

奋斗者的告慰 后继者的拼搏

——来自抗战纪念地的致敬

7月7日，“七七事变”发生地——北京西南的宛平城在初夏时节显得十分静谧。82年前，卢沟桥畔的枪炮声拉开了中华民族全面抗战的序幕。天地英雄气，千秋尚凛然，82年来，历史从未被忘记。今天，当纪念钟声再次响起，先烈们又一次受到接班人的致敬。在抗日精神激励下，来自北京、南京、沈阳等抗战纪念地的后继者们正用拼搏的新成果告慰英灵。

展览出新 英烈得以崇尚

抗战英烈的事迹和精神，值得国人世代铭记。在中国人民抗日战争纪念馆、沈阳“九一八”历史博物馆、侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆，不断出新的展览推动抗战精神得以传扬，鼓舞着民族奋进的士气。

利用先进科技镜像手段呈现的《新民主主义论》，场景复原可触摸的延安文艺座谈会情景……在中国人民抗日战争纪念馆7日开展的《为抗战吹响号角——中国共产党与抗战文化》展览中，210余幅照片、240余件(套)文物集中展示了中国共产党推动抗日文化统一战线建立的伟大历程。

“崇尚抗战英烈，弘扬伟大的抗战精神，就是在履行和强化纪念馆的育人使命。”抗战馆副馆长董立新说，举办这些展览，就是要对抗战英烈事迹和精神的宣传。

弘扬抗战精神，为在新时代的奋斗者提供精神动力，日益成为各地抗战纪念馆的责任担当，也促使他们不断在创新中完成使命。沈阳“九一八”历史博物馆馆长范丽红说，抗战主题博物馆应该责无旁贷地成为中国梦的见证者和参与者。

随着文物不断征集、展览不断出新，走进纪念馆接受抗战精

神洗礼的人数不断增加。抗战馆今年上半年日常接待参观者超过60万人次，比去年同期增加约20万人次；沈阳“九一八”历史博物馆今年上半年接待观众就达90万人次，接近开馆以来全年接待观众的平均人次；2019年上半年侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆参观者达404万人次，超过2018年同期348万的参观人次。

形式丰富 红色文化流入青少年心田

纪念馆里丰富的抗战纪念教育资源，让参观者接受了一堂堂生动的爱国主义教育课。形式丰富的体验活动让历史教育更鲜活、更深刻。

如何让更多的孩子走进博物馆，是范丽红近年来一直在思考的问题。2016年沈阳“九一八”历史博物馆建成开放了以抗战历史为主题的儿童体验馆。

在纪念活动上朗读先烈家书、参观后给英烈写一封信，书信正成为抗战馆开展各类活动的重要载体。董立新说，近年来抗战馆重视家书的育人功能。书信、家书能将家风教育与抗战情怀结合，将红色基因的传承蕴藏其中。抗战馆还注重馆校合作，通过建立抗战精神志愿服务团、抗战宣教小分队、抗战诗书诵读基地等多种方式，引导学生以英雄为榜样。



7月7日，位于南京的侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆举行活动纪念全民族抗战爆发82周年。新华社发

2016年初，即将从侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆馆长任上退休的朱成山，带领一支包含“90”后大学生志愿者的研究团队，详细了解受害家庭在受害前后的生活情况等，最终调查内容集结成《历史与记忆——117户南京大屠杀受害家庭(族)微观史调查与研究》出版。

“他们经历了比我痛苦万倍的人生，却比我万倍热爱这个世界。”参与项目的大学生耿嫣然感慨道，“我很庆幸采访了他

们，他们改变了我的许多看法，我变得更加喜欢这个世界了。”

坚持拼搏 新时代的新一辈以骄人成绩告慰先烈

“不忘昨天的苦难辉煌、不负今天的使命担当、不愧明天的伟大梦想。”董立新说，“先烈之所以奋不顾身是为了国家更富强，对英烈最好的告慰是给英烈一个最好的国家。”这道出了众多抗战馆工作者的感悟。

抗战馆讲解员杨艳喆每天都要为络绎不绝的参观者讲解，广

播电视艺术学研究生毕业的她目前已经成长为全国金牌讲解员。她说：“在这里工作让自己的民族自豪感、使命感很强烈，希望通过我的工作让更多人了解英烈、尊崇英烈。”

在距卢沟桥数十公里的北京大兴，被称为“金凤凰”的北京大兴国际机场将于今年9月底正式通航。

“我从先烈的身上感受到信仰的力量，工作中自己也用这么一股劲，来做好每件事情。”参与北京大兴国际机场建设的中建二局员工张敬宜说。张敬宜的爷爷张廷铨在新中国成立前曾经是一名战士，后来转业成为新中国第一代建设者。

“建筑工地的混凝土需要人工搅拌，小伙子们用布把手包住，用铁锹搅拌，不到半天的时间，手就会被毫不留情地冻伤。”张敬宜通过爷爷的记录本感受到当年工作的艰辛和老一辈建设者的坚持。

在北京大兴国际机场的建筑工地上，张敬宜正用VR眼镜对新工人进行安全教育。他们一家三代先后参与了一汽、大亚湾核电站、北京大兴国际机场等国家重大项目建设。“无论时代怎么变，艰苦奋斗、攻坚克难是我们同样具备的品质，这是对老一辈最好的致敬。”

据新华社

这些中西部城市咋就成了“网红”?

重庆,113.6亿次;西安,89.1亿次;成都,88.8亿次……在抖音最新公布的2018年城市形象短视频播放数据中,力压北上广的,是这些西部城市,武汉、长沙等中部城市排名也十分靠前。

与网络上走红同步,在中国经济版图上,中西部城市的崛起是一大亮点。“网红”城市的崛起有何奥秘?城市的魅力值和经济发展的有什么关联?年中之际,记者实地调研这些城市,寻找答案。

提升魅力值: 创意营销晒出城市新形象

重庆有轻轨穿楼和8D魔幻立交,西安有摔碗酒,成都有美食……记者近日在这些城市调研发现,这些自带流量的场景画面,吸引大量游客市民在网络上自发传播分享。地方政府因势利导,积极运用新媒体讲好城市故事,在“网红城市”的缔造上形成了共振效应。

城市形象的提升,带来最直接的效应就是文旅产业的增长。在社交媒体平台上,重庆独特的地形地貌造就了一批“网红景点”,每年吸引大批外地游客前来“打卡”。统计显示,今年“五一”期间,重庆实现旅游总

收入200亿元,同比增长33.5%。

“这些创意传播活动,契合年轻群体的喜好。同时,也提升了本地居民的认同感和幸福感。”重庆两江新区党工委宣传部长张黎说。

顺应这波“网红热”,一些中西部城市政府开始有意识地突破传统的城市营销“套路”。今年3月起,重庆启动了为期半年的区县“晒文化·晒风景”大型文旅推介活动,借助社交媒体等平台,展示重庆“山水之城”的“颜值”与“气质”。

四川省发展改革委国民经济综合处处长周杰说,塑造和推广城市形象,不仅仅着眼于推动文旅产业的发展,背后其实是产业、文化、生态协同高质量发展的大文章。

作为西部的国家中心城市,成都公布了打造“三城三都”行动计划,并在全市统筹布局建设66个产业功能区,涵盖先进制造业、现代服务业和融合产业、都市现代农业等。

留住年轻人: 年均净流入数十万

一首《成都》,让“小酒馆”成为文艺青年的向往之地;一顿

“串串”,让吃货们心服口服流连忘返;一只“滚滚”,让“熊猫粉”对天府之国趋之若鹜……

这些“网红”元素在一次次制造热点的同时,也让很多人感受到成都安逸舒适的生活情趣,四川大学应届毕业生李春波就是其中之一。

“我是北方人,在成都上了4年学,现在已经离不开了。”他说,在成都既可以看到高新区里彻夜通明的写字楼,也可以体验公园里熙熙攘攘的茶馆。因为喜欢这种快慢相宜的状态,李春波已经应聘到本地一家科技企业,准备在成都扎根。

展示宜居宜居的发展环境,吸引人才落户生根,是这些“网红”城市的不二法门。恒大研究院最新发布的报告显示,从2015年到2018年,西安、成都、武汉等都市圈的年均常住人口增量均超20万人。2018年,西安常住人口增加38.7万人,进入千万人口城市俱乐部。

互联网招聘平台猎聘发布的《2019年人才前景趋势大数据报告》也显示,西安、成都、武汉均位列中高端人才净流入率榜前十名。

拥有众多高校的武汉,2017

年就启动“百万大学生留汉创业就业工程”。在有着“光谷”之称的武汉东湖高新区,当地招才局相关负责人介绍,2017年大学生政策实施以来至2019年一季度,东湖高新区共吸引留汉大学生23.83万。目前,光谷仅在企工作的博士就突破1万人,是十年前的5倍。

壮大新经济: 让“网红”城市既有面子,又有里子

从统计数据看,虽然不少中西部“网红”城市GDP已经突破万亿元,在总量上与沿海发达城市相差无几,但在产业结构和经济活力上仍有差距。“网红”城市还要加快创新转型,丰富城市内涵。

得益于优美的生活环境、较低的商务成本和充足的人才供应,小米、字节跳动、小红书等互联网公司纷纷把研发中心或相关业务总部设在武汉。光谷“互联网+”办公室常务副主任李献把这种现象归纳为“第二总部”。据不完全统计,光谷已聚集60多家互联网企业的第二总部,创造的就业岗位达数十万个,为城市经济转型提供强大动力。

武汉有“互联网+”办公室,成都有全国首个新经济发展委员会。通过管理模式创新,政府与市场相互配合,携手推动新经济的发展壮大。

“我们制定了新经济企业的梯度培育计划,把企业细分为种子企业、瞪羚企业、独角兽、独角兽或行业领军企业,开展‘一对一’服务。既要引得来‘凤凰’,也要培育出‘大树’。”成都高新区新经济发展局功能区建设推进处负责人邓毅表示。

位于成都高新区的极米科技是一家独角兽企业,不到6年时间就成长为国内投影显示行业龙头。“政府在税收、金融及办公场地等多方面给予大力支持,解决了很多实际困难。”极米科技副总裁郭雪晴说,公司已决定把总部和研发基地放在成都,正着手准备科创板的申请材料。

“重庆都市圈是内陆开放高地,产业同质化、创新能力不足是短板。”恒大研究院的报告指出。“网红”要想“长红”,抓创新是根本。今年一季度,重庆的新能源汽车、电子元件等产业势头迅猛,新产业、新动能的较快增长将让重庆的“网红”成色更足、内涵更为丰富。

据新华社