

《习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想学习读本》出版发行

新华社北京2月13日电 中共中央统一战线工作部、国家民族事务委员会组织编写的《习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想学习读本》(以下简称《读本》)一书,近日由人民出版社、民族出版社联合出版,在全国发行。

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央坚持“两个结合”,不断推进马克思主义民族理论中国化时代化,鲜明提出把铸牢中华民族共同体意识作为新时代党的民族工作的主线,民族地区各项工作的主线,形成了习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想,指引党的民族工作取得新的历史性成就。《读本》共分14章,从历史方位、重要任务、工作主线、重要保障等方面,对习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想的核心要义、精神实质、丰富内涵和实践要求作了阐释。

《读本》的出版,有利于广大党员干部群众深入学习习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想,牢固树立休戚与共、荣辱与共、生死与共、命运与共的共同体理念,坚定对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党、中国特色社会主义的高度认同。

国家发展改革委下达以工代赈中央投资50亿元

新华社北京2月13日电 (记者 魏玉坤) 记者13日从国家发展改革委获悉,国家发展改革委日前下达2025年度以工代赈中央预算内投资50亿元,支持地方实施1008个以工代赈项目,计划吸纳12.3万农村脱贫人口和其他低收入群体参与工程项目建设,发放劳务报酬超过17.1亿元。

本批投资计划聚焦困难地区重点群体,强化“雪中送炭”“赈灾救急”。资金主要投向832个脱贫县等欠发达地区,并向国家乡村振兴重点帮扶县、革命老区、易地搬迁后续扶持任务较重以及受自然灾害影响较大的地区倾斜,重点支持劳务用工量大、技术门槛低、工程机械作业少的农村小型基础设施建设项目,优先吸纳低收入群众特别是农村脱贫人口、防返贫监测对象、因灾需赈济人口、易地搬迁脱贫群众等参与项目建设,在家门口就业增收。

2024年10月,国家发展改革委已提前下达以工代赈中央预算内投资50亿元,联合财政部提前下达中央财政衔接推进乡村振兴补助资金以工代赈任务40.5亿元,加上此次下达的中央预算内投资50亿元,目前已累计下达2025年度以工代赈中央投资140.5亿元。

据悉,下一步,国家发展改革委将认真贯彻落实中央经济工作会议和中央农村工作会议精神,努力扩大以工代赈投资规模,指导地方高标准高质量推进项目实施,充分发挥以工代赈项目稳就业、增收入、促消费的重要作用。

春节前后全国已举办招聘活动2.2万场

新华社北京2月13日电 (记者 姜琳) 记者13日从人力资源社会保障部获悉,各地春风行动不停歇,春节期间持续举办线上线下招聘活动,提供专车、专列、包车服务,帮助劳动者早返岗、企业稳开工。从1月中旬至2月11日,全国已累计举办各类招聘活动2.2万场,发布岗位1500万个;发出务工人员专列、专机、包车1.5万辆(列、架)次,输送劳动者37万人。

1月中旬至3月中旬,人力资源社会保障部、交通运输部等八部门在全国开展2025年春风行动,集中为劳动者、用人单位提供就业服务。各地密集开展一系列活动,推动就业服务广覆盖、就业帮扶见成效,市场热度有提升。

春节后是企业开工复产关键期,也是劳动者换岗求职高峰期。记者采访了解到,在长三角、珠三角地区,一批企业年后开工迅速赶订单、抓生产,用工需求稳中有增。人社部门聚焦企业用工所需,加强跨省劳务协作,确保企业稳定生产,经济发展实现开局稳。

江苏人社部门筹集一批传统行业、新兴领域、服务消费就业岗位,创新招聘大集、人才夜市等线下服务场景,同时用好网络招聘、直播带岗等线上服务。3月底前,江苏省将举办各类求职招聘活动3000场,发布不少于100万个就业岗位。

广东人社部门1月至3月在全省开展2025年“南粤春暖”行动,提供专列包车、求职招聘、用工保障、就业帮扶、权益维护等系列服务。截至2月12日,外省务工人员粤返岗超1800万人,约占节前返乡人数的92.8%,同比提高2.1个百分点。

我国影史首部百亿元票房影片诞生

新华社北京2月13日电 (记者 王鹏 卢有伊) 我国影史首部百亿元票房影片2月13日诞生。统计数据显示,截至当日晚间,电影《哪吒之魔童闹海》票房(含预售)达100亿元。

自1月29日正式上映以来,《哪吒之魔童闹海》已创造多项纪录:2月6日登顶我国影史票房榜,2月7日登顶全球影史单一市场票房榜……如今,影片票房突破百亿元,意味着它在全球影史票房榜上排名稳居前20位,并有望进一步提升。

业内人士认为,《哪吒之魔童闹海》的火热,既展现中国动画电影的高质量发展,也折射出我国电影市场的巨大潜力。这些亮眼的数据证明,观众对高品质的作品始终抱有足够高的热情,优质影片可以为电影市场发展注入强大动力。

在创作层面,主创团队注重从中华优秀传统文化中汲取创作灵感,同时与时代特色相结合。例如,片中“结界兽”形象来源于三星堆遗址和金沙遗址青铜人像,太乙真人形象被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色。

此外,《哪吒之魔童闹海》中角色数量是第一部的3倍,且角色建模更精致,皮肤质感更真实。片中特效镜头近2000个,主创团队达4000余人。“影片故事很生动,角色妙趣横生,陪伴一代代人成长的哪吒故事有了新的讲述方式。”来自北京的观众董女士不久前和朋友一起“三刷”了这部影片,“精彩视觉特效所带来的震撼的观看体验,让我每次走出影院都意犹未尽。”

值得一提的是,《哪吒之魔童闹海》已于日前登陆海外多地电影市场,向世界观众展现中国动画风采和中华文化魅力。

“近年来,中国电影产业蓬勃发展。作为创作团队,我们希望用动画的方式,让更多观众感受到中国传统文化的魅力。”成都可可豆动画影视有限公司总裁、电影制片人刘文章说。

新趋势新空间新潜力——新市面折射中国经济新活力

■ 新华社记者 谢希瑶 王雨箫 唐诗凝

市面,观察经济活力的窗口。申遗成功后的首个春节年味更浓,大江南北的开年市红火火。新春佳节,正越来越成为阖家团聚、文旅体验、休闲购物于一体的经济消费年度盛事。

跟随百姓欢度新春的步伐,记者深入北京、天津、江苏等地,感受中国经济新春新市面的活力脉动。

文化韵味烟火气双向奔赴 引领消费新趋势

新春伊始,文化韵味,烟火气升腾。水上打铁花,火裙舞者旋转,实景演出移步换景……在江苏苏州甯波用直沉浸式夜游景区,灯光秀、非遗表演、主题集市等文旅消费新业态,让拥有2000多年历史的甯波古镇焕发新生。

“一边走一边看演出,中途还能和演员对话互动,感觉很有意思。”来自吉林的游客王女士说。

南来北往、东行西进,“流动中国”热气腾腾。

今年春节假期,全社会跨区域人员流动量超23亿人次,超1400万人次中外人员入境。

广东潮汕“中华战舞”、北京地坛新春庙会、敦煌沙洲夜市……体验有文化底蕴的游玩项目成为主流。飞猪数据显示,“非遗游”热度较去年大增40%,包含民俗表演内容的旅游消费人次同比增长36%。

第九届亚冬会如火如荼,冰雪经济热意正浓。东北、京津冀、西北地区再迎“泼天流量”,南方室内滑雪场如雨后春笋般涌现。业内报告显示,2024至2025年冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望达到5.2亿人次。

热力四射的文旅市场,成为国内消费回暖的生动写照。经文化和旅游部数据中心测算,春节假期国内出游总花费6770亿元,同比增长7.0%;国内出游5.1亿人次,同比增长5.9%。春节档电影票房达95.1亿元,创历史新高。

连日来,各地影院人气爆棚,场次密

集。甚至有地方“商场还没装修完电影院先开业了”。

影院从业人员告诉记者,《哪吒2》等影片的热度仍在持续,引发不少观众二刷、甚至三刷热潮,票房有望持续增长。

文化为核,科技赋能,开放多元。今日中国古老又年轻,焕发崭新魅力。

街头巷尾,多了不少外国游客。打开手机,外国博主“China Travel”的视频走红社交平台,掀起海外网友对“真实中国”的赞叹与热议。

在240小时过境免签政策以及“免签朋友圈”持续扩容带动下,越来越多外国游客到访中国。第三方平台数据显示,今年到中国过春节的外国游客较2024年增长150%,创下新高。

“从未去过中国的人,永远不会知道中国有多么美丽、现代、安全。”一名韩国网友在海外社交媒体留言说。

新场景新业态层出不穷 打开市场新空间

寒风凛冽,挡不住多地商圈回归的人潮。

近日,记者乘车前往北京石景山喜隆多购物中心,打卡北京第一家“学习胖东来”自主调改的门店永辉超市。距离商场还有大约200米,排队等待驶入附近停车场的汽车就排起了长龙。

大约下午4点半,在位于购物中心二层的永辉超市,熟食区、烘焙区的客人已经排起了长队。据了解,调改前的熟食区面积只占到整个超市不到3%,调改后超过了30%,销售额较调改前增长近9倍,是该店自主调改最成功的板块之一。

“通过对近4个月的消费趋势分析,我们发现消费者对更高品质产品和服务的需求有增无减。”北京永辉超市副总经理刘姝涵说,自主调改在商品数量上“做减法”,在商品质量和服务管理上“做加法”,自调改开业以来日均销售额是调改前4倍以上,客单价提升超60%,客流量提升超6倍。春节期间,最高日销售额超过200万元。

个性化改造、多元化升级,多地商圈创新场景,掀起销售热潮。

春节假期,北京市重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额81亿元,同比增长4.2%;湖南省重点监测的389家零售和餐饮企业共实现零售总额20.61亿元,较2024年同期上涨10.84%;四川全省550家重点商贸流通企业实现销售额(营业额)34.5亿元,同比增长6.9%……

线下回归烟火气,线上增添新活力。

开年以来,各大电商过年不打烊,消费者“随时下单不囤货”“即买即达不用等”。“数字人与真人主播交替换班的模式,实现直播间24小时不下播,为品牌带来双倍的销售增长。”乐麦信息技术(杭州)有限公司相关负责人表示。

春节期间,全国网上零售额同比增长5.8%。国家统计局数据显示,1月28日至2月4日,全国揽收和投递快递包裹19.27亿件。其中,揽收和投递快递包裹数量同比分别增长31%、26.7%。

从购买商品到买服务,一系列消费新业态蓬勃兴起。

家住北京东城区的樊女士,节前在京东平台预订了家政清洁服务。“上门的是一名年轻的四川女孩,手脚特别麻利。”樊女士说。

像樊女士这样的消费者不在少数。记者近日电话咨询了北京、山东等地多家家政公司,他们表示,农历正月期间家政服务需求激增,“月嫂”至少要提前3个月预约,节后照顾老人等服务订单也明显上涨。

这个春节,从数字文旅到在线健身,从宠物喂养到上门代厨,不少地方和商家纷纷推出新服务。

“随着社会快速发展和生活节奏加快,多元化、个性化的服务需求不断增加,这一趋势在春节市场更为明显,一些服务新业态有望通过春节市场得到普及推广。”济南阳光大姐服务有限责任公司副总经理陈平说。

政策持续发力显效 释放更大市场潜力

近日,天津市和平区乐宾百货一楼的

华为授权体验店,一开门就迎来了好几拨顾客。

任阿姨和老伴儿看中了一款华为畅享70S手机,原价1219元,享受15%国补优惠后1036.15元。“真挺实惠,领补贴也简单,店员帮着操作很快就弄好了。”任阿姨说。

华为代理商天津市鸿讯通商贸有限公司销售负责人华告诉记者,随着手机等数码产品购新补贴政策知晓度进一步扩大,近期来店顾客明显增多,旗下天津市区10家销售门店的日均客流量增长70%左右,销量增长超50%。

春节期间,全国消费品以旧换新活动火热开展,汽车、家电家居、手机等数码产品等以旧换新销售量达到860万台(套)、销售额超过310亿元,家电、手机销售收入同比大幅增长约166%、182%。

“新”风劲吹,除了消费品以旧换新,还有首发经济推陈出新。

从华北首店梅果贵州创新菜到全国首家海底捞买手店,从《长安三万里》天津首展到首家福尔摩斯快闪店,春节期间,天津一批首店首展点燃消费热情。

天津市商务局消费促进处处长徐志强说,今年将重点围绕商圈建设、培育首发集聚区做功课,从政策层面撬动首发经济促进消费增长新引擎。

“加力”实施消费品以旧换新政策,推进首发经济、银发经济、冰雪经济,开展零售业创新提升工程,实施服务消费提质惠民行动,深化国际消费中心城市城市建设……从中央到地方,正推动一系列提振消费举措落地落实,持续释放内需潜力。

《华尔街日报》评价道,春节假期消费数据显示,中国消费者在商品与服务上的开销都有所上升,这可能体现出中国政府的一系列经济刺激措施正取得成效。

“中国春节假期消费升温,依托于经济发展、文化繁荣、科技创新、政策支撑,彰显中国经济强大的内需潜力、市场活力和广阔的发展前景。”商务部研究院流通与消费研究所所长董超说。

新华社北京2月13日电

聚焦亚冬会

我国冰雪运动呈“南客北上”趋势

据新华社哈尔滨2月13日电 (记者 岳冉冉 王梦) 2022年北京冬奥会结束至2024年4月,我国冰雪运动参与人数达3.13亿人,冰雪运动呈现“南客北上”趋势。

这是哈尔滨亚冬会中国体育代表团秘书长、国家体育总局冬季运动管理中心主任王磊13日在接受采访时公布的数据。王磊表示,北京冬奥会成功举办后,“带动三亿人参与冰雪运动”成果不断巩固扩大,冰雪运动“南展西扩东进”成效显著,人们参与冰雪运动热情持续高涨。

国家统计局相关部门的调查数据显示,2022年北京冬奥会结束至2024年4月,全国居民冰雪运动参与率为22.13%,参与人数达3.13亿人。其中,2023—2024赛季,第十届全国大众冰雪季期间,全国居民冰雪运动参与率为18.68%,参与人数达2.64亿人。2022年全国冰雪运动场地有2452个,2023年达2847个,群众身边的冰雪场地设施规模进一步扩大。

“在群众冰雪运动发展模式上,南北方也有较大差异,像北方地区更偏向发烧友市场,冰雪场地以室外为主,更为专业;南方地区以家庭游体验和赏玩为主,冰雪场地以室内为主,在兼顾专业的同时,更注重体验。”王磊说,正是由于这种差别,让更多南方冰雪爱好者在雪季北上,形成冰雪运动“南客北上”的趋势;长三角、珠三角地区冰雪运动爱好者已成为京津冀、东北地区、新疆、内蒙古等地冰雪运动、冰雪旅游的主力客流。

中国体育代表团官员:已创造亚冬会最好成绩

据新华社哈尔滨2月13日电 (记者 岳冉冉 王梦) 截至12日,中国体育代表团在哈尔滨亚冬会上已获得31枚金牌,创造了亚冬会历史最好成绩。

夺金覆盖面扩大

中国体育代表团秘书长王磊表示,本次亚冬会,我国在稳住短道速滑、速度滑冰短距离、自由式滑雪空中技巧等传统优势项目基础上,金牌覆盖面进一步扩大。

速度滑冰收获全部14枚金牌中的11枚,男子项目包揽金牌,男子长距离、女子中长距离包揽奖牌。技巧类雪上项目在苏翊鸣、谷爱凌缺席的情况下,年轻小将挑重担,取得了6枚金牌。越野滑雪收获了全部6金中的5金,女子个人项目实现奖牌包揽。米兰冬奥会新增项目滑雪登山包揽3个项目全部9枚奖牌,体现了该项目我国在亚洲的领先地位。

“育人才”“强弱项”上有进展

王磊表示,本次亚冬会是米兰冬奥会前重要的锻炼队伍、培养人才和积累经验的机会,亚冬会的参赛阵容也基本确定了米兰冬奥会阵容。

本次亚冬会,中国代表团170名运动员参加全部64个小项比赛,是我国亚冬会参赛历史上规模最大、人数最多的一次。以高亭宇、徐梦桃、齐广璞、范可新为代表的北京冬奥会冠军强势回归,展现了冠军实力和良好状态。以韩梅、宁忠岩、王强等为代表的中生代运动员愈发成熟,取得的成绩令人鼓舞。同时,优秀的年轻运动员不断涌现,他们个人、器材和国际赛场崭露头角,让我们对我国竞技冰雪运动持续高质量发展,人才培养的道路和模式充满信心。

高水平办赛能力再次凸显

王磊表示,本次亚冬会的成功举办,再次证明了我国具有高水平冬季赛事的办赛能力。

“哈尔滨亚冬会从取得举办权到开幕仅有580余天,是近年来我国筹办时间最短的国际综合性运动会,但得到了亚奥理事会、各参赛代表团等各方面的高度评价。这证明经过北京冬奥会周期的历练,我国冰雪项目的办赛能力和专业人才有了极大提升。”王磊说,同时,我国冰雪单项赛事近年来发展如火如荼,以2024—2025赛季为例,全国共举办30项国际赛事、107项全国赛事,越来越多的南方省市也加入到赛事申办、举办队伍中。

对标米兰冬奥会仍有差距

王磊表示,虽然本次亚冬会我们已经获得的金牌数、奖牌数都超出了赛前预期,提前锁定金牌榜、奖牌榜第一,但要清醒认识到,对标米兰冬奥会“取得境外参赛最好成绩”的参赛任务,我国竞技冰雪运动在“争资格”“创佳绩”上还需努力。

一方面,国际竞争日趋激烈,传统冰雪强国挪威、德国、荷兰、瑞士、美国、加拿大,以及东道主意大利、亚洲邻国日本、韩国等都在不同项目上具备强大的竞争力甚至统治力,给我们的备战工作造成了极大压力。另一方面,米兰冬奥会参赛资格的争夺日趋白热化,男女冰球均已确定无缘米兰,花样滑冰、冰壶及部分雪上项目的参赛资格还需一场场去拼,米兰冬奥会的资格获取形势和最终代表团规模不容乐观。