



# 唱响大地欢歌 乐享人间烟火

□袁剑锋

活外音  
孙达佳

“五一”假期,阳曲县高村乡农民用举办“劳动节晚会”等自己独特的方式欢度劳动节,共同庆祝通过辛勤劳动换来的乡村振兴。(《太原日报》5月4日)

乡村晚会是农民群众自编自导、自演自赏的乡村文化娱乐形式,展示了新时代乡村文化发展的新风尚。近年来,随着乡村振兴战略深入实施,作为乡村文化的重要表现形式之一,乡村晚会发展势头迅猛,内容丰富多样,得到了越来越多的关注和支持。

乡村晚会是田园的盛宴。作为乡村地区的文化舞台,乡村晚会集中

展示了田园文化的独特魅力。农民在幕天席地的舞台上,以山川、湖泊、田野、溪流为背景,通过歌舞、小品、戏剧等表演形式,用艺术的方式展现乡村生活的美好、田园风光的秀丽以及农耕文化的内涵,表达了对美好生活的向往和追求。

乡村晚会是文化的狂欢。在晚会上,秧歌舞、皮影戏等传统歌舞戏剧,笛子、二胡等古老民间乐器最受欢迎,因为它们承载着深厚的历史文化底蕴,能触动人们内心深处的情感。通过乡村晚会,传统文化得以传承和发展,为乡村文化的繁荣和振兴注入了新的活力。

乡村晚会是情感的共鸣。通过晚会,大家可以放下平常的忙碌和疲惫,聚在一起欣赏表演、分享故事、畅谈生活,加强彼此之间的联系和沟通,增进相互之间的友谊和信任,也让每一个人感受到了乡村大家庭的温暖和关怀,助推乡村社会的和谐稳定。

乡村晚会用歌声串联起乡间的记忆,用舞蹈描绘出田园的诗意,用戏剧演绎着乡土的故事。它如同大地的欢歌,点燃人间的烟火,让人们在忙碌的生活中停下脚步,回味那份纯真的乡村情怀,感受那份深厚的乡土文化。

**新闻:**“五一”假日,各地游客纷纷打卡锦绣太原城,我市文旅市场迎来井喷状态。面对巨大客流量,我市文旅市场用心待客,花式宠客,暖心之举频频,让外地游客来太原后不留遗憾。整座城市努力,成功收获“太原,一座暖心城市!”的赞誉。(《太原晚报》5月6日)

**旁白:**引客有心,留客有道。

**新闻:**本来为了满足一些特定人群在医院就诊时的陪伴需求而产生的陪诊师,正在悄悄变味儿——一些陪诊师以陪诊之名,行营销之实,倒卖医师就诊号源,扰乱医疗秩序。(《法治日报》5月6日)

**旁白:**规范陪诊服务刻不容缓。

**新闻:**生活方式淡淡的,日子淡得像白开水,事件密集度低,主打一个随遇而安……近来,一批网民被贴上了“淡人”标签。另一端,也有一批“生活浓人”,其中极具代表性的便是“主题月生活法”的践行者,他们活得极为“浓烈”:日子以月为单位,给自己见缝插针排满各种主题活动,通过一系列主题的尝试、体验和学习,“生活浓人”们悄悄解锁更多可能。(《北京青年报》5月6日)

**旁白:**生活浓淡总相宜,人生有味是清欢。

投稿邮箱:tywbplb@163.com



# 回归茶叶本真 践行绿色消费

□孙达佳

春茶陆续上市,太原市市场监管综合行政执法队开展茶叶过度包装治理“回头看”专项行动。(《太原晚报》4月29日)

过度包装的茶叶,可谓花里胡哨,里三层,外三层,险些找不到茶叶,消费者总有一种“冤大头”的感觉,而且无法循环利用的包装垃圾也对环境不友好。

去年9月,《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》实施,该国家标准涵盖31类食品、16类化妆品,包括茶叶、酒类等,新标准对包装层数、包装成本等都作出明确规定。该规定如一剂猛药,整肃了茶叶市场,

推动行业健康发展。太原相关部门在春茶上市之际适时开展“回头看”,让茶叶乱象无处遁形。

茶本是一片树叶,因人的原因成了商品,变成文化,甚至参与了世界历史的进程。整治舍本逐末的过度包装,是让茶叶回归绿色,也是回归中国茶文化的应有之义。

消费者要敢于对茶叶过度包装说“不”。要树立理性科学的消费观念,践行绿色低碳的生活方式,主动选择简约的包装,拒绝为过度包装买单。

茶企业要秉持节约环保的理念。过度包装对于环境和资源的影响是

不言而喻的。企业要创新技术,尽量使用可重复利用的材料进行包装。通过巧妙的设计和创意,让包装体现企业文化内涵,符合绿色环保标准。把更多功夫用在茶叶品质上,用茶香吸引人。

有关部门要加大执法力度。纪检监察部门要严防茶叶背后的“四风”问题。完善激励机制,对优秀茶企实施奖励,鼓励茶企推广和利用绿色包装,弘扬节俭风尚,遏制不良风气。健全消费者维权渠道,努力营造放心的消费环境。

一杯清茶,三两知己。让茶叶回归本真,回归美好。



朱慧卿漫画

在二手电商平台购买商品,对方要求在平台外下单购买,你是否会为了“顺利交易”而听从卖家“建议”?近日,福建厦门警方公布了一起网络虚假购物案例,为抱有侥幸心理的买家敲响了警钟。(新华网5月4日)



# 让土特产为家乡代言

□梁涛

赏当地美景,品地域美食,是旅行的美好之处,而“土特产”因其独特的口感,成为游客们的“心头爱”。“晋味道”土特产在“五一”假期走俏,成了“香饽饽”。(“并州新闻”客户端5月5日)

中国是礼仪之邦,礼尚往来是人们在交往中沿袭千百年的待客之道。不少人喜欢以购买当地土特产的方式,为每一趟旅行画上句号。把带有浓郁地方特色的产品赠与亲朋好友,分享旅行收获和喜悦,让快乐翻倍,更让一趟旅行变得圆满。

如今,许多人因为美食而奔赴一座城。无论是成都、西安,还是淄博、天水,美食总是人们津津乐道的话题之一。土特产里不乏地域美食,从故乡到他乡,让更多人品尝到

了其他地域的特色,人们在品味美食时,也激发起更多人对土特产原产地的兴趣,或许在不经意间,就被列入下次出游的目的地。

围绕土特产作文章,是为家乡魅力展示提供了新途径。让土特产为家乡代言,要努力做到人无我有,人有我优。科学把握差异性,不盲目跟风,凸显地域特色和产品特点,努力在品质上追求“独一份”,在品牌上追求“擦得亮”。加大土特产的宣传力度,例如在机场、高铁站、地铁站里加大当地土特产的推荐,也可以通过精美短视频展现土特产的生产过程或烹饪方法,或是举办特色农产品品鉴活动……让人们在品尝当地美食的同时,能够对当地有更多了解。

# 社会主义 核心价值观

富强 民主 文明 和谐  
自由 平等 公正 法治  
爱国 敬业 诚信 友善



太原市文明办