

新闻宣传更要树立和践行正确政绩观

陆文斌

习近平总书记多次号召我们走好新时代的群众路线。宣传思想文化工作是做人的工作、做思想工作，是聚人心、暖民心、强信心的工作。身处这一战线，必须答好“政绩为谁而树”的立场考题、“树什么样的政绩”的方向考题、“靠什么树政绩”的能力考题。结合自身工作职责，谈三点认识和体会。

一、贯通“对上负责”与“对下负责”，深刻领悟“政绩为谁而树”。习近平总书记强调，宣传思想文化工作要坚持以人民为中心的创作导向。身处宣传思想文化战线，我深刻体会到，宣传工作的政绩，不在上稿量的统计表里，不在获奖数的荣誉墙上，而在群众信不信任、认不认可、满不满意。从短期看，宣传是做“显绩”；从长远看，更是做“潜绩”。既要“对上负责”让党委政府放心，更要“对下负责”让人民群众满意，这是宣传干部必须答好的政治考题。新闻宣传要坚持人民视角。多把镜头对准群众，把版面留给基层，多用群众语言，多讲百姓故事，让群众从被动听变主动讲、从旁观者变参与者，真正架起党群“连心桥”。对外宣传要立足淮北实际。聚焦“绿色转型发展示范城市、国家重要新型能源基地”定位，讲好资源枯竭城市转型的淮北故事，让淮北声音传得更开、更广、更深入，实现“版图不大版面大、调门不高嗓门高”。出版版权要服务群众需求。策划更多“嵇康故里 品味书香”全民阅读活动，打造更多相山书房等公共文化空间，满足群众精神文化需求。文艺文化要扎根人民生活。创作更多长篇小说《大汉工匠》、舞台剧《向前》、纪录片《决胜淮海》等文艺精品，让群众在家门口享受文化成果。文旅产业要顺应市场规律。依托红色文化、运河文化、口子酒文化、石榴文化、面食文化等，发展“文化+”新业态，打造更多姜堰天街等文化街区，让文化资源转化为发展动能。贯通“对上负责”与“对下负责”，就是要坚持党性与人民性的高度统一，把党的声音传递好，让上级决策部署在淮北落地生根；把群众的需求回应好，让宣传思想文化工作真正走进百姓心坎。唯有如此，才能回答“政绩为谁而树”的考题，为党立言、为民发声、为城市树形象。

二、坚持“四化”实现“一个目标”，清醒认识“树什

么样的政绩”。习近平总书记指出，要把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论。身处宣传思想文化战线，我深刻体会到：“树什么样的政绩”不完全在“版面大小”“嗓门高低”的竞争中，而在在“工作实不实、品牌亮不亮、体系顺不顺”。我们要以内外宣化、外宣内宣化、宣传品牌化、作品系列化为路径，锚定“淮北版图不大版面大、调门不高嗓门高”目标，既要见报出声，更要见效出彩，这是宣传干部必须答好的发展考题。坚持内外宣化，让淮北声音“走出去”。把对内宣传做出对外效果，让淮北故事走出安徽、走向全国。对内宣生产的新闻作品、素材为资源，向新华社、人民日报、央视总台等大报大台大网大端大号提供素材，讲好资源枯竭城市绿色转型的生动故事，实现小城市大传播，让版图不大的淮北拥有版面很大的声音，让调门不高的淮北赢得嗓门很高的关注。坚持外宣内宣化，让外部评价“转进来”。建立“外宣成果内宣化”机制，将央媒报道、领导批示等通过“淮北发布”等平台二次传播、多轮发酵，把对外宣传的影响力转化为对内宣传的素材库、群众教育的活教材、城市自信的催化剂，进一步激发淮北人的城市自信，让“外部喝彩”转化为“内部自豪”，激励引导淮北人坚定信心决心，积极投身淮北高质量转型发展的火热实践。坚持宣传品牌化，让城市形象“立起来”。聚焦运河文化、工业文化、好人文化、红色文化等，持续深耕、久久为功，让分散资源汇聚成城市名片、宣传品牌。围绕采煤沉陷治理项目等生态治理成效、淮海战役总前委等红色资源以及隋唐大运河柳孜遗址、麇牛天街、龙脊天路等文旅项目，持续擦亮“红村里 淮北说”、“在淮北·见江南”等宣传IP，逐年提升春光满“淮”等你来等四季宣传质效，让城市形象立得住、叫得响、传得远。坚持作品系列化，让传播效能“聚起来”。打通内外宣化、网上网下、传统媒体与新兴媒体，减少碎片化传播，增加体系化传播，防止各自为战，实现同频共振。持续推出“跟着镜头看发展”系列短视频，用镜头记录城市变迁，用画面讲述转型故事；结合各阶段、各领域重要指标办好“数字会说话”专栏，用数字见证发展成就，用图表

展示变化历程；持续跟踪采煤沉陷区生态修复进展成效、深度挖掘柳孜遗址历史价值、不断推出好人模范系列访谈等，形成主题鲜明、形式多样、相互呼应的传播矩阵，让单篇报道汇聚成传播声势，以系列化实现品牌化、以品牌化实现长效化。

三、锤炼“政治三力”夯实过硬本领，准确把握“靠什么树政绩”。习近平总书记强调，宣传思想文化工作面临新形势新任务，必须要有新气象新作为。身处宣传思想文化战线，我深刻体会到：“靠什么树政绩”不在口号喊得响不响，不在场面搞得大不大，而在本本领硬不硬、作风实不实、根基牢不牢。持续锤炼政治判断力、政治领悟力、政治执行力，既要想干事，又要能干成事，这是宣传干部必须答好的能力考题。锤炼政治判断力，把准工作方向。增强政治敏锐性和政治鉴别力，善于从政治上观察和分析宣传思想文化工作，对涉及政治方向、舆论导向、价值取向的问题，做到眼睛亮、见事早、行动快。建立重大选题“政治把关”机制，对敏感话题、热点舆情、突发事件，科学研判、精准施策，确保不偏向、不变调、不走样，始终在大是大非面前立场坚定、旗帜鲜明。锤炼政治领悟力，提升工作能力。深度学习习近平文化思想，对党中央重大决策部署和省委、市委工作要求，做到第一时间学习领会、第一时间宣传阐释、第一时间贯彻落实。善于从上级精神中找方向、找思路、找方法，把上情与下情贯通起来，在服务中心大局中找准宣传切入点，在回应群众关切中找准舆论共鸣点，让党的创新理论转化为推动淮北高质量发展的强大动力。锤炼政治执行力，务求工作实效。强化责任担当，发扬斗争精神，以钉钉子精神抓落实，以过硬作风树形象。对定下的事情雷厉风行，抓紧快办，对负责的工作一抓到底、久久为功，建立清单化、项目化、节点化工作机制，确保事事有着落、件件有回音。践行“四力”，持续在沾泥土、带露珠、冒热气的创作中提升引导力，让新闻作品接地气、有生气、聚人气。严守宣传纪律，坚决守住底线，助力宣传思想文化工作高质量发展。

(作者单位：淮北市委宣传部)

推动科技赋能 助力淮北食品产业智慧升级

崔木花

党的二十届四中全会提出要建设现代化产业体系，巩固壮大实体经济根基，食品产业作为国民经济的基础性产业，是实体经济的重要支撑，更是构建现代化产业体系不可或缺的一环。食品产业不仅在稳增长、保供给、惠民生、促发展等多方面发挥着不可替代的作用，而且是满足人民群众对美好生活向往的重要物质支撑。

2025年6月，工业和信息化部等七部门联合发布《食品工业数字化转型实施方案》，明确提出要加快新一代信息技术在食品工业全链条、全方位深度应用，推动食品工业转型升级和高质量发展。食品产业作为我市的支柱产业之一，已成为拉动我市经济增长的重要引擎，推动科技赋能，助力食品产业智慧升级，无疑对促进我市高质量绿色转型发展意义重大。

一、科技赋能食品产业数智化发展现状

近年来，淮北市坚持落实创新驱动发展战略，通过政策引导、搭建平台（绿色食品产业合作平台、食品工业博览会等）、深化产学研合作等方式，推动科技赋能食品产业数智化转型，转型趋势持续向好。

一是政策引领食品产业数智化转型已见成效

淮北市始终坚持政策先行助力食品产业智慧转型，先后制定实施《淮北市工业互联网创新发展行动计划》、《淮北市绿色食品产业发展规划（2024—2028年）》、《淮北市绿色食品产业创新项目实施方案》及《淮北烫面产业高质量发展行动方案》等政策举措，助推了一些食品企业智慧升级。其中，曩强乳业作为淮北食品产业数智化转型样本入选中国案例共享中心“全国百篇优秀管理案例”，成为行业标杆；安徽盛美诺生物技术有限公司通过数智化改造，大大提升了产能和效益；苏太太食品有限公司及杨府锦调味品股份有限公司等企业正在加快推动数智化转型。

二是政府推动产学研协同创新体系逐渐成形

围绕智慧、绿色食品产业技术需求，食品产业园积极推动校企院所合作，园区企业与10多家高校科研院所（包括中国农业大学、中科院、江南大学及合肥工业大学等）达成合作关系，成立了食品研发中心（黄淮海食品工业研发中心等）和产业研究院，校企联合进行科技攻关。2025年7月，安徽安托智造信息技术有限公司与杨府锦调味品股份有限公司签署战略合作协议，为杨府锦公司数智化转型需求提供了全方位的精准解决方案。目前已建成中国农业大学淮北实验站、黄淮海食品检验检测中心等产学研平台，组建了6个产学研团队，引进科技特派员35名，产学研协同创新体系逐步成形，为园区食品企业数智化转型提供了动力源。

此外，淮北食品工业博览会作为省内外食品行业交流合作的重要平台，在推动食品产业智慧转型发展中发挥了重要作用。第十二届食品工业博览会共签约54个项目，其中绿色食品产业项目15个，科创类项目10个，服务业项目14个，这些项目的落地将会进一步助推淮北市食品产业转型升级问题。

二、制约我市食品产业智慧升级的主要问题

虽然近年我市食品产业数智化发展取得了一些成效，但对标发达地区还有较大差距，存在主要问题如下：

一是数智化基础设施整体偏弱，亟待加强完善

一方面，食品产业园外围公共基础设施（如5G、千兆光网、算力中心等）覆盖不足，目前相山经济开发区基本实现了5G网络信号全覆盖，而百善食品产业园部分中小企业未被覆盖到；另一方面，一些企业智能化转型基础设施配备不足（如MES系统、APS系统及ERP系统等）。据了解，配备数字驾驶舱设备或深度应用数字化管理系统的食品企业只有为数不多的几家（曩强乳业、贝宝食品、吉源（淮北）食品和杨府锦食品等企业）。由于缺乏数智基础设施，极大影响了生产效能，导致我市食品企业在市场竞争中难以胜出。

二是规上企业偏少，产业链协同不足，整体竞争力不强

一方面，淮北食品产业仍以中小微企业为主。截至2024年，淮北有71家食品工业规上企业，相较皖北其他地级市，规上食品企业仍相对偏少（其它五市皆逾百家），年收入过亿的食品企业更是屈指可数，缺乏具有引领带动作用的龙头企业和规模化食品产业集群；另一方面，食品企业多以低端传统加工制造为主，产业链延伸受限，协同发展明显不足，产业规模效应与生产效率难以提升，加上这些企业未能在各自细分领域形成足够的品牌影响力和市场话语权，导致我市食品产业整体竞争力不强，抗风险能力也相对较弱。

三是产业数智化服务供给短缺，企业智慧升级受阻

一方面针对食品产业开展数字化转型服务的企业（目前只有安徽安托智造信息技术有限公司一家）及平台（数据共享平台）相对短缺，行业统一数据标准体系也尚未建立；另一方面，涉及食品安全的高端专业检验检测机构欠缺。2025年8月，相山区虽然引进一家高端检验检测机构（中一雷曼服务有限公司），但也只具有CMA检测资质，不具CNAS资质，有些农残和成分检验检测在本地根本无法完成，无形中削弱了我市食品产业的竞争力。此外，数智专业技术人才匮乏，难以满足转型需求。数智产品开发、系统运营与维护均依赖于专业技术人才，而我市大部分食品企业面临相关技术人才短缺问题，亟需出台相关政策，完善人才引进机制，畅通人才流动渠道。

三、科技赋能我市食品产业智慧升级的对策与建议

食品产业是淮北打造“五群十链”现代产业体系中的关键一环，也是推动淮北城市转型的“绿色引擎”，“十五五”期间能否继续发挥这一引擎作用，为淮北高质量转型发展注入新动能，关键在于其智慧化水平。而目前淮北食品产业数智化转型面临的问题，严重制约了产业智慧升级，为破解发展难题，建议如下：

一是完善数智设施建设，夯实产业智慧升级基础

一方面，政府要加强产业园区5G、千兆光网、算力中心等公共基础设施建设与覆盖，为企业实现数智化转型提供基础支撑；另一方面，可根据需要设立转型专项基金，重点支持关键核心技术（如数字孪生技术、AI垂直场景大模型等）攻关。同时，通过项目申报、以奖代补、贷款贴息等方式，对企业实施自动化生产线改造、智能化升级，以及ERP（企业资源计划）、MES（制造执行系统）、APS（生产排程系统）及SCADA（数据采集与监控系统）等数字化系统建设给予补贴支持，参照其他城市做法，可按实际投资额的10%—20%提供补贴。通过以上措

施，尽快补齐食品产业数智化基础设施不足的短板。

二是强化龙头企业带动，推进产业链协同转型

一方面，政府可以通过“培优扶强龙头企业”专项行动计划，引导有实力的龙头企业（如曩强乳业、苏太太、鲁王面粉及神华肉制品等）向“链主”企业转型，以订单牵引、技术指导、数据共享等方式联通上下游企业协同转型，使链条上各企业建立紧密的利益联结机制，实现风险共担、利益共享；另一方面，鼓励支持龙头企业进行跨地域网络化实现上下游协同，利用数字孪生与AI大模型融合技术促进客户、订单、设计、生产、销售等数据互通和业务互联，着力打造“龙头企业带动、中小微企业协同”的淮北食品产业数智化转型生态。

三是加强数智服务供给，畅通产业智慧升级路径

一方面要加大数智服务企业和相关技术人才引进力度，为企业数智化转型提供支撑。政府可制定专项扶持政策（如设立数智化转型专项资金、税收优惠及低息贷款等），吸引数智化服务企业落地集聚。同时，建立数智化转型公共服务平台，为企业和服务商搭建高效对接渠道，避免信息不对称造成资源错配。依托安托智造创新中心等数智服务机构，进一步深化“人工智能+食品产业”融合创新，推动关联企业间数据可信流动、信息共享。精准识别企业所需数智化人才类型，加强企业和高校、科研院所人才培养与交流合作，通过共建实训基地、推行柔性引才等方式，完善人才培养与引进机制，确保人才供给与产业需求精准匹配。另一方面，要继续引进高端检验检测机构，提升农残、重金属、添加剂及微生物污染等关键领域的检测能力，为产业链协同转型提供技术支撑，助力企业跨越国内外市场准入门槛，提升产品竞争力与市场信任度。

此外，要持续深化产学研用合作，推动科研院所、高校与龙头企业协同创新，打造“产学研用”紧密结合的创新生态，推动食品产业数智化发展形成良性互动的格局。

四是强化政府引导支持，护航产业智慧升级

一方面，政府应对标工信部等七部门联合发布《食品工业数字化转型实施方案》要求，因地制宜制定支持淮北食品产业数智化转型发展的专项计划，分阶段有序推进我市食品产业智慧升级；另一方面，持续做好牵线搭桥工作，通过举办食品工业博览会、全国葡萄酒果酒行业年会等活动，促进产业链上下游企业的对接合作，推动“淮优”农产品区域公共品牌建设，不断提升产业的知名度和影响力。

此外，政府要引导淮北市绿色食品行业协会等组织继续发挥桥梁纽带作用，为食品产业数智化发展积极搭建研讨交流平台，同时要联合会持续推动行业标准（如《食品安全标准》、制度（《食品可追溯制度》等）与认证体系（如ISO9001质量管理体系）等）优化工作，推进食品监管智慧升级，进一步强化从农田到餐桌的全链条监管，筑牢食品安全防线，引导食品企业向高品质、高附加值方向发展，不断提升产业整体竞争力和智慧化水平。

本文系2023安徽省哲学社会科学规划一般项目“安徽产业数字化与绿色化耦合机制研究”（AHS-KY2023D115）阶段性研究成果。

(作者单位：淮北师范大学)

创新发展“小而美”文旅业态 助力打好“三仗”

况黄山

2025年9月，市委九届十次全会审议通过《关于进一步推动文化和旅游深度融合奋力推进淮北高质量发展的实施意见》，明确将“实施乡村旅游精品带动行动”作为一项重点任务。今年的中央一号文件在“培育壮大县域富民产业”中强调要“深化农文旅融合”，推进乡村旅游提档升级，发展“小而美”文旅业态”。“小而美”首次写入顶层设计，为文旅产业高质量发展指明战略方向，也为我们答好“创新之问”，打好“三仗”锚定了重要“靶点”。

政策要义如何把握

“小”在布局、“美”在内涵。发展“小而美”文旅业态，不仅是文旅业态的转型，更是价值理念的升级。准确把握领会中央一号文件的政策要义，要全面贯彻总体要求，注重目标引领，遵循“以乡土文化赋能旅游发展，以旅游流量反哺乡村经济”的逻辑规律，一体推动文旅融合、产业发展和乡村振兴，保证工作精准落实。强化机遇意识，科学谋划项目，在乡村消费扩容升级、农村基础设施完善、金融用地政策倾斜等方面抢占政策先机，推动“小而美”业态与农村一二三产业深度融合，为乡村全面振兴和产业高质量发展赋能。

新的场景如何培育

场景是稀缺的创新资源，也是发展“小而美”文旅业态的核心要素。一手抓既有场景改造提升，完善功能、补齐短板，丰富旅游产品供给；一手抓新场景深度挖掘，培育乡村新空间新活动，消费新业态新模式，更好满足游客多层次、个性化需求。

培育近郊休闲新场景。顺应大众休闲旅游趋势，积极发展田园综合体、周末农场、假日农场、创意农场，让市民和游客参与耕种管收、采摘加工等农事体验活动，推动传统观光向现代休闲度假提升。大力发展赏花经济，做到四季有花、全域可赏，打造石榴红了、黄里杏花、荷塘月色等一批网红打卡点，让更多市民和市民短途游客周末走进乡村，享受一家亲、半日闲。

培育研学实践新场景。以中小學生为目标客群，加强与各类研学基地联动和资源共享，结合中小学春秋假、精心设计主题，突出红色教育研学、绿色生态研学，实现环境育人、劳动育人、劳动育人。适应多元消费需求，积极参与“春启江淮 研读安徽”主题活动，吸引省内外中小學生来淮研学，融入更多淮北元素。

培育生态康养新场景。以养生养老、旅居旅游为重点，依托朔西湖水云间、月亮湾、龙脊山云端露营、四季榴园遛鸟等乡村民宿，完善生活配套、交通基础设施，提高接待能力，建设职工疗休养基地，培育银发经济。发挥山水资源优势，利用自然环境改造运动场景，建设高质量户外运动目的地，发展自驾游、房车露营、山地运动、时尚秀场，以赛促旅、以展促旅，提升品牌影响力。

培育文化体验新场景。坚持“一城一韵、一韵一景”，放大濉溪“宝藏小城”品牌效应，深挖古镇、古村、古村历史价值，打造乡村文化承载地。拓展乡村公共文化服务空间，建设一批田野书房、文化驿站、乡村讲堂、民俗博物馆等，推出“民俗表演+非遗工坊”“剧本杀+田园野趣”等跨界玩法，推动地域文化与乡村旅游深度融合。借鉴“杀年猪”活动经验，设置“到农村赶大集、吃流水席、逛古庙会”等开放式场景，让游客参与互动、感受乡风民俗。

乡土特色如何重塑

特色就是优势、就是潜力。坚持因地制宜、精准定位、品质提升与文化传承，展示有温度、有故事、可参与的乡土生活，走出“小而美”的内涵式发展新路。

变好风景为好产品。立足既有资源禀赋，创新文旅产品供给，开发适配城市微度假、周末游、亲子游的标准化体验产品，发展竹林咖啡、稻田音乐会、乡村会客厅等新业态，提升乡村辨识度，争创“皖美休闲旅游乡村”。全面落实“皖美民宿”行动计划，发展特色民宿集群，争创“皖美金、银牌民宿”，让游客留下来看好风景，看好风景住下来。

变好资源为好品牌。聚焦全域旅游品牌创建，加强龙脊天路、凤栖梧桐等品牌推广，培育一批企业品牌、产品品牌，提高营销策划能力，推动“生产+生活+生态”三生融合。对赵瓦房古村落、赵集扬水站、梧桐村石头房等特色资源，规划建设文化创意社区，打造一批绘画、非遗等主题村落，集聚数字游民。

变好文化为好故事。组织开展

“寻找老物件，复活老手艺，回忆老故事，品味老土菜”活动，整合“村名、村史、村音、村味、村艺、村贤”，系统梳理乡土人文资源图谱，展示真实生动的乡村肌理。用好大运河遗址、古乐传承、古树保护、榴园四眼井、非遗技艺、天安门国旗等特色，培育有感召力的文化IP源头。利用《山水间的家》《中华古树》带来的传播影响力，讲故事创造话题，博眼球、引客流，吸引游客“听着故事来旅游”，持续为乡村集聚人气。

三产融合如何深化

立足乡村特色、运河文化、非遗资源与“淮优农产品”农业品牌，将“小而美”文旅业态融入乡村振兴全局，小中见大，以美促强，实现乡村旅游提档升级、三产深度融合。

做优“土特产”文章。打好绿色生态牌，谋划实施“生态美城·淮优农产品”品牌战略，构建“区域公共品牌+一村一品+企业产品品牌”矩阵。健全标准体系、管理体系、运营体系，提升塔山石榴、和村苹果、段园葡萄、榴园地锅鸡等产品影响力，推出系列“网红”农产品。实施乡村旅游“后备箱”升级工程，开发“村村都有好产品”，在城市展厅、景区景点、公共空间设立淮北特产柜，展销结合、以展促销。

做强特色产业集群。以艾草、浞面产业为牵引，强化市场导向、资本带动、标准引领，稳步扩大规模，统筹发展种植、初加工和综合利用加工，推进多元化开发、多层次利用、多环节增值，拓展研发、生产、加工、销售一体化全产业链条。聚焦我市绿色食品优势产业，加大招商引资、招大引强力度，深化产业链招商，推动上下游产业协同配套，解决我市农产品精深加工不足、产业化程度不高的突出短板。

做大全域旅游示范区。以全域视野整合市域资源，发挥烈山区省级全域旅游示范区辐射作用，加强县区景区联动、节会展会统筹，绘制全域旅游一张图，设计特色化乡村旅游产品和精品旅游线路，构建全域共建、全域共融、全域共享旅游新格局。持续完善旅游服务设施，依托淮河（安徽段）文化旅游大环线，以龙脊天路旅游风景道为核心IP，建设快进慢出示范路，美化提升道路沿线自然景观和人文景观，促进文旅融合。

运营质效如何提升

突出微改造、精提升，兼顾生态保护、文化传承和产业增收，集创新要素、盘活各类资源，提升专业化运营能力。

盘活闲置资源资产。加强农村集体“三资”管理，全面摸清家底，统筹好存量和增量，盘活闲置农房、老旧厂房、校舍、废弃岩宕等存量资源，探索资源发包、居间服务、资产参股等多样化途径，让沉睡资产活起来，沉默资源动起来，沉淀资金转起来，大力发展新型农村集体经济。

激发乡村人才活力。引进专业团队，对村集体资源进行市场化运营，带动乡村基础设施改善、文化传承、集体经济壮大，打造能复制、可推广的“小而美”乡村振兴示范样本。积极发挥乡村产业指导员作用，培养本土人才，鼓励懂市场、善经营、敢创新的年轻人返乡创业，让乡村更有人气、更有活力、更有奔头。

健全联农带农机制。发挥集体经济优势，积极探索“村集体+合作社+经营主体”“农户自主运营+统一管理”运营模式，鼓励农民以出租、入股、合作等方式参与文旅经营，通过租金、薪金、股金获得稳定收益，实现多渠道增收。

痛点难点如何破解

发展“小而美”文旅业态，精准聚焦乡村旅游的痛点难点以及思想困扰，为我们找到了了解题的新思路、破局的新方法。坚持规划引领，统筹全市资源，以产业思维精准定位，形成差异，加强互补。坚持内涵式发展，充分发掘自然风貌、农耕文化、民俗传统等资源，发现乡村独特价值，创作具有鲜明标识度和情感共鸣的文旅产品，防止一味追求“大而全”。坚持运营驱动，加强资源整合，建立高效链接，唤醒沉睡资源，盘活闲置资产，整合涉农资金，实现可持续发展。坚持因地制宜，与宜居宜业和美乡村建设紧密结合，着力提升农村人居环境，不盲目追求规模和眼球效应，避免大拆大建、拆旧建新。强化政策支持，布局轻量化业态，大力发展乡村休闲游、特色文化旅游，培育消费新场景。

(作者单位：市政府研究室)