

# 真刀真枪干，解决矛盾和困难

□ 陈书

有多大担当才能干多大事业。习近平总书记指出：“事物往往就是这样，越怕事越容易出事，越想绕道走矛盾就越堵着道。相反，只有豁得出去、敢闯敢干，下定‘明知山有虎，偏向虎山行’的决心，真刀真枪干，矛盾和困难才可能得到解决。”面对艰巨复杂的改革发展任务，广大党员干部只有敢担当、善担当，不怕事、不躲事，勇于直面问题、敢钻“矛盾窝”，方能打开一片新天地，在改革发展的时代浪潮中破浪前行。

现实中，少数党员干部存在怕事躲事的心理和行为，为了不出事，宁可少干事、不干事，甚至遇事绕道走。比如，有的既缺乏破难题的锐气，也缺乏敢担当的勇气，遇到难题不敢上，遇到矛盾就退缩，习惯“捂盖子”；有的奉行“只要不干事就不会出事”“多一事不如少一事”的庸俗哲学，遇到问题首先考虑的不是如何解决问题，而是怎么逃避责任；有的滋生了“船到码头车到

站”心态，以“拖、推、绕”应对工作任务；等等。深究此类怕事躲事现象的根源，既有思想层面的因素，也有制度不健全等问题。从思想层面看，事业观政绩观错位扭曲，滋生了“躺平”思想，不以攻坚克难、谋发展为荣，却以不出事、不担责为荣，以至于不作为、乱作为。从制度层面看，一些地方容错纠错机制、激励机制不健全，导致一些想干事的干部迈不开步子，宁可躲事，也不想因出事被问责；一些真刀真枪干的党员干部没有得到有效激励，干好干坏一个样，干了甚至不如不干，干事创业热情被消磨。

树立起“真刀真枪干，矛盾和困难才可能得到解决”的鲜明导向，首先要在思想层面筑牢根基。习近平总书记指出：“做事总是有风险的，天底下哪有那么多四平八稳、顺风顺水的事。”必须清醒认识到，干事创业不可能是一帆风顺的坦途，总会遇到这样或那样的矛盾和风险，不可能敲锣打鼓轻

轻松就把事情做好。如果一遇到事情就怕、一遇到矛盾就绕，不但会错失化解矛盾风险的良机，还会把小矛盾拖成大问题。只有树立正确政绩观，主动在事上磨、在干中练，在急难险重任务中经风雨、见世面、壮筋骨、长才干，才能磨砺出担当作为的“铁肩膀”“硬骨头”，创造出经得起历史和人民检验的实绩。人民公仆焦裕禄不怕困难，带领兰考人民战风沙、抗内涝、治盐碱，铸就了历久弥新的焦裕禄精神；时代楷模黄大年带领科技团队只争朝夕、顽强拼搏，为实现科技强国梦殚精竭虑，攻克了一系列重大科技难题，填补了多项国内技术空白……实践证明，广大党员干部唯有做矛盾困难面前的强者，勇于直面问题、敢于担事干事，方能找到破解矛盾风险之钥，实现精准拆弹、化难为易、化危为机，不断打开事业发展新局面。

推动广大党员干部甩开膀子、迈开步子大胆干事，离不开体制机制的

夯实和完善。必须建立健全容错纠错机制、激励机制。落实“三个区分开来”，旗帜鲜明地为担当者担当、为负责者负责、为干事者撑腰、为创新者鼓劲；对前怕狼后怕虎、消极避事躲事的干部，及时提醒和鞭策。完善干部培育选用机制。多让党员干部在乡村全面振兴、抗灾救灾等急难险重任务中经风雨、壮筋骨，在实践熔炉中锻造过硬的实干担当本领；注重从承担重大任务、防范和化解重大风险等一线选拔任用干部，以鲜明导向引领广大党员干部真刀真枪干，为推进中国式现代化提供强大作风保障。

新时代新征程，面对前进道路上的各种风险和挑战，唯有与矛盾多较劲、向问题多叫板，以“明知山有虎，偏向虎山行”的担当作为解难题、化风险，才能打通矛盾“堵点”，推动党和国家事业不断取得新的重大成就。

来源：《人民日报》（2025年11月14日 第09版）

# 让“国潮”涌动“世界潮”

□ 李洪兴

文化如水，利万物而不争。  
文化出海，也当有“润物细无声”  
的智慧与气度

一个数据，引人关注。今年前三季度，我国出口节日用品、玩偶、动物造型玩具超500亿元，销往全球200多个国家和地区。中国玩偶风靡全球，在一些外媒看来“正在深远影响现代全球消费文化”。

小潮玩为何有大能量？

有“兴趣消费”的拉动：释放情绪价值，让看似小众的产品走向大众市场，促使兴趣消费勃兴。

有中国制造的托举：从设计到生产，从市场反馈到动态供给，中国潮玩驰骋海外，靠的是向价值链中高端迈进的制造能力。

还有文化创新的“密码”：一些国货潮玩如“敦煌飞天”主题产品，既保留东方美学意蕴，又融入全球

青年文化潮流，实现跨文化的美学创新。

文化产品的消费吸引力，根植于文化魅力。从中国功夫到中国节日，从传统艺术、民族音乐到网文、网剧、网游，文化出海已从“单点突破”迈入“多维矩阵”。党的二十届四中全会提出：“提升中华文明传播力影响力。”让“国潮”涌动“世界潮”，我们必须更加主动地宣介中国主张、传播中华文化、展示中国形象，以优秀作品、优质商品和服务推动文化“走出去”。

文化出海，关键在沟通人心。文化差异、语言障碍、表达方式等，都可能影响文化产品的海外接受度。找到共通元素，讲好共情故事，方能实现文化破壁。比如系列动画电影《哪吒》塑造了一个不那么完美却极富个性的人物形象，契合年轻消费群体的审美偏好，进而承载了情绪疗愈的功能。又如原创舞剧《咏春》，将舞蹈这一“世界语言”与武术这一中华文化元素进行跨界融合、创意编排，呈现出“舞中带武、武中有舞”的艺术效果，实现海外口碑

票房双丰收。

文化出海是否可持续、可转化，取决于能否真正融入当地文化和生活。照搬国内产品样态与模式，出海容易遭遇水土不服；贴合在地文化，往往事半功倍。以微短剧为例，中国公司旗下的一个微短剧平台，通过“翻译改编+本土原创”并行的内容策略，为北美市场量身定制原创剧目，使得“美国等英语地区用户的订阅意愿较强”。

实践表明，扩大文化影响力，既要具备全球化视野，也离不开本土化策略。本土化的优势就在于，既尊重本土文化，最大化贴近当地受众实际，又能有效加深其对中华文化的理解与认同，从而实现交流互鉴、美美与共。

文化魅力需要具象表达，离不开产业驱动。健全文化产业体系和市场体系，打造更多文化精品，文化出海才能更具创新活力和传播声势。当网络游戏中的舞狮步伐、服饰纹样中的生动线条、网络视频中的田园诗学，吸引国际友人了解中国、读懂中国时，人文意蕴也在无形

中拓展出市场空间。

看单个企业业绩，作为网络文学出海的重要企业，阅文集团2024年作品签约海外出版授权数同比增长80%，授权金额同比增长超200%，创下历史新高。看产业园区势头，截至今年6月，在国家对外文化贸易基地（南京）入驻文化企业超600家，规上企业2024年度总营收超300亿元。越来越多企业以文化为魂、以创意为帆，专注打磨文化精品、注重拓展海外市场，为中国故事讲得好、传得开提供着源源不断的动能。

文化如水，利万物而不争。文化出海，也当有“润物细无声”的智慧与气度。随着中国连接世界的大门越开越大，我们期待中华文化在世界文化的百花园中绽放独特而持久的芬芳，润泽越来越多的国际友人。

来源：《人民日报》（2025年11月20日 第05版）