

# 老党员刘桂常的“三次抉择”

□ 本报记者 王雅妮 通讯员 张天常

家住交口县桃红坡镇上庄村的刘桂常本该是吃公家饭的人，却始终心系乡土与乡亲。多次毅然决然放弃干部待遇，一头扎进生他养他的黄土地，用一生践行着“为党和群众干实事”的誓言，每一次抉择都彰显着这位老党员对家乡的深情与对信仰的坚守。

上世纪三十年代出生的他注定一辈子和农民打一辈子交道。从小家里苦，父亲在他7岁那年就离开了人世，12岁圆锁那年，母亲也离他而去，尚不懂世事的刘桂常只能与外婆相依为命。幸运的是，上庄村距离当时的红军东征总指挥部仅有2.5公里，离毛主席路居的刘家港村也不到1公里。“小时候常听老一辈讲红军的故事，说共产党是为老百姓做主的。”1936年红军东征的烽火，从小就在刘桂常心中埋下了革命的火种，“跟着共产党走”成为他年少时最坚定的信念。

1948年，解放的春风吹遍隰县（在民国时期至1953年曾管辖交口县部分区域，后因行政区划调整划归交口县）。17岁的刘桂常踊跃加入了支援前线的送粮队。四十多里崎岖山路，翻山越岭，他每天往返八十里。青涩的肩膀，别人背一袋，他偏要挑两袋。一来二去，这个不怕苦、爱冒头的半大小子，被党组织

看在眼里。1949年3月，刘桂常光荣加入中国共产党。“那天入党宣誓，我就暗下决心，这辈子要为党和群众干实事。”

1951年，刘桂常被任命为辖区11个村的行政村干部，每月能领15元工资，成了令人羡慕的“半脱产干部”。然而，人生的轨迹在1955年迎来转折。

1955年，党中央号召农民走集体化道路，组织希望他带头返乡办社。一边是旱涝保收的干部身份，一边是家乡亟待抱团的泥土召唤，刘桂常的回答干脆利落：“自己是党员，决心跟共产党走。”他毅然放弃干部身份，回到上庄村当起了不挣工资的初级社社长。“当时农户习惯了单干，要把大家组织起来太难了。”为了把单打独斗的农户组织起来，刘桂常东家进西家出，跑遍了村里的每家每户，磨破嘴皮讲道理，最终成功把分散的农户拧成一股绳。1956年高级社成立后，他又担任书记兼社长，领着乡亲们齐心搞生产、促增收。

这样的选择对于常人来说有点惋惜，但是刘桂常丝毫没有半点后悔。

1965年前后，因工作突出，刘桂常所在的上庄大队成为当地的标杆，县委领导多次带人

前来参观学习。凭借优异的工作表现，他被抽调至县工作队锻炼，一年期满后，迎来了转为一名国家干部的机会。

面对再次递来的“铁饭碗”，刘桂常依旧选择了家乡的土地。刘桂常心里装着村里的田、惦记着一起干的乡亲，深知村里的发展离不开带头人，于是再次放弃挣工资的机会，揣着行李回到了上庄村继续担任党支部书记，带领全体社员深耕田间、发展生产，让村庄的发展势头始终不减。

第二次的抉择，第二次的放弃，别人看来惋惜，但是刘桂常就是这样做了。

1975年至1983年，刘桂常被调至所在公社企业工作，八年时间里，他先后管理过机群队、建筑队，还负责过效益丰厚的煤矿，凭借出色的管理能力成为公认的好领导，手中的“铁饭碗”分量更足。

正当工作顺风顺水时，刘桂常又一次做出了令人意外的选择——放弃公社的优厚待遇，再次回到生他养他的上庄村。有人不解他为何三番五次“自讨苦吃”，他却淡然一笑，话语朴实却笃定：“我在农村，能干事，也能成事。这里，才是我的根。”

回到村里的刘桂常，就像鱼儿回到了水

里。公社没有公路，运送公粮、物资全靠人担马驮，去一趟县城要走七八个小时，天亮出发天黑才能返程。为了改变这一现状，刘桂常带领社员们，靠着锄头、铁锹和小平车，硬是在山岭沟壑间，用12个月的时间，开凿出一条长达十多公里的“幸福路”，解决了当地群众的出行难题。

他不仅是群众心里的好党员、好干部，还是农活上的“全能把式”。作为农民出身的干部，刘桂常对农活了如指掌，农、林、牧、副、行精通，犁、耩、锄、耙样样拿手。在他眼里，“面朝黄土背朝天”不是苦难，而是施展才华的舞台，农、林、牧、副、行样样精通，犁、耩、锄、耙件件拿手。

如今，95岁的刘桂常依然保持着学习的习惯，茶几上的《习近平新时代中国特色社会主义思想学习摘要》被他翻得有些陈旧，他说这是自己有空就看书。采访中，他拿起一支钢笔，在笔记本上工整地写下“纪念抗日战争八十周年”，一笔一画，满是对党的忠诚和对历史的铭记。

三次放弃“铁饭碗”，一生甘当“泥腿子”。刘桂常的每一次抉择现在讲起来依旧那么铿锵有力！



## 年轻干部要善用“土办法”

□ 岳旭强

基层工作千头万绪，是磨炼人的大课堂。年轻干部在这里，既要懂新知识、新方法，也不能小看那些老百姓传下来的“土办法”。这些办法看着不起眼，却是群众多年摸爬滚打总结出来的真经验。

别觉得“土办法”就是过时、老套，它里面有大智慧。老百姓处理邻里纠纷，常常不照搬条文，而是先讲情、再讲理；宣传政策不用复杂术语，就用大白话，乡亲们一听就懂；组织干活，靠的是乡亲们互相搭把手的默契。这些法子不讲形式，却特别管用，因为它们是从泥土里长出来的，最贴合实际。年轻干部要放下“读书多就懂得多”的架子，真心实意去学，才能摸到基层工作的门道。

用好“土办法”，工作更对路。如果只会生搬硬套书本上的方法，在基层很容易“使不上劲”。群众觉得你话听不懂，办事不靠谱，自然就不愿配合。而“土办法”本来就是群众自己创造的，用起来顺当，也容易接受。年轻干部主动学、学着用，群众会觉得你“是自己人”，愿意跟你交心。这样，工作推动起来就更顺畅，很多难题也能找到更巧妙地解决路子。

老办法也要有新用法。现在农村发展快，新问题不断出现，光靠老办法有时候也不够用。年轻干部脑子活、懂新技术，要在尊重老传统的基础上，给“土办法”注入新活力。比如，村里的老规矩可以和国家的法律法规结合起来讲；除了上门拉家常，也能用手机微信群发个通知、通个气；乡亲互助的好传统，可以引导成更规范的志愿服务。让老经验和新方法取长补短，基层工作就能既有温度，又有章法。

基层是口深井，俯下身去，才能汲取智慧。年轻干部要把自己当学生，虚心向群众请教，把“土办法”学好、用活、并不断创新。只有这样，才能真正在基层扎下根、干成事，成长为一名让群众信得过、靠得住的好干部。

## 灶台里的成长密码

□ 本报记者 王洋 通讯员 李晶晶

清晨的吕梁山麓，阳光为黄土高原上的石楼县镀上暖金。在甜甜童心幼儿园的儿童厨房里，孩子们围在操作台前揉面团、嵌豆粒，蒸汽裹挟着麦香弥漫教室，专注的小脸上写满探索的喜悦。这不是偶然的特色活动，而是石楼县跳出“娃娃”焦虑，以“生活即课堂”理念重构县域学前教育的日常图景。

“把知识和生活分裂开，本身就是对教育的误解。”有着二十年幼教经验的老师胡颖，道出了当地学前教育革新的主张。在她所在的甜甜童心幼儿园，一幅“我的小手有魔法”的儿童画作，恰是这一理念的生动注脚——让学习脱离刻意灌输，在真实生活场景中自然发生。

这场教育革新始终扎根本土土壤。教学用的面粉来自本地农户，校园种植的是适配当地气候的蔬菜；春季，孩子们走进郊外辨识家乡植物；秋季，用丰收的粮食制作传统点心。看似简单的生活实践，实则藏着丰富的教育内涵：“给全班小朋友分馒头要做多少个”的提问，让数学思维融入日常；推、压、搓、揉的揉面动作，既锻炼手部小肌肉，又让孩子感知力量与物质变化；称量食材时渗透质量概念，等待蒸熟的过程培养延迟满足的耐心，分享成果时孕育合作与分享的品质。

创新理念同样延伸到户外活动与艺术培养中。幼儿园的操场里，没有标准化游乐设施，取而代之的是需要团队协作的“彩虹桥”、鼓励适度冒险的低矮攀岩墙。“允许孩子有控制地冒险，是体育活动的核心理念。”体育教师郑红说，当孩子凭借自身力量完成挑战，收获的信心远非语言表扬所能替代。

文艺活动也摒弃了千篇一律的集体表演，转而搭建个性化展示平台。此前，一位说话细弱的孩子在引导下完成两分钟诗歌朗诵，赢得家长自发掌声，成为个性化培养的鲜活例证。

理念推行之初，家长对学习效果的疑虑曾是主要阻力。尤其是大班孩子家长，担心这种生活化教育会让孩子输在起跑线上。对此，石楼县通过定期举办家长体验活动，让家长亲身感受教育过程。一位曾强烈要求增加识字课程的家长，在参与面团制作后感慨：“原来简单的生活实践里藏着这么多学问，我小时候在厨房学数数、认颜色的经历，恰恰印证了这种教育方式的价值。”

孩子们的变化更具说服力：曾经衣来伸手的孩子主动承担家务，直言“这是我的责任”；春游时，有孩子用树枝野花为迷路的小蚂蚁搭建通道。这些细微之处，正是教育理念落地生根的生动体现。

夕陽西下，校园红墙被染上暖光。孩子们捧着亲手制作的馒头向家人展示，稚嫩的脸庞映着笑意。石楼县用朴素而深刻的实践证明，学前教育不必追逐“高效”与“超前”，回归生活本真，让孩子成为生活的主人，才能培育出更具温度的成长力量。

## 方山县委统战部 “三链融合”锻造新时代统战铁军

研究能力、联谊交友能力和矛盾化解能力。建立“上挂下派”机制，选派优秀年轻干部到上级统战部门跟班学习，开阔视野；安排干部到乡镇、村（社区）等基层一线学习锻炼，参与乡村振兴、基层治理等中心工作，在急难险重任务中磨砺意志、增长才干。同时，严格执行谈心谈话制度，及时疏导化解苗头性、倾向性问题。对干部履职情况、工作作风进行常态化检查，对不作为、慢作为、乱作为现象及时提醒纠正。畅通内部监督渠道，营造风清气正的工作环境。

“我们将持续拧紧‘教育、成长、管理’全周期链条，让每一环都成为干部成长的‘加速器’，为推进中国式现代化方山实践贡献统战力量。”方山县委统战部副部长秦芝锋表示。

土豆、小米、红枣、核桃，豆腐、腌菜、油糕、粉条……吕梁以独特的地理环境和深厚的文化底蕴，孕育了众多品质优良、特色鲜明的土特产。然而，在过去传统营销模式下，这些珍宝市场认知度低、销售渠道狭窄、品牌价值得不到彰显，难以走出“养在深闺人未识”的困境。今天，短视频、短剧等新媒体以其强大的内容承载力、精准的传播穿透力和高度的用户互动性，为土特产的宣传、推广提供了新的机遇。运用好新媒体传播手段，让短视频与土特产无缝链接，将有效推动吕梁土特产产业化、品牌化发展。

短视频服务于土特产的内生优势。在数字经济时代，短视频已不再是简单的娱乐工具，而是驱动区域特色产业发展的引擎。抓住短视频风口，系统性、创新性地为土特产赋能，是吕梁山实现“绿水青山”向“金山银山”转化的关键一跃。

第一，打破时空限制，拓宽市场边界。短视频通过互联网，能将吕梁土特产瞬间推送至全国乃至全球用户面前，将区域市场拓展为广阔的世界市场。

第二，可视化内容呈现，强化产品信任。“有图有真相”升级为“有视频有真相”，通过生产加工、烹饪品尝等全过程拍摄，将土特产的生长环境、制作工艺、口感品质透明化展示，可极大地消除消费者的信息疑虑，建立坚实的信任基础。

第三，叙事化情感连接，提升品牌附加值。短视频不仅是产品的“说明书”，更是故事的“讲述者”。一段展示老农大爷上树打枣的视频，或是一则讲述豆腐制作流程的纪录片，都能为产品注入情感温度与文化灵魂，使其从单纯的“货物”升华为有故事的“礼品”，显著提升品牌溢价能力。



## 党群服务 驿站“进城”

临县招贤镇镇政府距离市区约40多公里，往返一趟至少需要几个小时。近年来，随着城镇化发展步伐加快，每到农闲时节，不少居民会搬到市区居住，尤其是老年人群体，独自往返乡镇办事不仅耗时费力，还存在诸多不便，而招贤镇党群服务站落户市区后，彻底解决了这一困扰群众的“远路难题”。

因为临县招贤镇党群服务站。该站选址位于离石区交口街道辖区的离石万基国际小区，服务站聚焦群众急难愁盼，打通服务群众“最后一公里”，让辖区群众在市区就能享受便捷暖心服务，切实提升群众获得感与幸福感。 记者 冯俾 摄

## “爆款”短视频解锁土特产“云端”销售密码

□ 李自若

第四，精准化用户触达，实现高效转化。短视频平台的算法推荐机制，能够精准识别并对美食、旅游、养生等潜在兴趣用户进行内容分发。结合直播带货、小程序链接等功能，实现从“种草”到“拔草”的营销闭环，缩短转化路径，提高销售效率。

不求面面俱到，聚焦“内容引爆”。吕梁不缺土特产，也不缺短视频，缺的是能瞬间抓住眼球、直击人心的短视频。平庸的展示无法在信息洪流中脱颖而出，必须集中资源，打造具有引爆力的内容尖刀。

极致化呈现“第一现场”。不拍“产品”，拍“过程”。将镜头对准最具冲击力的原生态场景：大妈用力搅拌腌菜的功夫呈现，揭开蒸酒笼盖的朦胧一刻，在悬崖峭壁上采摘沙棘的震撼景象。通过极致的视觉奇观，为产品打上“天然”、“稀缺”、“匠心”的烙印，让“看得见的新鲜”成为最强购买理由。

故事化包装，赋予人格魅力。让“人”成为土特产的最佳代言。发掘并打造“网红”新农人：可以是返乡创业、用新理念卖红枣的大学生，也可以是坚守古法、一辈子只做一瓶醋的“醋博士”，还可以是坚持要熬出油来的小米种植户。通过讲述他们真实、鲜活的故事，让消费者从“人”的信任与喜爱，无缝转移到产品上，实现“人格即品牌”的转化。

坚持内容为王，打造多元化、高品质的短视频矩阵，分类系列化推出。比如：原生态纪实类，聚焦特产源头，展现“山野之气”与“匠心之作”。知识科普类：讲解红枣的营养价值、核桃的健脑功效、沙棘的保健作用等，以专业知识树立权威，引导消费。美食制作类：展示制作家常菜、创意料理，如“岚县土豆的N种吃法”、“红枣糕制作教程”，激发用户的购买欲和动手欲。文化故事类：挖掘相关的历史典故、民间传说、红色记忆，进行文化赋能。达人体验类：邀请本土或外部流量明星，深入吕梁土特产基地，进行体验式直播，利用其影响力扩大声量。

超越简单带货，实现“信任重构”。短视频带货的本质不是销售，而是建立信任。在虚拟的交易中，构建超越线下的深度信任关系是成交的关键。充分利用短视频的互动性，建立全天候、透明化的“云溯源”体验。不仅要带货，更要“带地头”、“带车间”。邀请用户“云监工”土特产的采摘、筛选、加工全过程，并实时回应评论区关于品质、价格的任何疑问。这种“毫无保留”的坦诚，能够打消消费者对农产品品质和真伪的顾虑，构建信任护城河，为品牌溢价奠定坚实基础。

扶持“新农人”成为新“网红”。在人人都是摄影师的今天，尤其需要发挥市县融媒体中心的专业优势。市县融媒体中心有计划有步骤

地深入土特产一线，把“专业”优势精准聚焦于最关键变量——“人”身上，也就是扶持新农人成为新网红。

从本地挖掘并培育一批有潜力、有特色的“新农人主播”。通过提供专业的短视频创作、直播技巧、运营策略等系统化培训，帮助他们从普通农户成长为拥有百万粉丝的“土特产推荐官”。一个头部“乡村网红”的带动效应，远胜于一百个平庸的账号。他们是活生生的榜样，能激发整个地区的创业热情，形成“培育一个，带动一片”的裂变效应。

吕梁土特产众多，市场空间无限，短视频提供了这条破圈之路的捷径。其成功的关键，不在于技术的简单应用，而在于思维的彻底转变：从“宣传思维”转向“引爆思维”，从“卖货思维”转向“信任思维”，从“扶持产业思维”转向“孵化达人思维”。

唯有抓住重点，集中火力，用爆款内容撕开市场口子，用深度信任留住用户，用本土网红带动全域发展，吕梁的“土味山货”才能真正蜕变为备受追捧的“网红尖货”，走出一条独具吕梁特色的数字兴农之路。

（作者单位：吕梁市融媒体中心）