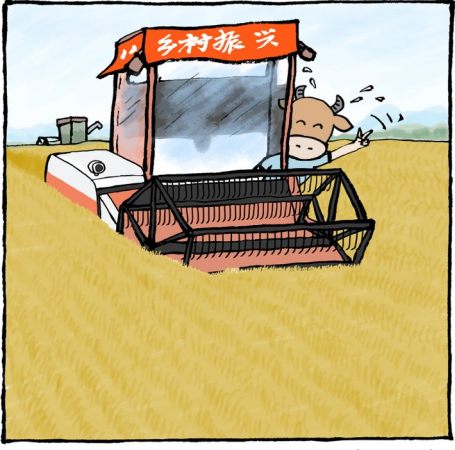
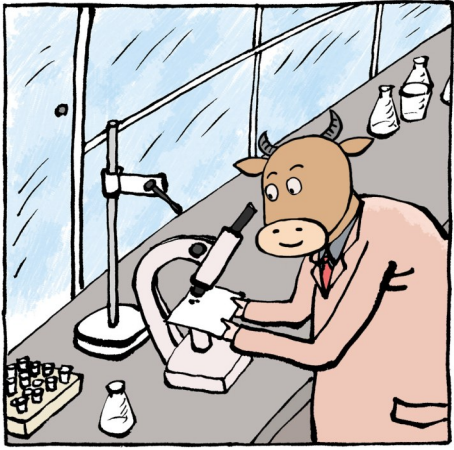


发扬孺子牛拓荒牛老黄牛精神



漫画/王铎

□刘江

“丑时春到户，牛岁福临门”。农历牛年春节一天天临近，年味从街头挂起的一串串红灯笼中蔓延开来。由于疫情原因，许多人选择留在重庆过大年。特别的春节，让人感受到别样的温暖。不论城市还是乡村，忙碌了一整年的人们都在准备着辞旧迎新，分享新春的喜悦。

春节是一个新旧更替的时节，每个人的生命之树又要添上一圈新的年轮。开启新的一年，人们总是满怀憧憬和期待，憧憬诗和远方，期待遇见更好的自己，祈愿来年收获新的精彩。

在中华优秀传统文化的语境里，牛是无私奉献、开拓进取、吃苦耐劳的象征。牛年新春，人们不只期待美好，更期待行动。2021年是中国共产党成立100周年，是“十四五”规划开局之年，也是开启社会主义现代化建设新征程的起步之年。在全国政协新年茶话会上，习近平总书记用三种“牛”的精神，为今年的奋斗状态奠定了基调——“发扬为民服务孺子牛、创新发展拓荒牛、艰苦奋斗老黄牛的精神”。具体到

重庆，前进的征途上，有挑战更有机遇，有压力更有希望。发扬“三牛”精神，以优良作风争创一流业绩，才能开好局、迈好步，谱写重庆高质量发展、高品质生活新篇章。

做孺子牛，就是要永葆为民服务的真情。鲁迅先生说过：“牛吃进去的是草，挤出来的是奶”“俯首甘为孺子牛”。为民服务是现实而具体的。当前，重庆在就业、收入、就学、社保、医保、住房等方面还存在不少短板，群众面临不少实际困难。人民群众对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。只有始终坚持以人民为中心的发展思想，精准对接群众需求，多行便民务实之举，用心用情用力解决好群众的操心事、烦心事、揪心事，人民群众的获得感、幸福感、安全感才会更加充实、更有保障、更可持续。

做拓荒牛，就是要激荡创新发展的豪情。创新发展是构建新发展格局的必然选择，抓住了创新，就抓住了牵引经济社会发展全局的“牛鼻子”。重庆要建设成为具有全国影响力的科技创新中心，就要善用改革办法、树立开放视野，优化创新生态，集合创新资源，全力推

进西部(重庆)科学城建设，加强关键核心技术攻关，强化创新链和产业链对接。在推进科技创新上有新作为新气象，勇闯无人区、敢当探路者，才能破解困扰发展的各类难题，在别人没有走过的路上收获最美风景。

做老黄牛，就是要挥洒艰苦奋斗的汗水。今年的央视网络春晚现场，平均年龄74.5岁的清华大学上海校友会艺术团挽起衣袖，唱起歌曲《少年》，带给观众满满感动。人们感动的地方还在于，他们为祖国建设奉献了宝贵的一生，并因为奉献得到了快乐，生动诠释了“老黄牛精神”。重庆要在融入新发展格局中展现新气象新作为，推动成渝地区双城经济圈建设走深走实，同样离不开数不清的“老黄牛”勤勤恳恳、埋头苦干、负重前行。

新春将至，无限的憧憬和期待在窗棂外向招手，美好的未来正在每个人心中萌动。发扬孺子牛、拓荒牛、老黄牛精神，凝聚“九牛爬坡、个个出力”的奋斗合力，披荆斩棘、开拓创新、坚毅前行，必将干成一番新事业，干出一片新天地，共同创造属于重庆这座城市的美好未来。

红火年货经济彰显重庆消费潜力

□斯传

牛年春节将至，热热闹闹置办年货，是人们追寻年味的重头戏。置办年货，浸润着中国人的特殊情感。年货消费是全年消费的集中爆发，年货经济亦是消费经济的生动写照。

一到过年，许多重庆人都会到批发市场选一遭，年货是过年“买买买”的风向标，会让家里的年味更上一层楼。金海洋市场的对联灯笼、盘溪批发市场的坚果零食、双福水果市场的全球水果……重庆年货市场上，呈现出的不仅有浓浓年味，还有重庆人的购买力。

除了规模越来越大，年货经济每年都有新亮点。在倡导就地过年以及疫情防控的大背景下，线上赶大集成为市民办年货的新方式。

自网上年货节启动以来，多个平台成交火爆，重庆人线上年货购买力，已排进全国前列。消费新业态的成长与新模式的更迭，凸显了不断迸发的创新活力。

线上线下的年货市场，销售一片红火。选择越来越丰富的同时，消费升级趋势也愈发显著。品质取代价格，成为年货消费的首选因素。消费需求日益细分，品质要求日益提升，蕴含着经济增长的新潜力，展现着消费升级的新图景。消费是拉动经济增长的“三驾马车”之首，既是经济循环的终点也是新起点。消费增长激发出澎湃的商业活力，业已成为重庆经济重要拉动力。

重庆正在加快建设国际消费中心城市，到2025年，消费对经济增长的贡献率预计将超过

60%。日前发布的2020年消费数据显示，尽管经历了疫情冲击，但全市社零依旧实现连续9个月正增长，总额达11787.2亿元，在国内城市中仅次于上海、北京，“消费第三城”的地位得以巩固。当下半年货市场的火爆，其实正是重庆消费市场总体形态的集中体现。

多彩的中国年，繁荣的年货经济。年货经济是大众消费能力的集中释放，是商品服务供给水平的集中展现，也是管窥重庆经济的一个窗口。红红火火的年货经济，折射出重庆市场的消费潜力，令人对重庆经济行稳致远信心倍增。顺应消费升级，释放消费潜力，紧扣扩大内需这个战略基点，以消费为引领构建新发展格局，将为重庆经济发展注入强劲动能。

乡愁是故乡与异乡美好的“山海情”

□薛平

英国哲学家休谟这样说：“一切人类努力的伟大目标在于获得幸福。”春节，就是中国人集中展示幸福生活的时光。

因为要完成“回家过年”和“就地过年”的切换，今年春节注定会让故乡和异乡成为无数人思念的两头。

这一次，乡愁成了一张薄薄的核酸检测报告，我们在这头，母亲在那头。这头是奋斗者的小家，那头是有娘在的故乡。

这一次，乡愁成了一场异乡与故乡之间的快递，我们是拼多多等电商平台的网购者，故乡的年轻人是这些平台的新农人。

好不容易又一年，等待的人却没能出现，要想不让明天辜负今天的想念，就只有通过文化和市场两个渠道，为人们心灵输入温润之水。毕竟，春节，也是儿童节，也是父亲节，也是母亲节，也是重阳节。春节，才是中国最大的团圆节。

要熨帖亲人们之间的相思失落，文化当然就是打开心灵的重要密码。

在这样的时间节点，很多人都会念及苏轼说的“此心安处是吾乡”，还有白居易说的“大抵心安即是家”。懂得安放内心，消解乡愁苦闷，需要诗的牵引，也需要有对远方的理解。

正如张文宏所说，就地过年不是理所当然。那些留在异乡的人，也是值得致敬的贡献者。因为疫情防控的时代责任，需要把故乡和异乡连接起来，建成一张全民防护网。

当然，要让人们理解这样的时代责任，也离不开最接地气最有力量的文化表达。最近热播剧《山海情》中，马得福在做整村移民搬迁时，就这样劝慰：“人不是树，人有两头根，一头在老人手中，一头在后人手里，我们后人在哪里，根

就在哪里。”

那么，就地过年，其实也就是在展示，乡愁就在这样的两头根上，都已经扎得很深，都已经枝繁叶茂，都在开出各自美丽的风景。

真正的诗与远方，都离不开现实生活的支撑。因为有了现代商业技术和平台的加持，他乡作故乡，才能让幸福的味道隔着千山万水，也传递得到。

疫情为中国数字经济按下快进键，也在不断弥合城乡数字生活鸿沟。为保障大家把年过好，在这个年关，拼多多“百亿补贴”推出新一轮加码狂补清单，年货节上线带动购物狂欢。平台经济有效推动农产品上行，持续推进城乡消费平权，现在的农村正在经历翻天覆地的变化。三通一达，邮政、顺丰、韵达、极兔等也共同上线“春节不打烊”活动，为消费者提供24小时不间断的物流服务。

志合者，不以山海为远。人心不远，山海有情。这个春节，不论是在异乡过年，还是在故乡守望，我们都是在一起演绎这个时代的“山海情”。

新语新愿

90后新农人何春梅



我的老家江津区石蟆镇享有“橄榄之乡”的美誉，大学毕业我从“龙门”跳回“农门”，主要带领乡亲通过“互联网+”销售橄榄等农副产品。2020年，我们拿起手机，通过网络，销售红糖、花椒、橄榄、柑橘等扶贫农产品500多吨。新的一年，我的愿望是能够解决仓储的问题，帮助更多的农户销售农产品，创造更多的财富。

点评：一大批像何春梅这样善经营、懂技术的新农人，为农村地区带来了超乎想象的变化，也生动说明乡村振兴大有可为。期待更多有热情、有想法的年轻人，到广袤乡村施展拳脚，让我们的家乡望得见未来。

外卖骑手李智韬



外卖配送是一个很平凡的岗位，但在疫情特殊时期，我们又显得那么地重要。通过我们的工作，尽可能减少市民出行，为每一个家庭或者个人带去便利，就像我们的站点文化“一群有情有义的人，一起做着一件有情有意义的事”。希望疫情早点结束，生活回到正常轨道。“只要我们还在跑，这个城市就不会停”，2021一起加油！

点评：正是有了这些城市“摆渡人”的奔忙，让年味和情谊得以及时传递，万家灯火显得更加温暖。牛年春节，将因这些“摆渡人”的坚守而更暖心。

组工干部吴晓晓



过去一年，我们经历了疫情、复工、脱贫、洪水的大战大考，广大党员干部坚持奋战在第一线，交出了满意答卷。新的一年来临，作为一名组工干部，我希望疫情早日结束，让基层党员干部腾出更多精力为群众办实事、解难题。

点评：新年是个特殊的时刻，我们都想以此为契机，寻找一个崭新的开始，汲取前行的力量。组工干部作为管党员的党员，管干部的干部，更要在新的一年里主动提升自己，严格要求自己，担当起自己的使命。

西南大学辅导员蒋朴



2020是不平凡的一年，尤其是青年人展现的责任感和使命感，令人倍感温暖。在西南大学，今年寒假有很多选择不回家过年的学生。而我们需要做的，就是为留校学生生活、学习、科研、文化体育活动等提供有温度的服务，让学生在在校如“在家”。

点评：青年最富有朝气、最富有梦想。每一代青年都有自己的际遇和机缘，都要在自己所处的时代条件下谋划人生、创造历史。2020年，我们见证了无数青年挺身而出，一线抗疫，给人们带去温暖和希望。他们用热血和忠诚、使命和担当诠释了青春力量。