



深刻把握“长征永远在路上”

肖 静

习近平总书记深刻指出：“长征永远在路上。一个不记得来路的民族，是没有出路的民族。不论我们的事业发展到哪一步，不论我们取得了多大成就，我们都要大力弘扬伟大长征精神，在新的长征路上继续奋勇前进。”这一重大论断，立足党的百年奋斗历史纵深、锚定民族复兴宏伟蓝图、贴合新时代赶考现实任务，深刻揭示了长征精神的永恒价值、长征使命的时代延续、长征奋斗的永续特质。新征程上，必须深刻把握“长征永远在路上”的丰富内涵、历史逻辑和实践要求，赓续红色血脉、传承奋斗精神，持之以恒走好新时代的长征路。

“长征永远在路上”，永远在历史使命接续传承、理想信念历久弥坚，奋斗初心一以贯之

理想信念是长征精神的灵魂，是共产党人砥砺前行精神支柱。90余年前，红军长征在山河破碎、危亡在即的绝境中启程，翻越雪山草地、突破层层封锁，用双脚丈量民族救亡的征途，用热血筑牢革命存续的根基。彼时的长征，承载的是挽救民族危亡、保存革命火种、开辟救国新路的历史使命，靠的是“革命理想高于天”的坚定信仰，凭的是坚信正义事业必然胜利的执着信念。

时代更迭、山河巨变，战火硝烟早已散尽、贫困落后面貌彻底改观，但长征的使命从未终结、奋斗的初心从未改变。今天的我们，远离了枪林弹雨、生死考验，却肩负着推进中国式现代化、实现第二个百年奋斗目标、促进全体人民共同富裕的全新使命，面临着改革发展稳定、内政外交国防、治党治国治军的繁重任务。民族复兴绝不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的，前进路上依然道阻且长。

变的是时代场景、历史任务、奋斗语境，不变的是共产党人矢志不渝的理想信念、赤诚纯粹的初心使命、一往无前的奋斗姿态。长征之所以永远在路上，根本在于民族复兴

的征程没有终点、为民造福的事业没有止境、自我革命的淬炼没有休止。走好新时代长征路，必须始终筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵，坚持不懈用党的创新理论凝心铸魂，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以坚定的理想信念抵御风险、应对挑战、砥砺前行。

“长征永远在路上”，永远在风险挑战常态长存、斗争任务复杂严峻，斗争品格一以贯之

敢于斗争、敢于胜利，是红军长征铸就的鲜明品格，也是我们党攻坚克难、行稳致远的制胜密码。回望峥嵘岁月，红军长征直面的是敌军层层围追堵截、极端恶劣自然环境、物资极度匮乏的生死考验，每一步前行都伴随着牺牲与坚守，每一次突破都彰显着不怕艰难、不畏险阻的斗争意志。正是凭借越是艰险越向前的英雄气概，红军才跨越千山万水、冲破重重绝境，创造了彪炳史册的人间奇迹。

踏上新征程，我们早已告别了浴血奋战的革命斗争，但风险挑战的复杂性、严峻性、长期性前所未有，新时代的长征依然是一场攻坚克难的伟大斗争。从国际格局看，世界百年变局加速演进，单边主义、保护主义抬头，外部遏制打压持续加剧，外部环境的不确定性显著上升；从国内看，改革进入深水区，发展不平衡不充分问题依然突出，科技创新、产业升级、基层治理、民生保障等领域难点堵点交织，各类风险隐患交织叠加、相互传导。相较于长征时期的显性考验，新时代的风险挑战更具隐蔽性、综合性、长期性，是对我们斗争意志、斗争本领、斗争智慧的全方位检验。

征途漫漫，惟有奋斗，风险常在、斗争不止。长征永远在路上，本质是斗争永远在路上，攻坚永远在路上。新征程上，必须传承红军不怕牺牲、英勇顽强的斗争风骨，摒弃

松劲歇脚、疲劳厌战的懈怠心态，直面矛盾不回避、正视困难不退缩、迎战风险不畏惧。主动在重大任务、基层一线、艰苦岗位淬炼斗争本领、涵养斗争精神，善于在复杂局面中把握主动、在风险挑战中破局突围，持续跨越新时代的“娄山关”“腊子口”，依靠顽强斗争打开事业发展新天地。

“长征永远在路上”，永远在发展实践与时俱进、路径方法守正创新，求实品格一以贯之

实事求是、独立自主、一切从实际出发，是红军长征留给我们的宝贵方法论，是我们党不断从胜利走向胜利的重要保证。长征途中，我们党摆脱教条主义束缚、突破固有思维桎梏，立足中国革命实际灵活调整战略战术，凭借实事求是的清醒、独立自主的担当，走出了一条符合中国国情的革命道路，为中国革命胜利奠定坚实基础。实事求是、求真务实，既是长征胜利的核心密码，也是贯穿党百年奋斗的思想主线。

时代在发展、实践在深化、事业在前进，推进事业发展的具体路径不断迭代，但实事求是的思想路线、求真务实的工作方法、独立自主的发展原则始终不变。新时代的长征路，不再是浴血突围的武装斗争之路，而是改革创新、高质量发展、现代化建设的奋进之路。破解发展难题、激活发展动能、补齐发展短板，没有现成经验可循、没有固定模式可套，必须始终立足国情、贴合实际、顺应大势。

长征永远在路上，意味着思想解放、实事求是、守正创新永远在路上。走好新时代长征路，必须始终坚持一切从实际出发，大兴调查研究之风，察实情、出实招、办实事、求实效，坚决摒弃形式主义、官僚主义。坚持独立自主走自己的路，牢牢把握发展主动权，既借鉴人类文明优秀成果，又不照搬他国发展模式，立足中国式现代化实践，持续深化改革、锐意创新突破，以符合时代要求、

贴合中国实际的务实举措，推动各项事业稳步向前。

“长征永远在路上”，永远在自我革命永不停歇、赶考之心从未懈怠，政治清醒一以贯之

勇于自我革命，是我们党最鲜明的品格，也是长征精神蕴含的宝贵政治特质。长征既是一次伟大的战略转移，更是一次深刻的自我淬炼、自我净化、自我提升。绝境之中，我们党主动修正偏差、统一思想、凝聚共识，在艰苦卓绝的考验中淬炼党性，纯洁队伍、夯实根基，以彻底的自我革命精神锻造过硬队伍，为长期执政、引领发展筑牢政治根基。

百年大党、风华正茂，最难的是历经沧桑依然初心不改、久经考验依然本色不变。新时代，我们党面临的执政考验、改革开放考验、市场经济考验、外部环境考验长期存在，精神懈怠、能力不足、脱离群众、消极腐败的危险依然尖锐严峻。事业越是发展、成就越是显著，越要保持清醒头脑、常怀赶考之心，越要持之以恒推进自我革命。

长征永远在路上，核心是党的自我革命永远在路上、全面从严治党的永远在路上。新征程上，必须始终保持赶考的清醒和坚定，以永远路上的执着推进新时代党的建设新的伟大工程。严明纪律规矩，强化责任担当，常态化开展自我检视、自我整改，不断增强自我净化、自我完善、自我革新、自我提高能力。始终坚持令行禁止、步调一致，坚决贯彻落实党中央各项决策部署，以过硬的政治作风、严明的纪律规矩、坚强的执政能力，确保党始终成为新时代长征路上的坚强领导核心。

“长征永远在路上”，永远在为民初心根植血脉、民生福祉接续增进，人民立场一以贯之

江山就是人民，人民就是江山。红军长

征的胜利，是人民至上的胜利，是依靠人民为了人民的胜利。长征路上，红军始终与人民风雨同舟、生死与共，不拿群众一针一线、全心守护群众利益，用赤诚初心赢得了群众衷心拥护和全力支持，构筑起坚不可摧的军民鱼水情，这是长征胜利最深厚、最可靠的力量源泉。为民造福、依靠人民，是贯穿长征全程的根本立场。

时代变迁、初心不改，征程更新、为民不变。新时代的长征路，归根结底是为民造福的奋进路、共同富裕的幸福路。随着经济社会持续发展，人民群众的需求从解决温饱、保障生存，升级为对美好生活的向往，对优质教育、健康医疗、宜居生态、平安治理、共同富裕的期盼更加迫切。保障和改善民生、增进群众福祉、凝聚民心力量，是新时代长征路上永恒的课题。

长征永远在路上，就是为民奋斗永远在路上、造福群众永远在路上。新征程上，必须始终坚守以人民为中心的发展思想，站稳人民立场、厚植人民情怀，把人民对美好生活的向往作为奋斗目标。聚焦群众急难愁盼，用心用情解决民生痛点、治理堵点、发展难点，持续增进民生福祉、补齐民生短板。始终尊重人民主体地位、激发群众首创精神，团结带领广大群众同心同德、携手奋进，让全体人民共同参与民族复兴伟业、共享时代发展成果，汇聚起走好新时代长征路的磅礴人民力量。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。长征精神穿越时空、历久弥新，长征征程接续奋进、永无止境。新征程上，深刻把握“长征永远在路上”的时代深意，传承红色基因、赓续红色血脉，以坚定的理想信念、顽强的斗争精神、务实的工作作风、深厚的为民情怀，脚踏实地、久久为功，必将在接续奋斗中走好新时代的长征路，奋力书写中国式现代化和民族复兴的崭新篇章。

（作者单位：深圳大学）

避暑流量之下，答好旅居发展的时代考题

梁文文

每逢盛夏时节，许多游客不再满足于走马观花的短途游，选择漫游山水清凉之地，避暑旅居正成为当下旅游消费的鲜明趋势。

避暑旅居新业态不仅折射出大众生活理念的变迁，更对区域经济发展、基层社会治理带来深刻影响。辩证看待新业态带来的机遇与挑战，在顺势发展中补齐短板，是避暑旅居产业发展必须答好的考题。

一

避暑旅居的走红，在人文、资源、经济上释放着多元价值。

人群交融互通，润润城乡烟火肌理。人口流动带来思想与生活的交流碰撞。长期以来，城市与乡村存在生活节奏、生活理念、生活方式的天然差异。避暑旅居打破了地域阂阂与场景壁垒，让来自都市的旅居群体走进乡土山野，沉浸式感受民风民俗、烟火日常；也让本地群众在与旅居客朝夕相处中，接触新观念、新审美、新生活。人与人的朝夕为伴、互帮互助、彼此包容，消解了城乡距离、拉近了人际关系，绘就了共生共荣的人文图景。

盘活闲置资源，纾解乡村空心困境。过去，随着人口外流，不少村落人气渐淡、生机不足，大量房屋、院落、土地长期闲置，空心化成为很多山区乡村发展的难题。避暑旅居热潮的到来，让这些沉睡的乡村资源重新焕发活力。闲置农房经过简单改造升级，变身整洁舒适的旅居居所，废弃院落重归热闹烟火。资源被盘活、空间被利用、村落被唤醒，村民就近就业，原本冷清的乡村迎来旺盛人气。旅居经济以最温和、最接地气的方式，留住乡村肌理、守住乡村风貌，有效缓解乡村空心化困境。

消费持续升温，激活内需增长动能。消费升级的当下，大众早已不再满足单一、短时的观光消费，更追求生活化的沉浸式体验消费。大量城市消费需求向县域乡村延伸，带动民宿经营、餐饮服务、农产品售卖、便民服务等业态蓬勃发展，群众就近就业、居家增收渠道不断拓宽。看似一场普通的夏日旅居热潮，实则是内需潜力的有效释放，为畅通国内经济循环提供源源不断的动力。

二

避暑流量带来机遇，也必然伴随挑战。当前旅居产业热闹的场景背后，不少矛盾逐步显现。

其一，市场运行缺乏成熟的规则约束。当下旅居市场主体分散、构成复杂，既有规范运营的康养项目，也有个人闲置房源、零散民宿。日常房屋租赁依托双方口头约定，租金标准、扣费条款、退房条件、居住权费等关键内容没有清晰界定，交易过程缺少规范合同兜底。一旦出现消费分歧、居住纠纷，双方往往各执一词、无据可依。

市场运行松散化、随意化，粗放发展的状态制约了产业良性发展。

其二，公共服务跟不上潮汐人流变化。避暑旅居具有极强的季节性特征，人口夏季集聚、秋冬有回流。每到避暑旺季，交通出行、生活消费、物业服务、医疗应急等公共资源持续承压。避暑旅居群体中“银发”群体占比偏高，需求更为精细，若按照常住人口规划建设，公共服务则难以完全匹配群众多元化、个性化的旅居需求。

其三，治理工作未跳出旧有思维定式。旅居旺季时，面对的不是停留两三天游客，而是住一月甚至更久的“新居民”。由此衍生的矛盾，多为邻里相处、生活习惯、日常消费等琐碎的生活化问题，处理不好，极易影响旅居体验。基层治理工作本就千头万绪，对于这群“候鸟”游客，治理工作不能停留在事后处置、被动应对的层面，而要强化源头预防、常态化管控和精细化治理，主动适配旅居新场景。

三

面对络绎不绝的候鸟来客，既要敞开门迎接四方宾朋，更要下足绣花功夫做好接待文章。

立牢“规矩尺”。凡事预则立，不预则废。新业态蓬勃生长的同时，松散化的民间经营模式容易滋生纠纷隐患，必须把标准前置、把规矩立牢，用清晰准则替代口头默契。通过统一服务规范、细化租赁条款、明确权责边界，让旅居交易有据可依、经营行为有章可循。与此同时，推动民宿硬件提质升级，从源头化解潜在矛盾。

织密“服务网”。旅居人流“旺季暴增、淡季回落”的潮汐特点明显，主动动态补齐公共服务短板，细化民生保障举措是重点。必须聚焦不同时期旅居群体日常起居、就医康养、便民办事等需求，在重点旅居聚集区设立地接服务点，提供行程定制、交通接驳、伴游讲解等一站式服务，织密精细化服务保障网络。如遵义深化与成渝地区39项“跨省通办”合作，实现医保、社保、身份证等业务异地办理；桐梓十里云湖搭建“三大管家”服务体系，推动旅居康养品质升级。

打好“感情牌”。旅居的温度，藏在人与人双向奔赴的烟火里。在桐梓“村晚”中，本地村民与川渝游客同台献艺，文娱活动丰富多彩；“候鸟”协会临时党支部搭建起共治共享的平台，外来旅居游客不再是置身事外的客人，而成了主动参与社区事务、调解矛盾纠纷的主人翁。相处交融中，异乡疏离感得以消解，真正让游客体会到“吾心安处是吾乡”。

拓展“生活区”。旅居产业是系统工程，留得住才是关键。必须延伸吃、住、行、游、购、娱链条，丰富一体化旅居产品供给，真正让旅居游客住下来、不想走。遵义推出“旅居+红色研学”“旅居+茶酒品鉴”“旅居+非遗手作”“旅居+山地户外”等多元化选择，让游客从“看风景”转向“过生活”。

（作者单位：桐梓县委宣传部）

“村字号”如何从“一时红”走向“一直红”

任港龙

一

习近平总书记连续两年在新年贺词中点赞“村超”，贵州“十五五”规划纲要提出培育“村字号”品牌集群，2026年贵州省政府工作报告明确提出“持续办好村字号品牌活动”。

榕江“村超”、台江“村BA”、桐梓“村晚”、凯里“村T”、三都“村马”……黔贵大地“村潮”奔涌，以最质朴的方式点燃乡村热情，为中国式现代化提供鲜活实践样本。热闹之下，根本问题亟须回答：“村字号”如何从“一时红”走向“一直红”？

二

“村字号”的走红，并非偶然。

根在群众。“村字号”最大的特点，是让群众从看客变成主角。“村超”球员是商贩、教师、村民等群体；务川“村光大道”秉持“不分年龄、不设门槛、不限地域”理念，采用“大众评委+专业评委”机制；桐梓“村晚”发动民间艺人、文艺志愿者组建170余支文艺队。群众的事群众自己说了算，这是“村字号”最根本的生命力。厚植群众原创根基，充分尊重基层首创精神和群众主体地位，发展绝不能政府大包大揽。

长在乡土。当城市旅游越来越同质化，“土”反而成了最稀缺的“潮”。没有专业场馆、明星大腕，村民自发组织的赛事却能引爆全网。苗族飞歌、侗族大歌、仡佬雄戏，这些最原生态的文化符号，通过“村字号”被全国看见。2026年央视春晚，贵州“村T”选送的56个民族儿童歌舞节目《吉量》以40.07%的收视率位居歌舞类榜首。“村超”入选2024年度亚太地区“非物质文化遗产促进可持续发展”案例。再华丽的包装，也不如原生的村韵味真切动人。

兴在融合。“村字号”推动了地区文旅体商全面融合。从“村超”举办以来到今年5月，榕江县累计接待游客2887.09万人次，旅游总花费324.9亿元。三都“村马”2025年举办赛马赛事65场，吸引游客超620万人次，旅游综合收入突破60亿元，并衍生出马术培训、马匹交易等产业。桐梓“村晚”2025年举办348场，网络曝光量突破5亿次，直接带动农产品线上销售额增长30%以上。“村字号”正在从“一场活动”变成一个产业”。

三

静观当前，一些“村字号”现象值得关注。

“浅”：有热闹，没根脉。一些活动停留在“图个热闹”的层面，对当地文化传承、民风民俗挖掘不足，宣传文案句式雷同、内容趋同，看似快速带动了短期客流，实则悄悄消解乡村的独特性，让乡村失去辨识度，陷入“千村一面”的困境。一些创作为了快速蹭上热度，罔顾乡村的深厚文化底蕴与丰富生活内涵，生硬地把乡土元素与各种创作套路相嫁接。“村咖”“杀猪宴”“VR体验馆”等业态一夜之间遍布各地大小县城，背后暴露的是，部分县域在发展中“文化空心化”与短期流量思维盛行。没有文化根脉支撑，终究是无源之水。

“乱”：有风口，少规矩。“村BA”“村超”爆火后，全国涌现大量跟风“村+”品牌，但多数热闹开场草草收场。部分地区脱离自身禀赋盲目跟风，强制凑人组队、超财

力修建高标准场馆，脱离乡村发展实际。另一方面，商标准高度、IP乱冒现象频发，真正的“村字号”品牌效益被稀释，市场陷入无序竞争。

“短”：有爆发，缺后劲。不少赛事经历初期火爆后，面临客流锐减、热度下滑、设施闲置、营收不稳的困境。核心症结在于赛事内容单一、形式固化、缺乏持续创新，专业化运营能力不足，未能实现多产业深度融合，无法形成可持续的盈利模式。有的地方群众性赛事运营粗放，赛事组织、业态配套、后勤保障缺乏系统规划，使得赛时的热闹难以转化为常态吸引力，可持续运营能力薄弱。

四

“村字号”如何行稳致远？

深挖文化根脉，让“村字号”有魂。核心竞争力在“特”不在“多”。贵州经验表明，深度融合苗族、侗族、水族等民族文化，构建“文体活动+文化展演+旅游体验+商业消费”全链条，才能塑造独特标识。印江“村戏”深挖土家族花灯戏，务川“村光大道”融入传统体育“打篾鸡蛋”、仡佬族抵杠及丹砂雄文化。根扎得深，才能长得久。

守住乡土本味，让“村字号”有根。“村字号”最大魅力在“本真”。农民是主体，保持身份纯粹性是维护“村味”关键。台盘村将主体经营、免费开放、规范摆摊等规则纳入村规民约，坚守乡土初心、守住烟火本色。政府坚持到位不越位、赋能不包办，搭好发展平台，放手让群众唱主角。泥土气息与人间烟火，正是品牌最核心的吸引力所在。群众因被理解、被听见、被看见而点燃，这种力量来自最本真、最质朴的乡土表达。

加强统筹规划，让“村字号”有序。不能千篇一律复制，须结合资源禀赋走差异化道路。重点品牌持续擦亮，成长品牌扩大影响，培育品牌找准定位。政府部门要善于发现本地特色，统筹资源打破壁垒，精准赋能。同时，打破行政区划限制，推动相邻区域整合资源，打造跨区域线路。真正扎根乡土的网红项目，不靠“一时热”流量硬撑，而靠“一方水土养一方项目”的精准定位和差异化打法。

完善配套条件，让“村字号”有基。硬件设施、全媒体传播、专业人才是三大关键。场地、交通、食宿不完善则难留人气；缺全媒体矩阵则难广传；缺运营策划队伍则难见效。硬件建设坚持因地制宜、务实节俭；传播层面搭建全媒体账号矩阵，持续讲好乡村故事；人才引进并举，培育本土骨干，引进专业团队。三者相辅相成，方能在市场竞争中行稳致远。

转化经济价值，让“村字号”有效。赛事流量短暂，但把观赛人流引入景区、线上关注转为线下消费、体验变成订单，就能沉淀为“留量”。这不是简单带货，而是以“村字号”驱动文旅体商深度融合的系统工程。榕江通过“村超”吸引50多个品牌授权合作，揭幕战单场带动旅游综合收入8600万元；务川“村光大道”常态化演出带动核心圈经营主体营收增长33.8%。“村字号”的持久生命力，不仅在于吸引多少眼球，更在于能否让群众的口袋真正鼓起来，这才是“村字号”存在的意义。

（作者单位：遵义市委宣传部）