

高质量公共文化服务赋彩新时代美好生活

■新华社记者 周玮

在湖南岳阳的小村庄，“村晚”会场以3D投影技术演绎古老村落的四季流殇；在江苏苏州的乌篷船上，水乡人用清丽婉转的评弹唱响江南新韵；在贵州肇兴侗寨，专业院团与少数民族歌者共同演绎民乐、村歌，民族交融的和声久久回荡……

2025年，高质量公共文化服务以澎湃活力点亮城乡美好生活。

位于上海周家渡渡道的摆渡人书场，采用“小桥流水”的设计理念，不仅保留了传统书场的特色，还融入了现代元素，并通过“专业院团驻场+非遗活化”模式，让评弹艺术走进社区，年均举办惠民演出数百场。在长三角及全国部分省份最美公共文化空间大赛上，这个书场成为“最美公共文化空间”之一。

在广袤城乡，目前有4万多个新型公共

2025年，适逢新疆维吾尔自治区成立70周年，“打起手鼓唱起歌”首届中国新疆民间艺术季优秀节目巡演，如同一趟“文化交融专列”，驶向安徽、山东、天津、贵州、青海、甘肃、宁夏等省市区和新疆各地。

在广场、公园、社区、图书馆，一场场民族文化交流展演，一系列民族文化小分队巡演（快闪），一台台民族服饰T台秀……多角度展示新疆丰富多彩的民族文化。

越来越多的国家级品牌活动成为资源直达基层的桥梁，推动优质文化从云端到

乡土烟火气 人文新风尚

“没想到我们老祖先传下来的农活动里，也能变成这么好看的舞蹈！”这些舞蹈里全是我们的生活日常，看着特别亲切”……

重庆涪陵一场“村舞”选拔赛上，现场观众的赞叹声此起彼伏。参赛村民身着特色服饰，将对土地的爱、对丰收的喜悦融入自编自导的原创舞蹈中。

群众从“看客”到“主角”的转变，成为乡村文化振兴最生动的注脚。

数字显示，2025年全国共开展9.13万场“村晚”活动，线上线下参与人次6.92亿。在湖南岳阳张谷英村，全国春节“村

晚”主会场活动吸引游客9.95万人次，带动当地旅游消费5373万元，村民自编自导的“民星村晚”系列视频点击量达3540万次。山西临汾泊庄村村民直播威风锣鼓表演，直播间里最多有几百万人同时观看，昔日无名村庄变网红打卡地。

从“送文化”到“种文化”，内生创作力持续迸发。中国儿童艺术剧院让河南光山的孩子当主角，帮助当地创排了《少年司马光》《灯火》等多部儿童剧；中央民族乐团等发起“山河国乐”公益活动，免费向偏远山区的孩子教授民乐。2025年11月揭晓的第二十届群星奖，呈现创作群体显著变

化——非遗传承人、民间艺人、企业员工、在校学生、退休职工等多元主体跨界合作，新大众文艺的活跃可见一斑。

人才引擎激活乡土文脉。文化和旅游部全国公共文化发展中心统筹全国3000多家文化馆资源，实施全国“乡村网红”培育计划，短短几年时间培育成千上万名“乡村网红”。他们有的用才艺为大家送去欢乐，有的用镜头讲述乡村故事。

“‘乡村网红’培育计划，挖掘培育了乡村文化人才，增强了乡村文化自信，绘就了乡村文化新图景。”武汉大学国家文化发展研究院副院长彭雷如是说。

空间新活力 服务更贴心

文化空间，它们颜值高、设计感强、内容多、运行灵活，成为百姓身边的“文化客厅”，为基层“最后一公里”的文化供给带来新突破。

打破边界，江西赣州石城赣江源镇将客家宗祠改造成“五堂”文化阵地；福建厦门前埭村200余年历史的古厝升级为集阅读、托育、养老于一体的复合型文化空间；云南昆明联合650家企业改造工业遗存

等，以“文化+艺术+商业+旅游”的复合式体验引领文化消费新潮流。这些空间以新布局、新理念、新业态重构公共服务生态。

机制创新，江苏扬州出台城市书房条例，参与书房建设的单位、个人可以依法冠名；浙江温州以“新空间市民体验日”等吸引公众参与，推动“千年商港”品牌重塑；广东“粤书吧”嵌入景区、机场，“粤文坊”用传统文化研学、体验激活商圈

消费。从“政府包办”转向“政府引导+社会共创”，使空间建设投资降低，利用率大大提升。

北京大学教授李国新说，新型公共文化空间的涌现是“十四五”时期公共文化服务高质量发展的一个重要标志。如今，新型公共文化空间建设已进入从基层探索尝试向全国推广普及的新阶段，预计“十五五”时期将为公共文化建设增添更多亮色。

平台大融合 文化惠民生

田间。

全国联动打造文化IP矩阵。2025年，“四季村歌”串联起“山歌好比春江水”广西民歌大会、贵州“村歌——让世界听见”系列活动、第十届中国农民歌会、第十九届西部民歌（花儿）歌会创新探索“IP引领+”，打造专属IP形象——花儿“朵朵”，主题曲《听到花儿就想家》全网热播，多条“民歌展演+文旅体验”特色线路带动文旅收入增长。

数字化普惠助力文化下沉。2025年4

月，“中华古籍智慧化服务平台”上线试运行，整合国家图书馆和各地古籍收藏单位的万余种古籍数字化资源，汇聚“古籍里的黄河”“百部经典”“山海经”等多个特色专题，为广大读者提供开放共享的古籍资源和便捷高效的智慧服务。2025年文化馆服务宣传周以“让文化馆成为人民的终身美育学校”为主题，开展“我与文化馆”短视频征集等活动，线上线下服务群众超1.42亿人次。如专家所说，资源跟着需求走，才能在云端和田野都种下文化

的种子。

“努力让人民享有更加充实、更为丰富、更高质量的文化生活。”谋划“十五五”，文化和旅游部负责人表示，要实施公共文化服务提质增效行动，提高基本公共文化服务覆盖面和适用性，提供更多富有时代特色、更具科技含量、融入群众生活的高品质文化服务。

向着未来，持续优化的文化供给，必将更生动地描绘人民美好生活的时代画卷。 新华社北京1月7日电

重庆修复“生态廊道” 打造文旅新场景、新地标

这是2025年12月25日拍摄的重庆万州北滨公园（无人机照片）。

重庆是长江上游生态屏障的最后一道关口。近年来，重庆勇担上游责任，坚持把保护修复长江生态环境摆在压倒性位置，重拳治污挽回碧水蓝天，强化修复实现美景常驻，有效发挥沿江岸线生态廊道功能，并依托生态修复成果，打造出众多文旅新场景、新地标，有效激发文旅融合新活力，提升群众幸福感、获得感和生活品质。

新华社发



“新国补”落地首周！消费市场“焕新”

■新华社记者 谢希瑶 丁乐 龚联康 新年伊始，汽车、家电、数码和智能产品等消费品以旧换新政策正式实施。“新国补”落地首周，各地消费市场“焕新”，换得更好、用得更智，产业升级与百姓生活品质提升正在双向奔赴。

家电、数码和智能产品迎新年换新热

“新年零点一过就下单了！”广州市民吴女士告诉记者，她购买了一部原价为5999元的手机，在享受企业优惠及品牌补贴后，通过银联云闪付领取资格并支付，又额外享受国家补贴500元，实际支付仅4849元，“还参加了抽奖活动，挺划算！”

新年首日，多地发布当地以旧换新“首单”。眼下，包括京东、苏宁易购在内的多个线上线下平台已全面承接国家补贴的落地实施，并纷纷推出配套活动和售后服务，为市民“焕新”提供更多便利。

今年消费品以旧换新精准贴合民生需求与消费升级趋势。例如，数码产品购新补贴拓展为数码和智能产品购新补贴，将智能眼镜和智能家居产品纳入支持范围，家电以旧换新补贴1级能效或水效标准产品。

“往年消费者可能在1级和2级能效间权衡，今年新国补政策落地后，1级能效成为绝对主流。”苏宁易购有关负责人介绍，元旦假期，具备“风随手动”感知能力的智能空调、可识别食材自动保鲜的智能冰箱、能自动判断衣物面料提供精准洗护的智能洗衣机，成为最受青睐的AI家电“三件套”。

2026年第一批625亿元超长期特别

国债支持消费品以旧换新资金计划，已向地方提前下达，带动消费市场在政策红利中迎来“开门红”。

元旦三天，苏宁易购消费数据显示，全国门店客流环比增长110%，北京、成都、上海、南京、杭州成最热国补消费城市。同期，福州消费品（不含汽车）以旧换新核销近1600万元，拉动消费1.25亿元，在福建省占比达55%。1月1日至2日，河北全省家电、数码和智能产品合计销售13.36万笔，销售总额5.9亿元。

“国补”叠加车企优惠助力开年车市

1月4日11时，随着吉林长春的一位消费者提交申请，2026年汽车报废更新补贴申请首单落地。

今年，申领汽车报废更新补贴旧车的注册登记时间进一步放宽，汽车以旧换新补贴方式从定额补贴调整为按照新车售价比例给予补贴，报废更新最高补2万元，置换更新最高补1.5万元。

“这意味着购买价值更高、技术更先进的节能环保新车的消费者，能够获得相对更高等级的补贴支持。这种差异化的补贴设计，强化了其对汽车消费结构向绿色、低碳、智能化方向升级的引导作用。”中国汽车流通协会副会长王都说。

与此同时，今年1月1日起，我国新能源汽车购置税优惠政策正式从免征调整为减半征收，实际税率应为车辆销售价格的1.5%，每辆新能源车减税额最高不超过5万元。

记者走访多地了解到，面对购置税政

策调整，市场反应理性多元。由于购车总支出要增加数千元到1.5万元不等，有的消费者表示“还想再等一等”，也有消费者表示“反正都要买，家里有刚需，新能源用起来还是更划算”。

元旦假期，多地新能源汽车门店客流稳定，不少车企主动采取“兜底”补贴、加大现车优惠等措施，以缓解政策切换期的市场波动。

乐道武汉区域公司地州片区负责人吴振辉算了一笔细账：售价19.38万元的乐道L90六座版MAX（租车方案），购置税减半后成本增加约8500元，但叠加最高2万元的报废更新补贴或1.5万元的置换更新补贴，再加上厂商优惠，整体购车支出与2025年下半年基本持平，部分情况甚至更低。

“元旦当天，提前预约的意向客户到店看车批次接近10组，客流未受购置税调整影响。”上汽名爵武汉白沙洲体验中心负责人高恒迪介绍，以门店主销的名爵MG4车型为例，其热销版本售价约8万元，购置税减半后消费者需多支出3000元左右，现有到店客户并未表现出明显犹豫情绪，产品力成为吸引消费者的核心亮点。

吴振辉也认为，补能效率、智能化水平、品牌服务能力已成为影响购买决策的关键变量，单纯的价格优惠不再是吸引消费者的唯一筹码。

在国家和行业的共同推动下，市场正趋于理性，汽车消费结构持续升级，目前汽车换购率已超过55%，更新需求已成为市场的重要支撑。

王都表示，中长期来看，车市以旧换

新和整体销售仍具备较强确定性。

抢抓节日消费旺季释放政策红利

1月1日零点“国补”在京东上线后，北京“国补”资格当即秒空，有消费者留言希望增加名额；1月1日8时起，上海启动首轮报名，按照“消费者报名+公证摇号+中签券”的方式，开展家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴活动……

新年，消费品以旧换新补贴正式落地后，各地抢抓假期消费旺季，打造“政策+场景+体验”消费活动，全力抢占新年消费“C位”。

1月1日，深圳在全市启动2026年家电数码补贴“焕新”活动，各大数码家电卖场迎来客流销售双增长；1月3日，2026“购在中国”暨新春消费季在上海启动，上海将推出商品焕新季主题活动；广州广百股份旗下广百电器同步启动“重磅优惠促销售”，推出“省补焕新”“折扣满减叠加”“套购补贴满减”三重补贴……

业内人士指出，元旦、春节是消费旺季，抓住关键时机非常重要，要及时增补额度，提高“国补”兑现便利程度，适时更新调整补贴品类，保障政策效果；注重打击先涨后补、骗补行为，让“国补”资金真正落到实处。

消费市场“焕新”热潮，映照中国制造业迈向“中国智造”新图景，演绎着中国迈向高质量发展与美好生活交融的新节奏。 新华社北京1月7日电

学习规划建议每日问答

如何理解细化明确特殊功能区

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出：“强化主体功能区战略实施，保持城市化地区、农产品主产区、重点生态功能区格局总体稳定，细化明确特殊功能区，完善支持政策和考核评价机制。”细化主体功能区

划分，在城市化地区、农产品主产区、重点生态功能区三大类主体功能区的划分上，叠加确定特殊功能区，是构建主体功能明显、优势互补、高质量发展的国土空间开发保护新格局的重要举措。

主体功能区战略是国土空间开发保护的重要战略，旨在根据资源环境承载力、现有开发密度和发展潜力，将国土空间划分为不同主体功能定位的区域，明确发展方向和开发保护方式，促进各地区发挥比较优势、各展所长。目前，我国已总体形成“两横三纵”城镇化战略格局、“七区二十三带”农业发展格局、“三区四带”生态安全格局。在省级国土空间总体规划中，以县（市、区）为基本单元分别确定其主体功能定位。针对城市化地区、农产品主产区、重点生态功能区等不同类别主体功能区实施差异化政策，增强中心城市和城市群的经济发展优势地区的经济和人口承载力，增强其他地区在保障粮食安全、生态安全等方面的功能。党的十八大以来，我国城市化地区常住人口和地区生产总值占全国人口和经济总量的比重稳步上升，农产品主产区粮食产量占全国的比重增至60%以上，重点生态功能区林地、草地、湿地等占全国比重进一步提高，总体实现主体功能约束明显、国土开发有序。三大类主体功能区是国土空间开发保护的基础分区，但在不同功能区内也存在一些承载特殊功能的区域。对这些区域，由于其资源禀赋、区位条件的特殊性，实施开发保护需要更精准的空间管控规则和支持政策。比如，边境地区既要发挥好巩固边防的功能，也要发挥好对外开放的功能；能源资源富集区既要承担维护国家能源资源安全的责任，也要强化生态环境保护。在三大类主体功能分区基础上，按照功能衔接、管控协调、政策协同的原则，精准识别、科学划定特殊功能

区，有利于进一步提高国土空间治理能力。

党的二十大以来，党中央对落实主体功能区战略、完善主体功能区制度体系作出一系列部署。党的二十大报告提出：“健全主体功能区制度，优化国土空间发展格局。”党的二十大三中全会提出：“健全主体功能区制度体系，强化国土空间优化发展保障机制。”《全国国土空间规划纲要（2021—2035年）》明确要求，细化主体功能区分类。《建议》提出细化明确特殊功能区，就是结合国土空间规划编制实施，在三大类主体功能区划分的基础上，因地制宜叠加识别特殊功能区，精准制定支持政策，更好发挥这些地区的比较优势。一是保持主体功能区格局总体稳定。现行城市化地区、农产品主产区、重点生态功能区格局充分考虑了各地区自然禀赋条件、资源环境承载能力和国家发展战略布局，细化明确特殊功能区，不是对主体功能区格局的大调整，而是在资源环境承载能力和国土空间开发适宜性评价的基础上，对个别地区承载功能和发展定位的局部优化。二是明确特殊功能区的类型和用途管制规则。在三大类主体功能区的基础上，基于边境地区发展、能源资源开发、文化和自然遗产保护、海洋经济发展等需要，叠加确定边境地区、能源资源富集区、历史文化资源富集区、海洋空间重点优化区等，明确各类特殊功能区的空间范围，纳入国土空间规划管理，建立与之相适应的用途管制规则。三是制定特殊功能区差异化开发保护政策。对边境地区，加强城镇化、基础设施、特色产业发展的土地和投资政策支持，推动产业和人口适当集聚。对能源资源富集区，统筹规划矿产资源勘探开发布局，鼓励在沙漠、戈壁、荒漠地区发展新能源，支持能源资源就地转化利用。在历史文化资源富集区，健全文化遗产保护制度，划定历史文化保护线，支持文化和旅游产业发展，促进文化遗产整体保护和活化利用。对海洋空间重点优化区，健全陆海协同的用地用海政策，有效保护典型海洋生态系统，强化海洋资源保护和高效利用，引导海洋产业优化布局。

新华社北京1月3日电

四部门联合发文

明确开展春秋游等推进职工文体工作举措

新华社北京1月7日电（记者 樊曦）

基层工会每年最多可开展四次春秋游活动，职工可通过工会获得电影券、文旅消费券等支持……近日，全国总工会、文化和旅游部、国家电影局、国家体育总局联合印发《关于深入推进新时代职工文体工作高质量发展 扩大职工文体消费的意见》，围绕系统推进职工文体工作、扩大职工文体消费作出部署，进一步满足广大职工日益增长的精神文化需求。

意见提出八项重点任务，明确到2030年，基本建成覆盖广泛、层级清晰、特色鲜明的职工文体活动体系，打造具有全国影响力的职工文体品牌项目，形成“重磅优惠促销售”，推出“省补焕新”“折扣满减叠加”“套购补贴满减”三重补贴……

在优化职工文体消费环境方面，意见提出鼓励提高工会经费中文体活动支出比例，推动用人单位文体活动和带薪休假开展集体协商，扩大职工疗休养规模，鼓励基层工会每年最多开展四次春秋游活动。鼓励各级工会联合文旅、体育等部门，推出职工专属文体旅游产品与服务，支持购买景区门票，发放文旅消费券、电影券，举办主旋律电影展映活动，办

好“惠工院线”。

意见提出，要重点扩大职工文体活动规模，明确由全国总工会牵头，联合多部门策划组织全国性职工文体活动。鼓励各级工会联动文旅、电影、体育部门和各类场馆打造区域职工文体活动品牌。鼓励基层工会开展小型化、多样化、日常性活动，提升职工参与便利度。在内容供给上，一方面繁荣职工文化，开展文艺展演、经典诵读等活动，推进文化下基层，办好职工夜校，依托工人文化宫建立创作基地并鼓励创作职工题材影视作品；另一方面优化职工体育发展结构，巩固提升羽毛球、乒乓球等体育项目，推广太极拳等传统体育项目，引入冰雪、户外等新兴运动，持续推出“工间动起来”等便捷健身活动。

意见鼓励拓展夜间、户外、社交、亲子等新型活动，利用商圈、公园绿地、工业遗址、红色教育基地、电影放映场所等空间开展沉浸式、互动式体验活动，结合技能展示、劳模交流等形式将思政引领融入文体活动。推动企事业单位文体设施有序开放，依托“职工之家”App打造数字文体服务平台。