背后的期许。不仅仅是消除“出门在外，怕被宰，更怕被宰了没人管”的担忧，建设质量有保障的服务体系，丰富“旅游+”的融合发展方式，刷新人们的出游体验等等，同样也是旅游供给侧改革的题中之义。客人的时间，是最需要争夺的刚性资源。当诗画江南“村村有景点、处处可游览”，当内蒙古大草原上一杯牛奶的诞生都能用手去触摸，这样的体验才能让人留下来，与相关服务行业产生良性互动，有效盘活区域“大经济”。  
　　面对火爆的旅游市场，哪个地方能吸引住游客，关键看“旅游+”的努力。除了提高旅行社、酒店、景区的服务质量，旅游目的地的文化风貌、市场规范等软环境建设，也被很多地方旅游服务部门纳入管理视野。毕竟，目的地的旅游质量，是由景点所在地区的整体综合环境决定的。吃、住、行、游、购、娱，任何一个环节出现疏漏，即使发生在景区之外，都有可能引起游客的吐槽。尤其是节假日，平常被忽略的服务缺失，会因为游客激增成倍放大。无论是江苏提前发布全省重点景区周边区域“易堵地图”，提示游客合理避开拥堵，还是重庆强化对旅游包车、旅游餐饮、饭店火灾执法检查力度，推动实施重点景区节假日流量管理，春节期间各地查漏补缺、优化旅游环境，正是为了去除供需间的“梗阻”，挤掉旅游接待中的水分，方便游客于自在行走、游目骋怀中，提升旅游的获得感。  
　　随着带薪休假、小短假的逐渐普及，“淡季不淡，旺季更旺”将成为不少地方的旅游常态。鼓励游客来“游个遍”，就得保证他们能够“放心玩”。当“人人是旅游形象、处处是旅游环境”的观念深入人心，旅游才能成为促人快乐、令人幸福的产业。  
　　更加积极地拥抱生活、更加主动地走向明天，面对我们的歌唱，世界也一定会报之以鲜花与掌声  
　　  
　　有人说，人生需要揭短，日子需要温暖。面对生活中的一地鸡毛，不少人会选择“吐槽”，也是在诙谐的表达、无奈的自嘲中释放心绪。  
　　这样的吐槽，几成网络的一道文化景观。前有普通青年以“某丝”相称，后有“吃货”的戏谑，更常见以“加班狗”“单身狗”等为代表的“自喻”，最近还刮起了“佛系风”……凡此种种，或是自黑，或是自嘲，或有自矜，或很自信，或为痛快，吐槽自己也吐槽别人早已见怪不怪。虽然形式不一，但从根本上看，都是年轻人用“标签”寻找认同，给情绪打开一个出口，也给生活一个出口。  
　　这样的出口，可以说是生活的一道阀门。在一个比以往更加多元的文化与思想格局中，竞争的激烈、生活的压力、网络的影响等多重因素叠加，让各类情绪不断积攒。很多人在评论生活现状时，不同的看法、各异的态度，折射在表达上就是“众语狂欢”。认识生活、看待现实、描述世界，有痛点就该解决问题，是槽点就要释放压力，借助诸如吐槽这样的方式进行自我调适，也有利于形成共识。  
　　每个人都会在生活中遭遇困扰、感到庸常，但生活不会主动让路，只有自己去探寻才能发现出口、见到光亮。这个出口可以是音乐，就像歌手朴树在唱《送别》时痛哭，不是因为个人脆弱，而是“即使唱最悲伤的歌也觉得是享受”；这个出口可以是绘画，就像漫画大师华君武在《老鼠吹牛》中，寥寥数笔，以烂糟糟、黑乎乎的鼠爷鼠太形象讽刺“假大空”；这个出口也可以是运动，就像有人在日走万步中达成某种和解，在跑马拉松中寻找人生方向。吐槽固然没错，但如若仅仅是“口头的抵抗”，也难以带来真正的改变。对生活有不满，也就意味着对未来有期待。这个时候，不如去找到那座桥，开启从今天到明天、从现在到未来的历程，而不是“明日复明日”，在沉溺于消极中延宕了行动、失去了机遇。  
　　在年轻人中，真人密室逃脱游戏很受青睐。对玩家来说，在规定时间内，只有充分施展才能，找到开启机关的秘密，才能一关一关地突破。这是一场游戏，也是减压的出口，更像是生活的映射。经历生活不就是在进行一次冒险吗？有玩家就直言，“你会遇到一个又一个困难，比最复杂的密码还要难解。”甚至，即便用尽全力找到了答案，有时候门上的那把锁也是锈迹斑斑，只有再“猛击一掌”，才能在门扉洞开时刺破黑暗。从徘徊摸索到柳暗花明，一切的努力都会呈现在结果里。毕竟，经历磨难更能看到生命的广阔、感受生命的闪耀。即便会有挫折、可能失败，也是最可宝贵的人生经历。  
　　生活总有许多不完美，正视缺陷也是为了逼近完美。泰戈尔曾说，“世界以痛吻我，要我报之以歌”。同样戴着眼镜观世界、看生活，有人越擦越亮，有人却越抹越黑，关键取决于“在路上”的态度、“在路口”的抉择。更加积极地拥抱生活、更加主动地走向明天，面对我们的歌唱，世界也一定会报之以鲜花与掌声。  
　　春节期间，商家纷纷推出线上线下促销活动，但一些促销活动却暗设陷阱。有的“先涨价，后降价”，看似折扣大，实则价格没变化；有的附带条件，促销商品一经售出“概不退换”，且不提供售后服务；还有的以刷单方式制造热销假象，误导消费者。  
　　这正是：  
　　搭车佳节好促销，  
　　挥泪甩卖底价吆。  
　　先涨后降施诡计，  
　　昧心竟把竹杠敲。  
　　贾  强图  杨立新文  
　　人类思想史上一次 “壮丽的日出”，开辟了共产党人的精神原乡  
　　  
　　170年前，伴随工业革命的滚滚车轮，蒸汽机的轰鸣声淹没了无产者的苦难诉求，也唤醒了他们带着自己的政治要求大步走上历史舞台。马克思、恩格斯冲破思想的桎梏，写出划时代巨著《共产党宣言》，这是人类思想史上一次“壮丽的日出”，开辟了共产党人的精神原乡，擎起了全人类解放的一面光辉旗帜。  
　　170年来，《共产党宣言》对“生产力与生产关系、经济基础与上层建筑”规律的揭示，对“两个必然”人间正道的昭示，对共产党人“没有任何同整个无产阶级的利益不同的利益”的性质定位等重要思想，疏浚着人类思想的混沌航道，指引着科学社会主义运动风起云涌、一路前行。从成立巴黎公社对《共产党宣言》政治纲领的一次里程碑式的英勇尝试，到“阿芙乐尔”号巡洋舰一声炮响催生第一个社会主义国家苏联，再到中国共产党人以《共产党宣言》为思想武器，推进马克思主义中国化，建立社会主义新中国，从理论到实践，从一国到多国，《共产党宣言》成为千千万万工人的共同纲领，卷起革命浪潮，砸碎了旧制度，拓展了新天地，极大改变了世界面貌。  
　　回顾所来径，烟雨莽苍苍。上世纪90年代，社会主义走入低谷。苏东发生剧变，西方一些人额手相庆，视之为以《共产党宣言》为标志的马克思主义的失败，共产主义渺茫论、马克思主义过时论、社会主义终结论一时甚嚣尘上。而苏东剧变恰恰是因为丢掉了根本、忘记了初心，在党的建设、意识形态等方面，放弃甚至背离了《共产党宣言》的基本原理，为各种资产阶级思潮“大开绿灯”，领导阶层特权思想严重导致“先亡党、后亡国”。这些留给我们沉重的思考和镜鉴。  
　　然而，历史的云烟，遮不住真理的光辉。中国共产党一直把《共产党宣言》当作“入门老师”，不断从中汲取营养，创造了马克思主义中国化的最新成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，指引中国号巨轮破浪前行。这一思想，标定一个古老民族实现伟大复兴的宏愿，引领亿万人民奋力前行；坚定党对一切工作的领导，以全面从严治党打造永远的先锋队；坚持以人民为中心的发展思想，始终不渝为人民谋幸福；提出构建人类命运共同体，塑造“天下一家”的共同家园，等等。这些基于原理、紧扣时代、观照世界的理论突破，不仅为中国特色社会主义发展，也为全球治理提供了思想支撑和发展路径，使中国特色社会主义潮动世界，成为世界社会主义的中流砥柱。今天的世界因为“中国样板”，纷纷把目光投向马克思的精神世界，探寻马克思所构建意义世界的“精神密码”，在当今世界“一堆乱麻”中理出解决全球难题的思路办法。  
　　有人说，《共产党宣言》不是历史博物馆里展览的文物，而是能使世界重新沸腾起来的“碳”。今天，《共产党宣言》正穿越岁月的长河，如灯塔照亮这颗星球，指引科学社会主义走向新的辉煌。  
　　（作者单位：火箭军某部队政治部）  
　　越来越多的观众希望看到的，不是庸常无奇的普通剧作，而是“高品质”的光影传奇  
　　  
　　今年春节期间，中国电影市场异常火爆。实时票房刷新了中国电影市场春节档的新纪录，大年初一还以近13亿元的成绩打破了全球单一市场单日票房纪录。更可喜的是，春节期间的电影不但有高票房，而且多数收获了好口碑。  
　　“高口碑”赢得高票房，这一现象，既回应了人们对中国电影市场的质疑之声，也对国内电影产业提出了新要求。过去两年，中国电影市场规模增速突然放缓，结束了之前五年年均接近30%的超高速增长阶段。对此，有人疑惑，有人不解，更有人质疑，中国电影市场的发展已经触碰到“天花板”了吗？市场需求是否已经饱和了？拐点是否已经到来？事实证明，答案并非如此。去年的总票房达559.11亿元，较上年同期增长13.45%；其中，国产电影票房超过300亿元，占据半壁江山。  
　　不妨放宽视野，把中国电影市场放在世界来观察。2004年，中国电影票房占世界电影票房比重只有0.7%，远低于当时中国GDP占世界4.5%的比重；而同年，北美电影票房及GDP占世界的比重分别为36.9%和30.5%，两者水平大致相当。某种程度上而言，中国电影票房的高速增长，是具有“补偿性”的，是经济增长到一定阶段，人们对精神文化生活需求提高的一个体现。由此也可以解释，为何在2004年之后，中国电影票房增速持续高于GDP增速。而到2015年，中国电影票房及GDP占世界比重分别为18.5%和14.9%，相比于之前，前者已高于后者，两者关系已经倒转，和世界不少发达国家情况相当。这也意味着“补偿性”发展阶段结束，高质量发展阶段已经到来。  
　　“补偿性”阶段的结束，并不意味着市场需求已经饱和，恰恰相反，需求更大。只不过，需求的内容发生了变化。在电影市场的高速增长阶段，人们对观影的主要需求体现在“可获得”上。而随着电影市场的发展，观众的鉴赏能力已经得到了长足的提高，分众化的趋势也越来越明显，越来越多的观众希望看到的，不是庸常无奇的普通剧作，而是“高品质”的光影传奇。从这个角度而言，中国电影市场进入高质量发展阶段后，出现的最大问题，是供给侧和需求侧的不匹配。因此，谁能提供优质的电影供给，谁就能在市场上领先一步。  
　　提供高质量的电影供给，并非一两家电影制作公司的责任，更有赖于一个良好电影环境的熏陶。可以说，推动电影市场向“高品质”转型，也是市场监管者义不容辞的责任。一方面，应健全知识产权保护机制。知识产权，不仅包括电影放映本身，更包含电影品牌和各类衍生品。事实上，在很多电影市场相对成熟的国家，比如美国，票房收入只是电影总收入的30%左右，其余主要来自电影形象品牌授权收入。深耕电影产业链，不仅能为电影产业提供新的增长点，也会鼓励市场主体以更高的标准制作影片、拓展市场，实现电影产业的更新升级。而这，无疑需要完善的知识产权保护法律体系。另一方面，也应创造条件，进一步开放电影市场。一来，可以通过进口，直接提高电影供给质量；二来，也能以外部竞争，倒逼国产电影提升质量。充分用好国内国外两个市场、两种力量，才能为国产电影产业打通一条通向高品质的升级之路。  
　　有人曾将“薯片”“芯片”和“胶片”比喻为美国文化软实力三大法宝。这也从一个侧面展示了推动电影产业向高品质发展的重要意义。回应观众观影诉求，把好质量关口，让电影制作回归高品质，国产电影产业必能在革故鼎新中绽放芳华。  
　　（作者为北京第二外国语学院国际贸易系主任）  
　　编者的话  
　　春意盎然，新风尚交织旧年俗，勾勒着神州大地社会变迁中的一幅乡村图景。  
　　年与时进，俗因时变。新春佳节，万家团圆。乡村迎接、欢庆古老节日——春节的方式，在渐行渐变中。祭灶、扫尘、备年货、贴春联、祭祖、年夜饭、拜大年、放鞭炮……传统年俗的大部分元素依然鲜活呈现；网购年货、绿色过年、电子红包、视频拜年、观赏电影、外出旅游……“新年俗”元素闪亮耀眼强劲融合，折射着社会物质发展和文化变迁的深层脉动。在“实施乡村振兴战略”的新时代，品味年俗，审视乡村社会进步发展和乡村文明新风，荟萃农民“获得感、幸福感、安全感”，有助安顿身心，汇聚能量，谱写奋斗人生的新篇章。为此，记者分赴吉林、河南、云南、安徽、广东、海南等地，深入村寨、走访村民，触摸年俗，感受发展，聆听新时代前行的足音！  
　　  
　　“莫沟美不美？”“美！”“生活甜不甜？”“甜！”一问一答中，摄影师按下快门，河南省孟州市西虢镇莫沟村全村老少数百人的笑容，定格在镜头中……  
　　2015年，莫沟经历“蝶变”，从待拆迁村变为乡村游景点。从2016年开始，春节拍摄“全村福”，成为村里男女老少的“新年俗”……  
　　获得感&新气象  
　　微信拜年、放电子鞭炮、提倡环保、接待旅游……“奋斗”与“绿色”交织主旋律  
　　大年初六，吉林市龙潭区乌拉街满族镇韩屯村年味不减，寒冷的空气包裹着热气腾腾的村庄。街头巷尾，大红灯笼、红对联、红福字透着喜气，孩子们手持鲜花、玩具，欢声笑语不断。  
　　“以前是‘猫冬’，现在是‘忙年’。”开着农家乐的村民关士军介绍说，“因为接待旅游，村里几乎没闲人。”韩屯村在松花江右岸，上世纪90年代起因雾凇声名鹊起，冬季游人逐年攀升。  
　　关延利两口子春天种地，冬天在农家乐打工，“村里有86家农家乐，只要人勤快，一年能挣几万！”  
　　“现在其实年味更浓了！”关士军的女儿、27岁的关雪举例说，除夕夜关家小院迎来30多位天南海北的客人，老人在乡下古朴的年俗中怀念过往，小孩子在炕上炕下体验农俗。“大家一起包饺子、看春晚、放鞭炮，客人中年长的87岁，最小的4岁。别提多欢乐！”  
　　发展乡村旅游，韩屯村的年俗悄然改变。科技的发展、观念的更新，又给年俗带来哪些变化呢？  
　　江苏常州天宁区菱溪社区里，大红灯笼高高挂起，地上不见一丝鞭炮碎屑。这是个回迁安置小区，居民原是优胜村村民，2016年因城市规划搬入楼房。“大家伙儿自从搬过来就不放鞭炮了，又污染环境又不安全。”居民张美琪说，万一引发火灾就麻烦了；以前在村里有院子，每年买鞭炮都得四五百块钱。  
　　另一栋居民楼里，钱婉萍正跟在南京的妹妹视频聊天……以往节前得大包小包地到亲戚家走动。“现在有个家庭群，每天都互动。这两天考虑约到一起聚一聚，有高铁，来往方便。”钱婉萍喜欢在APP上K歌，春节录了《新年好》等几首歌，发到群里给亲朋好友拜年。  
　　300公里外的合肥市庐阳区三十岗乡，政府倡导禁放鞭炮，可不少地方还是噼里啪啦，热闹得很。  
　　“你看，电子鞭炮，是不是一样热闹！”东瞿村村民刘牛家门口的6棵桂花树，分别挂了6串电子鞭炮，老刘遥控器一按，鞭炮齐鸣，再一按，灯光闪闪，还放出了“烟花”特效：“钱省了，鞭炮还可以循环使用。”  
　　云南耿马傣族佤族自治县艺信村，到处可见“家和万事兴”“堂堂正正做人，清清白白做事”等春联……这是村民小组长刀新荣和村干部们送给村民的“礼物”。“村里少了酒味，多了欢歌笑舞的年味。”刀新荣说。以往春节前后到处都是流水宴席，一摆就是100多桌。如今节日气氛悄然在变。“大家都有钱了，尽想着减肥，谁还缺那口吃的？”  
　　幸福感&新面貌  
　　举办“村晚”、观赏电影、外出过节、乡村民宿……“丰富”与“多彩”汇成主基调  
　　英文歌曲串烧、非洲舞、舞蹈《中国红》……2月11日晚，浙江省青田县山口镇的文化礼堂里人头攒动，来自希腊、美国、西班牙等20多个国家和地区的近80位国际友人与当地村民一起搭台“唱戏”，上演了一场富有侨乡特色的乡村“村晚”。  
　　“今年的晚会特别洋气。”山口镇文化礼堂的管理员韩志琴是“村晚”策划者，一个月来，为能把节目编排好，前前后后挑选了200多名演员，编排出诸多富有侨乡特色的节目。没有奢华的舞台，没有豪华的服装，有些节目甚至土得掉渣儿，却融入稻鱼共生、青田百鸟灯等本土元素，村民自己演、演自己，展示了最真实的点点滴滴。  
　　“打牌、搞迷信的群众少了，热衷文艺活动的乡亲多了。”青田县委宣传部相关负责人介绍说，这几年，“村晚”的流行带来了不少新风尚、新变化。以前春节期间，不少群众沉迷于吃“流水席”、赌博、打游戏。“村晚”火了后，越来越多的人参与到文艺表演，在潜移默化当中，远离了赌博、封建迷信等不良活动，风气焕然一新。  
　　观影成为百姓过年期间的“重头戏”和“新年俗”。据猫眼电影实时票房初步统计，2月16日正月初一至21日初六，国内电影票房累计突破56亿元人民币，刷新了中国电影市场春节档的新纪录。  
　　在河南省济源市五龙口镇北官庄村，小李摇着手里的手机说：“还好我下单早，晚了就买不到票了！”小李为一家五口人买好了初一晚上《西游记女儿国》的电影票：“主要是想让爸妈感受3D电影身临其境的感觉。”“体验新科技、丰富文化生活，人老了，可不愿落伍呐；看完电影家人讨论剧情，也是交流感情嘛！”李爸爸说。  
　　外出旅游，也成为乡村许多人春节的选择。常州市菱溪社区村委会工作人员小白，今年带着父母来了趟“说走就走”的旅行。大年初一，一大家子去了西安：“高铁6个小时就到。”大年初二，一家人逛了大雁塔、陕西历史博物馆，去钟鼓楼品尝了当地美食。酒店、景点门票，都是提前在网上预订好的。“以前过年忙着走亲戚，今年看看景点、了解历史，享受一家人在一起的慢生活。”  
　　乡村民俗游一点儿不含糊。安徽三十岗乡崔岗村，紧挨水库，景色别致，当地探索推行农房租赁，引来大批艺术家进驻，成了名副其实的艺术村。大年初一下午，附近的老少乡亲边走边看。一间间乡村老房被装饰一新，墙上，屋檐，门口，或信笔涂鸦，或挂满青青绿植，匠心独运；村口，新建成的崔岗艺术馆，艺术家们的雕刻、摄影、绘画，各类作品陈列其中……大伙儿三三两两相约喝咖啡、看作品、玩艺术，好不自在！  
　　“夜看雾，晨看挂，待到近午赏落花，夕阳薄雾配树挂”，大年初三，松花江上雾气蒸腾，吉林市韩屯村雾凇岛上，一群萨满表演者聚在一个炭火盆上正在烤铁扇子的把手，“天冷，不烤，手都拿不住。”到处都是戏雪、观冰的人们，十里八村的乡亲、天南海北的游客，大人孩子沉醉其中。各式冰雕，玲珑壮美。寒冷中，人们的睫毛，胡子，头发，也都挂上了“雾凇”……  
　　安全感&新发展  
　　乡贤参与众议村事、“知客”唱说美好生活、家风家训高调传承……“团聚”与“团结”凝聚主心骨  
　　“祖祠扩建，要从乡村安定、灵魂归宿、家风传承等来全方位考虑。”大年初一，广东省雷州市龙门镇足荣村，专门从广州赶回过年的陈宇侃侃而谈，“奖教奖学，一定要全员参与。乡村振兴，关键还在人才。”原来，足荣村正在召开“外出工作人员交流会”，商议拍板全村新一年振兴大事。自打十八大开年起，“外出工作人员交流会”每年都会如期举办，村中长者谓之“新年俗”。  
　　这项“新年俗”还真管用！几年下来，村子里不仅发起成立了“美村行动”小组，还建起首座生态型工厂“茂德公香辣酱”，村民人均收入从当年不足3000元越过7000元。全国性的方言电影节、足荣杯足球赛等品牌活动风生水起、誉满业界。  
　　这边，是乡贤在议事好生活；那边，是“知客”在“唱说新时代”。“新年大家加油干，撸起袖子改林田。有机养殖要注意，不喂饲料要牢记……”大年初一，四川省广元市苍溪县岫云村村口张罗起热闹的“坝坝宴”，村民们听着“知客”王迎德的唱词，现场不时响起掌声和叫好声……  
　　“知客”是四川东北部山区在过年庆贺等重大场合主持全盘事务的“一号嘉宾”。以往，“知客”的唱词多是当地的神话传说，或者恭喜发财、添福添寿的吉利话。  
　　“如今大家更喜欢听跟新时代有关的实质内容。”前些日，在打好精准脱贫攻坚战座谈会上，岫云村党支部书记李君作为基层代表向习近平总书记汇报了村里的脱贫攻坚情况。他回想起总书记在会上的嘱托，激动不已：“实现乡村振兴，农村的精神文明必须要跟上新时代，‘知客’旧的那套唱词该换换了……”  
　　“听‘知客’唱致富经、唱好政策，小康日子眼看着就‘唱’到了眼前。”岫云村曾经的贫困户何永财说。苍溪县各村镇的“知客”已达600多名，讲解脱贫攻坚、村规民约、致富经验等各方面知识，将政策、农技等内容变为地方方言，以“七字歌”“三句半”的形式讲述给村民们。  
　　灰砖瓦馆舍，古朴、精巧的家风家训馆坐落在海口市秀英区石山镇施茶村委会下辖的美富村中央。展览馆中，从百家姓、中国家训起源、周文王家训，到《颜氏家训》等历代家训名篇，再到老一辈革命家名人的家风家训……大年初四，美富村祭拜神明、祖先的“公期”到了，亲戚朋友们齐到家风家训馆里进行了文化祭拜。  
　　“一粥一饭，当思来之不易；半丝半缕，恒念物力维艰……”耸立在村广场中央的水塔披着《朱子家训》，院墙上、村道旁贴着各式各样的家训名句、家风故事，在冬日娇艳的三角梅映衬下，静谧、祥和，游人到此，无不驻足。美富村，其实是个更大的家风家训馆。各家各户把祖宗家训制成牌匾挂在宅院门口。“家庭以和为贵，人生以善为本”“家庭和睦，遵纪守法，团结邻里，与人为善”……一块块牌匾传递着一个个家庭质朴的性格与气度，传承着这个村庄600多年的优良民风。  
　　（本报记者孟海鹰、江南、罗艾桦、黄晓慧、尹晓宇、孙振、李茂颖、张文综合报道）  
　　本期统筹：葛亮亮、刘涓溪  
　　版式设计：蔡华伟  
　　处于城乡融合的时代，年节文化在各地乡村进入传统与时尚共荣的新阶段。  
　　从物质满足层面看，在物资匮乏的传统社会，大年是一年中最盛大的美食节；丰盛铺张是年节饮食的最大特点，也是人们盼望年节的动力之一。但在日常生活日益满足丰盈的今天，人们已从口腹之欲、炫耀性食物消费转变为绿色过年，以健康、适度的年节饮食作为年夜佳肴，聚餐重点更看重春节团圆的亲情汇聚。  
　　从社会发展层面看，大年成为凝聚乡村社会的重要时机。大年是传统的家庭节日，习惯上强调亲友之间的互动交流。近年来，随着城乡社会流动，村落公共事务的扩展，村落人们之间的联系显著增强，人们在春节期间创造着不少新年俗，比如，村落文化礼堂的村民春晚，村落文明户、村落孝义之星评选、村落团拜会的举办等，还有借助“送春”与耍社火活动密切村民联系，交流新年乡村振兴办法，达成村落社区营造提升的共识，等等。  
　　从精神文化层面看，祈福迎祥是春节传统的核心文化内涵，这种精神内涵依然传承，但在表现形式方面有了新变化，人们逐渐改变了以鞭炮的声量、持续时长，焰火的贵重与色彩为精神表达的方式，更加低调务实，重视与乡贤、村落老人座谈交流，重视以影像手段记录村落新变化，记录村落历史、传说，留住乡村文化记忆和乡愁。部分村民选择在年节赴国内与境外旅游，村落精神生活追求大大越出村落边界，给乡村振兴提供新型精神动能。  
　　乡村新年俗，是新时代乡风文明与乡村治理在特定时间的表现，呈现当代中国社会正在发生的新变化。十九大规划了乡村振兴蓝图，中国乡村获得前所未有的新机遇，未来大年风俗画卷更加绚丽多彩……  
　　（作者为北京师范大学教授）  
　　年的味道是每个中国人心灵深处最温暖最动人的感觉；中国人的重情重义在春节期间体现得最为丰沛；节日里的“中国年”是中国文化中最为亮丽的风景。  
　　现在的中国，似乎已进入一个全方位电子科技时代。唐代大诗人杜甫的《客至》诗中曾言：“盘飧市远无兼味，樽酒家贫只旧醅。”但在今天，无论身在何方，只要一部手机，天南海北的物品几天之内便可进家入户。网络为乡村购物提供了最便捷的方式。古今之别，大矣！  
　　手机短信微信拜年成了全民全新时尚。滚滚微信浪潮一波又一波，各种温暖、诗意又不失个性的拜年微信令人目不暇接，争奇斗艳；沟通无处不在，情谊热得发烫。每个中国人都在尽其所能地表达祝福，情感绽放，倾诉铺陈……  
　　书院在各地兴起发展，可谓传统文化与教育的回归。书院，这是一个专属中国文化的美丽隐喻，自唐代以来，在中国传承千年。讲学研究，习礼歌诗，祭祀藏书，移风易俗是其主要功能。历史上的书院，大多在山野乡村，不仅教书育人，还移风易俗，往往成为一个地方的教育中心、文化中心，甚至学术中心，生生不息构成中国人的精神家园。在复兴中国梦的今天，文化自信成为时代特征。教育以道德为主轴，教育为民风负责。立足中华优秀传统文化的立场与主体性看国内国际，讲好中国故事，传播中国声音，为世界发展贡献中国方案，已成为国家共识。  
　　年俗流变，乡村振兴，科技与文教先行。文化与教育是决定乡村能否真正振兴的根本因素。传统中国，尊尊亲亲，老老长长，各安其位，各守其责，上下有序，内外和谐，邻里乡党，敦亲睦邻，守望相助。有宗庙祠堂，有乡规民约，有家风家训，有乡士乡贤。构成传统中国最稳定有序的乡土社会。这些传统随着近代中国受西方工业化大潮冲击，渐成绝响。新时代的中国，文化自觉与自信回归，40年