群体，完善劳动权益保障制度，规范企业工资收入分配秩序，深化治理欠薪，更好维护劳动者合法权益。

根据会议，人社部门将用情用心用力做好岁末年初各项工作，扎实开展治理欠薪冬季行动，确保各项社保待遇按时足额发放，组织好春风行动、就业援助季等专项活动，加强矛盾纠纷排查和处置，严格落实安全生产责任和管理制度，守住兜牢民生底线。

张晓洁

三部门将支持50个左右城市开展有奖发票试点

本报讯 财政部、商务部、国家税务总局近期对外发布通知称，为进一步激发消费需求、释放消费潜力，三部门将支持50个左右城市开展有奖发票试点工作，政策实施期为6个月。

通知称，试点城市对个人消费者以本人名义向零售、餐饮、住宿、文化艺术、娱乐、旅游、体育、居民服务等行业的经营主体购买商品和服务，且取得的票面金额在一定额度以上的发票组织抽奖。

财政部、商务部、国家税务总局有关负责人介绍，此次出台的有奖发票试点政策着重从需求端发力，鼓励居民消费并取得发票后参与抽奖。试点政策覆盖日常消费主要场

景，如购物、外出就餐、旅游住宿、文体活动、生活服务等，与居民“衣食住行”密切相关。

通知明确，试点城市申报范围为地级以上城市（包括直辖市、计划单列市，各省、自治区省会或首府城市，地级市、州、盟）。中央财政将对试点城市分档安排奖补资金。

三部门有关负责人表示，试点城市将按照通知要求，结合地方实际，制定有奖发票试点工作方案，明确有奖发票范围、参与方式、中奖规则、奖项设置、兑奖方法、违法行为举报等要求，并向社会公布。消费者可关注试点城市公告，根据公布的有奖发票活动具体要求，积极参与。

申铖