

# 十八洞村让村民成为“双重主体”意义深远

湖南日报全媒体评论员 朱永华

“2025非遗旅游融合年度创新案例”评选结果日前揭晓，湖南湘西十八洞村凭借“从精准扶贫首倡地，到非遗赋能的中国经验”案例成功入选全国20强，成为湖南省唯一上榜项目。

非遗是现代旅游的重要元素，而旅游是非遗传承的重要载体，如何让二者紧密结合、相互成就？十八洞村探索出的有效模式是——让村民成为文化传承与旅游服务“双重主体”。

在过去一段时间和一些地方，非遗传承是一种职能部门或专业机构承担的工作，村民只是“看客”和被动参与者。十八洞村“双重主体”模式的核心意义在于打破了村民被“标本化”展示的困境，让村民真正成为乡村发展的参与者、受益者和主导者。

村民作为“双重主体”带来了三重益处：文化传承与经济发展形成良性循环，村民们通过展示技艺获得经济回报，又因收入的提升而更加珍视传统文化；增强了村民的文化自信与认同感，当年轻一代发现古老技艺可以带来丰厚收入时，他们更愿意留在家乡，接过传承的接力棒；促进了乡村的可持续发展，村民在家门口就业，缓解了空心化问题，维系了乡村的社会结构。

在十八洞村，村里保留着90%以上的传统苗家建筑，拥有苗绣、苗族鼓舞、赶秋节等多项非遗。过去，这些文化符号更多是记忆中的存在；如今，它们被系统性地融入乡村旅游

中，形成“可看、可学、可做、可带”的完整产业链条。数据显示，今年1月至9月，十八洞村共接待游客48万多人次，实现旅游收入940多万元。其中，苗绣产业年产值突破2000万元，绣娘人均年收入达1.5万至5万元。村民们通过非遗传承获得收入与尊严，又因收入的提升而更加主动地传承，形成“文化传承—产业兴旺—村民增收—深化传承”的良性闭环。

实践中，十八洞村将传统村落风貌、非遗资源与旅游场景有机结合，构建起“生产—生活—生态”相互嵌合的文化空间，让非遗从“逐渐遗忘的记忆”转变为“村寨里的日常”。在此基础上，十八洞联合周边七个村落，实现资源共享与品牌共建。各寨也根据自身特色实现差异化发展：有的设立乡村振兴学院，有的建设文化广场，有的专注民俗体验，形成文化产业集群，避免同质竞争，拓展整体影响力。

十八洞村的“双重主体”模式用实践证明了更深远的价值意义：坚持群众主体、激发内生动力，充分调动群众积极性、主动性、创造性，用人民群众的内生动力推动乡村振兴。

# 为全红婵“第五名很棒”点赞

李云勇

11月6日，第十五届全运会跳水女子双人10米台决赛，陈芋汐/掌敏洁夺得金牌，全红婵/王伟莹第五名。赛后，全红婵在接受采访时表示，无论输赢，自己都很开心。她表示，自己的脚非常痛，跳多了走楼梯都很痛，“这场比赛我能完整地坚持下来，自己还是很棒。”

全红婵以“第五名很棒”的坦然回应，为我们展现了一种超越胜负的精神——胜固可喜，败亦欣然，重在参与，勇敢前行。

全红婵的“第五名很棒”，绝非轻描淡写的自我安慰。这位天才少女惊艳世界的背后是无数个日夜的刻苦训练。她以超乎常人的毅力克服了伤病、压力与成长的阵痛。目前，她正经历着发育关的挑战，身体变化对技术动作的稳定性提出了更高要求，这背后是无数次的失败与调整。跳好每一

个动作，珍惜每一次机会，正是体育竞技所需要的。

全红婵“第五名很棒”的回应，带给世人新的思考。全红婵在夺冠后可以放声大笑，在失败后也可以保持微笑。她在失误后迅速调整状态，淡定前行。这种淡定与从容，超越胜负，让她轻装上阵，有利于在今后跳得更好、走得更远。

对全红婵的“第五名很棒”的肯定，不仅是对个人勇敢表现的褒扬，更是对积极参与精神的礼赞。人生大舞台，真正的胜利是面对胜负的自我超越，是享受过程的淡定从容，是激励他人的榜样力量。让我们为全红婵点赞，学习这种追求自我超越、永远热爱生活的力量，让自己的人生更从容、更美好。

（作者单位：衡阳钢管集团公司鸿宇公司）

别让“审丑流量”践踏司法尊严

舒朗秋

近日，一个名为“劳枝数到三”的女主播，因模仿已被执行死刑的罪犯劳荣枝而引发舆论风暴。

这个女主播在直播间里反复演绎劳荣枝在法庭上的辩解之词，将一场关乎生死、正义与法律尊严的司法审判，化作了一场哗众取宠的表演。

劳荣枝案是一段令人痛心的法治记忆，她与法子英共同实施的多起严重暴力犯罪，造成七条无辜生命逝去。该案的审理与最终判决，是我国司法机关依法严惩恶性犯罪、维护社会公平正义的庄严体现。劳荣枝在法庭上的最后陈述，不是“表演素材”，而是司法程序中的重要环节。将这一场景拿来模仿博取流量，不仅是对受害者及其家属的极大不敬，更是对司法尊严的践踏。

“审丑流量”的泛滥，暴露了部分网络内容创作者价值观的扭曲，也折射出流量导向机制的畸形。在一些平台上，越是猎奇的内容，越容易获得关注和传播。这种机制鼓励了“以丑为美”的行为，让悲剧成为流量狂欢的秀场，让司法正义沦为娱乐素材，绝不能任其泛滥。

平台的反应可谓迅速——对该主播账号予以无限期封禁，但这只是治标之策，更重要的是，平台、监管机构与社会公众形成合力，共同抵制“审丑流量”的蔓延。

女主播模仿劳荣枝事件，再次给广大网民敲响了警钟：司法正义不是表演，法律的尊严不容商量消解。网络空间不是法外之地，流量不能凌驾于公序良俗与法治尊严之上。我们呼吁所有网络参与者，守住底线，尊重法律，敬畏生命，拒绝“审丑流量”的诱惑。

（作者单位：湖北省咸宁市嘉鱼县委宣传部）

## 新闻漫画

密码锁代替不了  
公共信用链条

“双11”前，一些商家用密码锁、巨型吊牌防“蹭穿”，针对的是那些借“七天无理由退货”薅羊毛的人。相关数据显示，服装行业的高退货率让商家“扛不住”了。

商家自保可以理解，但是用密码锁、巨型吊牌防“蹭穿”的办法并不科学，也有碍于顾客退货权的行使。如何杜绝居高不下的退货率，营造良好的电商生态需要各方共同努力。

图/文 吴希



# 校门口的敬礼为何让人不安

丁慎毅

近日，一段小学生向老师校车列队敬礼的视频引发争议。对此，当事方杭州笕桥小学作出解释：学生是自愿向好，老师因安全原因无法停车回应。教育局也迅速表态：确实存在问题，立即整改。

事情看似有了结论，但公众的不安并未消散。这份不安，并非指向某个具体的人或事，而是指向了一种太过熟悉的现象：当教育过于追求形式，孩子们的真诚就成了牺牲品。

细看那段视频，孩子们站得笔直、动作标准、问候整齐，但就是太整齐、太标准，反而让人怀疑。50秒内，十辆车经过，十次整齐划一的问候，这真的是孩子们自发的问候吗？

学校说这是“值周”，是为了培养孩子们的责任感。可当“值周”变成在车流边站立，向飞驰而过的车辆敬礼，这份“责任”未免太过沉重。更让人担心的是孩子们的安全，任何一点意外，都可能造成无法挽回的后果。

老师们也有苦衷。路上拥堵，停

车会引发更大问题；行车中开窗回应，确实存在安全隐患。在这场“礼仪秀”中，老师和孩子一样，都成了被形式绑架的人。

这不是杭州一所学校的问题。在教育中，类似的形式主义并不少见，诸如为了应对检查特意准备的公开课，为了拍照组织的活动，为了汇报精心编排的数据……教育本该是静待花开的慢过程，却不断被异化为某种功利的表演。

需要反思：我们究竟要给孩子怎样的教育？是整齐划一的表演，还是自由成长的空间？是表面光鲜的形式，还是内在充盈的实质？

好的教育，应该发生在每一天的课堂上，在老师与孩子的每一次真诚对话里，在校园的每一个安全、自由的角落中。它不需要刻意的表演，只需要真实的互动。把那些华而不实的东西清出去，把时间和空间还给孩子，让教育回归真实、回归常识、回归人本身。

从深埋地下的矿盐到千家万户的餐桌调味品，雪天盐业以99.7%的纯度标杆、184.99亿元的品牌价值和行业领先的市场占有率，演绎了一场关于“质量为王”的深刻革命。

在第八届湖南省长质量奖榜单中，雪天盐业集团股份有限公司位列其中。这一湖南省最高质量荣誉的背后，是雪天盐业从当年摘掉湖南“无盐”帽子到如今引领行业高质量发展的蜕变历程。

作为盐行业头部企业，雪天盐业凭借“盐、味、言、严”四维一体的品牌发展战略，构建起品质、创新与品牌协同发展的模式，走出了一条质量强企、创新驱动、品牌引领的发展道路。

# 一场质量革命 淬炼舌尖好盐

——雪天盐业斩获第八届湖南省省长质量奖

孟姣燕 李韬 马丹 姚尧

**品质基石：铸就99.7%纯度标杆，打造中国盐业标准**

新中国成立初期，湖南还是一个“无盐省”，老百姓要么吃川盐，要么吃海盐。随着湘澧盐化“红一井”的开采和湘衡盐化亚洲最大单体井矿盐制盐企业的开工运行，湖南才一举摘掉了“无盐”的帽子。

如今，雪天盐业已建成6大食盐生产基地，产品涵盖井矿盐、海盐、湖盐。走进超市，从低钠盐、海藻碘盐到功能型调味盐，从生态盐到纯度99.7%的松態997系列，雪天盐业的产品线能够满足不同烹饪场景和人群的健康需求。

“质量是企业的生命线，对于食盐行业来说更是如此。”湖南盐业集团党委书记、董事长，雪天盐业董事长马天毅介绍，雪天盐业将品质视为企业最核心的竞争优势，运用体系管理思维推动质量不断提升。

以ISO9001质量管理体系有效运行为基础，雪天盐业不断巩固和完善企业文化管理。在此基础上，公司推行卓越

绩效管理模式，融合多个管理体系的要求，全方位规范公司经营管理。

在追求卓越的实践中，雪天盐业始

终聚焦核心竞争力，在传承中改进，在

学习中创新，逐步形成“雪天盐质·美味

世界”高质量发展模式。

在质量数字化方面，雪天盐业建立了行业领先的高质量数字化平台，综合建设多个信息系统，实现了BI智慧决策。

子公司九二盐业打造智慧工厂，数

字生产管理体系上线后，提高产量0.2%

以上、降低制盐装置能耗2%以上、实现

碱产品合格率100%，点检任务及时率提

升至95.86%。

注重绿色低碳，雪天盐业74个产品通过绿色食品认证，活水盐系列产品获得圳品认证。公司一直坚持食盐氯化钠主含量行业最高标准99.6%，比国家标准中的优级99.1%更高。

2021年松態997系列生态盐推出，主含量达到99.7%，打造了行业新标准。据介绍，矿区远离生产区37公里，通过全封闭输水管线将纯净原料输送至生产基

地，确保从源头到生产过程的纯净。

对标国际一流，2023年11月雪天盐

采用陶瓷膜物理精滤技术是雪天盐业的核心突破。该技术替代了传统的添加絮凝剂加速沉降工艺，通过物理方式过滤杂质，真正实现了“零添加”，从工艺起点保障了产品的纯净度。

公司研发降盐温工艺路线，实现了产

品包装前快速降温的效果，为无抗结

剂食用盐的生产提供可靠的技术支撑。

该项目粉末流换热降温技术首次应

用于制盐行业，降温效果明显，能耗较

低，具有行业推广价值。

2024年，雪天盐业改进产品包装技

术，让包装更加绿色环保美观。通过无

溶剂复合机摆动收卷改造，针对性解决

盐片膜碘标的周围气泡问题，实现了盐

包装行业无溶剂复合技术的突破。

近年来，雪天盐业已通过低钠盐、

生态井矿盐等产品创新，推动湖南省

低钠盐市场份额达40%。

截至目前，雪天盐业拥有授权专利

▼2025(第十九)届中国品牌节上，雪天盐业入选《TopBrand 2025中国品牌500强》榜单，品牌估值达184.99亿元。

▲雪天盐业12万吨级颗粒盐生产车间。

▲2025年10月，

雪天盐业携手中国烹饪协会名厨专业委

会及八大菜系代表大师，共同启动“减盐不减味，守护健康中国味”倡议。



数榜单上获得食盐品类第一名。目前，公司的食用盐市场占有率为稳居行业前三，经营效益居行业前三。

受市场价格下行压力，企业2024年营业收入有所下降。但近五年总体保持增长趋势，增幅达14%。在利润总额下降的情况下，纳税3.81亿元。

作为行业领军企业，雪天盐业的目光已超越了自身发展，投向了推动行业进步和健康生活方式普及的更广阔领域。

雪天盐业全面践行健康中国战略，大力推广“三减三健”健康生活理念，落实湖南省推进“减油减盐”健康新湘菜要求，创新开展“健康科普年”活动。公司联合湖南省卫健委、疾控等部门开展“五进”科普活动，向消费者传递“少吃盐吃好盐”的健康理念。还打造行业内首款AI智能营销体，成为消费者身边的膳食减盐智能健康助手。

同时，雪天盐业瞄准战略性新兴产业，快速布局新能源赛道。公司聚焦盐主业，布局衡碱项目、盐穴储能项目等，积极拓展，推动盐化工新材料产业链与新材料的深度协同与价值升级。

2025年，雪天盐业品牌估值高达184.99亿元，成为行业品牌建设典范。2023年，雪天盐业在中国顾客满意度指

数达到95%以上，稳居行业前三。

（本文图片由湖南盐业集团提供）

雪天盐业集团股份有限公司技术中心  
R&D Center of Snowsky Salt Industry Group Co., Ltd.  
湖南省井矿盐工程技术研究中心

▲湖南省井矿盐工程技术研究中心。

（本文图片由湖南盐业集团提供）