

让理论政策从“直播间”流进群众心田

高思杰 鲍蕊

春天的江淮大地生机盎然，遍布全省的“和美乡村直播间”承载理论宣讲、政策解读、收集群众问题、发现化解矛盾、文明倡导文艺下乡文化进村文体乐民、群众增收“六大功能”，把党的创新理论和一项项好政策送到百姓的心坎上，把群众急难愁盼的一件件小事办成贴心暖心的民生实事，为乡村振兴注入数字动能。

打通理论宣讲“最后一公里”，推动党的创新理论“飞入寻常百姓家”，一直以来都是基层理论宣讲面临的重要课题。

“群众在哪儿，我们的领导干部就要到哪儿去”。截至2025年12月，中国网民规模达11.25亿人。面对人人都是麦克风的传播格局，要求我们办好用好和美乡村直播间这个“连接器”“转换器”“扬声器”，从群众视角、群众需求入手，用更接地气、更有生气、更聚人气的宣传宣讲，把政策理论讲成家家户户听得懂的“家常话”“知心话”。

群众对基层组织的认同感往往来自“可见的服务”和“可感的温度”。直播间打破了以往单向、刻板的理论宣讲模式，让基层干部、宣讲员、技术人员能够和群众线上“面对面”交流互动。

这种互动交流把“我说你听”的教育转变成平等亲切的对话，在潜移默化中进一步强化了群众对党的创新理论的政治认同、思想认同和情感认同，赢得了群众的“心有所属”“指尖投票”。

实践中，安徽各地紧密结合资源禀赋和基层实际，积极探索各具特色的直播间建设和运用模式，形成了一批鲜活生动的创新案例。

宿州市灵璧县在主播培养、账号管理、内容生产、运营推广等方面先行先试，积累了可复制、可推广的标准化建设经验，318个村实现直播间建设全覆盖，带动市级建设直播间680个。黄山市歙县打造“理论+生态+直播”品牌，深化“两山”理论宣讲。淮北市濉溪县组建527人的乡村直播人才库并开展系统培训。亳州市利辛县创新“群众点单、干部接单”模式，建

立“诉求收集—梳理分类—闭环解决—反馈回访”工作机制。

“各位老铁，今天咱们不讲大道理，就聊聊村里的路怎么修、田怎么种、矛盾怎么解决。”在阜阳市阜南县田集镇张集村和美乡村直播间，短短90分钟就涌入6万人次，在线峰值超过3000人。

近段时间，阜阳市注重发挥理论宣讲人才多长板优势，接续探索基层理论宣讲新路径，搭建起“三个结合”“三个相融”的工作架构，聚力打造“颖淮有礼”和美乡村直播间，仅直播22场就吸引60多万人次观看点赞，实现理论宣讲与群众需求精准对接、线上空间与现实生活深度融合，打通理论宣讲“最后一公里”，为新时代农村宣传思想工作、新时代网上群众工作探索出一条新路子。

理论与实际结合，让宣讲“不悬浮”。将科学理论的严谨、规范、系统表述转换成生产生活场景的生动、鲜活、新颖表达，用发展故事的获得感及呈现理论引领的落地有声。在“颖淮有礼”和美乡村直播间，宣讲员把理论政策、实用技术带入实际直播场景，寓理于情、寓情于景。直播春季小麦“一喷三防”时，讲“中国人的饭碗要牢牢端在自己手中”；直播乡村文化活动时，讲“乡村全面振兴既要塑形更要铸魂”；直播移风易俗新风时，讲“为爱减负，为幸福加分，让婚姻始于爱，让彩礼归于礼”。

屏内与屏外结合，让距离“不隔阂”。宣讲员走进直播间，让理论“接上地气”；主播走出直播间，走进生产生活一线，让传播“回到现场”。由理论社科专家、各行业领域专业人才、青年宣讲员、直播间主播组成“跨界”宣讲小组，结合直播时群众互动提问，讲理论、送政策、说发展、传新风、答疑惑、解难题，只要群众有需求，直播间就有回应。直播宣讲实现多向奔赴，打破了“台上台下”的物理阻隔，消除了“你说我听”的心理落差，让理论政策从“屏端”“指尖”流进群众心田上。

直播间与一线结合，让内容“不空洞”。让直播间动起来，直播内容跟着最新讲话、最新政策、最新成果走，再适时把直播间从固定场所搬到生产生活前沿一线，展现过程、感受变化，现场点题、直抵人心。把直播间串联起来，

组织直播间联合直播，发挥联动效应，走进村头田头、花园果园、社区景区、车间厨间、河边路边……直播联播好看的、好吃的、好玩的、好用的，顺便还能帮着带个货，推介推销农产品、新产品。

直播间定位与区域特色相融，让宣讲接上“地气”。注重体现地方文化特色和资源禀赋，不搞华丽布景、不设定一背景，地域生产场景、风土人情就是直播的天然“背景板”。比如，颍上县直播间凸显“管子故里”讲好文旅故事，阜南县直播间融入抗击洪水灾害的牺牲奉献精神，颍州区直播间体现一城暖阳的暖城特质，太和县直播间展示科学种田、粮安天下的责任担当……这种就地取材式的“包装”既节约开支，又能留住“乡愁”，格外清新自然。

宣讲人员与主播风格相融，让表达实现“共鸣”。充分尊重主播个性和账号功能，优化宣讲员调度配置，让主播“牵线”风格相近的宣讲员。主播与宣讲员风格适配，主播主导，宣讲员配合，用产业发展讲好“致富经”，用环境整治讲准“门前事”，用医疗养老讲清“兜底账”，用移风易俗讲活“新风尚”，群众愿意听、听得懂、能互动、有反馈。宣讲员与主播相互赋能、同频共振，既借助主播的流量基础拉近群众距离，又依托宣讲员的专业素养夯实内容深度，让理论宣讲“泥土味”“方向感”兼具。

宣讲内容与受众需求相融，让群众成为“主体”。群众“想听的”就是直播间“要讲的”。内容选取注重贴近性，紧扣就业、教育、医疗、养老、建房、发展信息、销售渠道等群众普遍关注的热点问题，群众关心什么就讲什么、想了解什么政策就解读什么。表达方式突出通俗性，学习使用群众语言，用大白话讲出烟火气，讲明白制定政策的目的，讲清楚办事操作流程，讲透初问题难点堵点怎么解决。角色定位上体现群众性，宣讲员要把握基层群众理论学习需求，与主播一起备课，把直播间变成民情民意的“收集站”和政策服务的“供给站”，让群众有感有得，记得住、用得上。

（作者系安徽省中国特色社会主义理论体系研究中心省委讲师团基地特约研究员）

3月底的葡萄牙波尔蒂芒赛道，世界超级摩托车锦标赛(WSBK)赛场，沸腾了！

据央视新闻报道，法国车手驾驶中国摩托车制造商张雪机车的赛车，连夺SSP组别（中量级组别）第一回合与第二回合冠军，实现两连冠。

从湖南怀化的修车铺到世界顶级赛事的领奖台，从满身油污的14岁学徒到国际赛道的“破局者”，张雪用多年热血追梦，让“中国速度”惊艳全球，更书写了中国制造业的逆袭传奇。有网友感慨：《飞驰人生》原来是纪录片，电影照进了现实！

从2013年奔赴重庆造车，到2024年重新开始研发发动机、创立自有品牌张雪机车的赛车，张雪的反复“折腾”，原因就在于一句话——没有自主研发的发动机，永远只能做“组装厂”，永远被国外品牌“卡脖子”。

没日没夜地调试、推翻、重来，无数次失败，无数次从头开始，张雪及其团队终于攻克了长期被国外垄断的技术壁垒，从核心发动机、关键零部件到整车调校，均实现自主国产化。43800元的起售价，相较于同级进口车动辄超10万元的定价，让消费者享受到“赛车级配置平民价”的红利。

问题是，长期以来，大排量摩托车市场被杜卡迪、雅马哈等国外品牌主导，核心技术、赛事话语权牢牢掌握在这些品牌手中。面对它们，中国机车到底行不行？品质够不够硬？一切都要在赛场见真章。

WSBK作为检验量产车极致性能的顶级赛场，其核心规则决定了赛车与民用版的高度同源。据张雪介绍，上赛场的820RR在主要部件发动机、刹车盘、减震、卡钳、轮毂等方面跟量产版相同，只是在排气、水冷、仪表等方面按赛事要求进行改装。

如今，凯旋的张雪机车给出了答案：中国机车，行！张雪机车夺冠，印证了中国制造“技术过硬+性价比突围”的破局路径，更是平凡人追梦与国家产业升级同频共振的热血故事。

张雪的经历，令人动容。是他，背着背包走进修车铺，抱着零件研究到深夜；还是他，冒雨骑行100多公里，只为抓住一次展示车技的机会；也是他，裸辞写下“去追求我的星辰大海”，非要去啃发动机这块“硬骨头”……

张雪的每一步，都踩在不服输与敢较真的节点上。当2025年总台蛇年春晚，张雪机车在重庆分会场驶过千厮门大桥；当2026年WSBK赛道上的国歌奏响，这个农村少年因热爱而执着、因执着而突破的精神，正是“中国速度”最动人的内核。

同时，张雪机车也敏锐抓住了“国潮+性能”的消费趋势，年轻消费者用买单投票，彰显了本土品牌文化价值与产品实力的双重吸引力。这种“赛事破圈+社群传播+技术硬核”的组合拳，为更多本土品牌走向世界提供了可复制的范本。

当然，赛道夺冠只是起点，真正的考验还在后面。李冠红立下，如何保障交付效率与产品品质？如何进一步完善线下服务网络，满足消费者对试驾体验与售后的高要求？如何持续迭代技术，在国际竞争中保持领先优势？这些都是张雪机车需要面对的课题。令人欣喜的是，正如张雪所说，“做一件事不是奔着结果去，而是因为热爱”，这份对技术的敬畏、对产品的坚守，或许就是他们应对挑战的底气。

我们有理由期待，当更多像张雪这样的追梦者涌现，当更多本土品牌敢于啃“硬骨头”、敢于在世界舞台展现自我，中国智造必将在更多领域驶向世界之巅。

从张雪机车夺冠看中国制造突围

黄鹤权



乱象

新华社发 王鹏作

青年说

春风十里，不如江淮遇你

■ 王星

春风有信，吹绿江淮岸；春日有假，唤醒诗和远方。春光正好，来安徽赴一场皖美之约，邂逅春和景明。

春临江淮花草香，山水之间处处涌动盎然生机。徽风皖韵，宛如一盏春茶，甬管是太平猴魁、祁门红茶，抑或是六安瓜片、金龙玉珠，一饮而尽，心旷神怡。春游江淮等你来，游山玩水逛公园。

皖地多名山，古道藏春色。春日里的黄山，正是云与光的季节；奇松倚崖而生，玉兰点缀，怪石各具神态、静守流年；云海翻涌如潮、杜鹃绽放。奇峰竞秀。天柱夜游，松风虫鸣，月光清浅，仿佛一整个春天的温柔都藏于此间。九华山天台春色如锦，天台云海如梦，鸟儿在枝头抖落雨珠，亮眼醒目。走进齐云山，油菜花开成海，粉墙黛瓦之间，时光在此悠然慢淌。

“大千起灭一尘里，未觉杭颖谁雌雄”，颍州西湖漫步或泛舟，顿感“春深雨过西湖好”；八里河畔，拂堤杨柳醉春烟，春意浓、绣满满枝头。春来瀑布响，六安天堂寨飞瀑流泉，烟雨入怀，空气清甜。新安江山水画廊间，一叶扁舟轻摇，两岸粉墙黛瓦，万亩金黄，水天一色，人在舟中坐，宛如画中游。桃花春色暖先开，明媚谁人不看来，一瓣瓣桃花，将桃花潭染成诗里模样，温婉惬意，直抵人心。

被誉为“安徽之窗、省会之心、城市之肺”的骆岗公园，春晚“皖美之瞳”吸引全国目光。逍遥津公园樱溪畔，花瓣随风飘落、随波流转，如诗如画。安庆莲湖公园里，层层叠叠海棠依旧，繁花触手可及。芜湖神山公园郁金香绽放，花海与欢歌相映，热闹非凡。滁州花博园十里杏雪，如梦似幻，与君共绘诗意。

山水疗愈身心，文博浸润灵魂。当博物馆从静态展陈走向沉浸互动，古老文化正在焕新。春游江淮盼您来，在馆游中“阅”千年。

走进安徽博物院，“游春图”里“观”相如生，再现古人游春雅趣。斗草套圈间，尽揽春日风雅。安徽地质博物馆以“地学”为脉，藏天地奇珍，春日探地博，趣味满满。

安徽省科技馆坐拥全国首个以科学史为主题的科学征程展厅、首个量子科技主题的量子探微展厅等，前沿科技目不暇接。安徽创新馆以科技为笔，在充满想象的空间里，为游人送上“未来的信”。安徽名人馆里，一砖一瓦皆是时光回响，历史底蕴和名人风骨，“探春”正当时。

各地之馆也在跨界融合。宿州市博物馆中，隋唐大运河舟

样往来，在数字光影中重现。蚌埠市博物馆以数字互动、VR穿越，让游客与历史深度对话。寿县楚文化博物馆推出古韵簪花等治愈手工体验，借助AR让楚文化“活”起来。

蕴藏皋陶文化的皖西博物馆，精心打造“周末雅趣”，将千年宋锦“贴”进生活。合肥城市记忆馆里，老巷场景、年代公交，一张张老照片，唤醒老城记忆与“庐州月光”。安徽中国黄梅戏博物馆内，可换上戏服，学唱一段“树上的鸟儿成双对”。

馆游之趣，正在从“打卡”走向“对话”，当文物与游人真正相遇，文化的生命力，在春日里悄然唤醒。

“一半烟火一半诗”，是特色古镇街区的生动写照。春游江淮请您来，青石板上“寻”烟火。

古镇焕新，沉浸体验。三河古镇是春晚取景地之一，当桃花伸出屋檐时，邀三五好友，踏三县桥入镇，赏水乡春景。“江南古镇九重九，莫如大通眺儿眼”，大通古镇中洞溪老街醒得最早，白墙灰瓦马头墙，坐在江边，泡壶清茶，看大江东流。

顺江而下，芜湖鸣弦小镇“花”式过春天：风起时花瓣纷飞，情景演绎古装巡游，杂技绝活，古风场景，宛若身临其境。含山县运漕古镇，沉浸式互动演艺圈粉无数，在“卢小招招工”互动场景中，游客从“旁观者”变成“剧中人”，梦回千年水乡。

老街新韵，烟火升腾。亳州北关老街以“新装”激活千年文脉，将静态历史遗产转化为动态文化体验和消费场景。颍上管仲老街，花鼓踩街、花船巡游，春日欢腾，水乡温柔。合肥巽街春意正浓，一朝春深，整顿美食；春色不急不慢，你我不慌不忙，总有一种美好不期而遇；梨花巷深藏闹市，火锅、小吃、甜品店人头攒动，烟火升腾抚人心。

夜幕降临，屯溪老街如一幅流动的清明上河图，刚出炉的烧饼飘香，地道的毛峰清香。不远处的黎阳in巷，老宅与潮店交相辉映，咖啡馆与非遗工坊比邻而居，商业喧嚣中，依然有一份从容。

春游，是生活之美、百姓之乐；一程山水，便是一卷人间雅事。聚焦“春行古道、春日寻芳、春风有信、春享康养、春日雅事”五大板块，安徽文旅推出十余项特色活动，丰富多彩、琳琅满目。

春风十里，不如江淮遇你。从新安江畔到大别山麓，映山红一簇接一簇醒来；北望皖北平原，千亩芍药如绯云漫卷；东探琅琊山间，醉翁亭旁梅花芬芳绽放。

愿每一次相遇都从容美好，每一处风景都历久弥新。万千春色次第舒展，等君来共赏。

大家谈

摒弃『不休假等于敬业奉献』的片面认知

■ 赵志疆

日前，贵州省人社厅等四部门联合印发通知提出，鼓励用人单位于每年第四季度制定下一年度职工休假计划，明确要求摒弃将“不休假”等同于“敬业奉献”的片面认知，切实保障职工休息休假的合法权益。

对于普通劳动者，休假无疑是备受关注的话题之一。我国带薪休假制度已实施近二十年，为何贵州的通知依然迅速引发热议？深究背后缘由，其价值不仅在于明确了“应休尽休、错峰安排”的核心原则，更在于其着重强调“充分依法保障职工休息休假权益”。

“说走就走的旅行”之所以成为无数人心中的向往，关键在于太多人缺少“说休就休的底气”。这种“不能休”的无奈背后，隐藏着一种普遍且隐秘的职场困境——请假羞耻。

请假羞耻并不是因为劳动者“玻璃心”，而是职场状态的现实投射。2008年，职工带薪年休假条例正式施行，其中明确带薪休假是劳动者不可剥夺的法定权利，只要累计工作满1年，便可依法享受相应假期，用人单位不得随意克扣、变相剥夺。

但在现实职场中，想要实现带薪休假并不容易。无奈的背后，是“一个萝卜一个坑”的岗位现状，让人不敢休假，担心自己的缺席会加重同事负担、影响工作推进；“不休假即优秀”的评价导向，让人不愿休假，担心因此影响考核晋升、错失发展机遇；更现实的问题是，维权成本高、举证难度大，让人即便权益受损，也不愿与用人单位闹僵，只能默默妥协退让。

带薪休假制度的落实，从来不是简单的“放假”问题，而是关乎劳动者权益保障、用人单位长远发展与社会整体进步的系统工程。摒弃将不休假等同于“敬业奉献”的片面认知，本质上就是要让“会休息才会工作”的科学理念深入人心，让员工在工作与生活的平衡中，实现个人价值与用人单位发展的双向奔赴。

当然，彻底消除制度关怀与企业文化之间的脱节，仅靠一份通知远远不够，还需要政府、用人单位、劳动者三方协同发力、久久为功。

具体而言，用人单位要主动转变理念，摒弃“唯工时论”“唯加班论”的落后考核导向，将带薪休假落实情况纳入日常管理体系，简化休假审批流程，优化休假安排，让休假不再是劳动者可望不可及的“奢侈品”；监管部门要强化制度刚性约束，让劳动监察真正“长牙带电”，让法定权利不再“纸上谈兵”，真正成为劳动者的“护身符”；对于劳动者来说，要坚定树立“休假是权利，不是过错”的意识，主动维护自己的合法权益。

休息权不是福利，而是底线；敬业不是熬时间，而是求效率。这份通知，是一次及时的观念纠偏，更是一次有力的行动倡议。唯有让制度的刚性与职场的温度相得益彰，才能真正实现“应休尽休”，让带薪休假的明媚阳光照进每一个劳动者的现实生活。