

刘莉

近日,多地城市足球联赛密集开幕。从浙江“吴越杯”到第二届“苏超”,再到山东“齐鲁超赛”,目前全国已有多个省份推出“一城一队”的业余足球联赛,打破去年纪录,阵势可观。热度虽高,但如何持续?如何应对观众越来越挑剔的目光?这是摆在每个办赛者面前的现实问题。

先行者的成功提供了参照。“村超”“苏超”的火爆,让人们看到大众足球的能量,不仅推动了当地经济发展,更凝聚了归属感和向心力。但后来的赛事不能只是模仿表面动作。搞海报、做吉祥物、玩地域梗固然容易,却难以形成真正的竞争力。要出彩,需从多个维度下功夫。

立足本土特色,打造不可替代的赛事IP。每个城市都有独特的文化资源、历史故事和地方性格,赛事应该成为展示这些特质的窗口,而不是简单复制别人的“梗”。比如,“苏超”之所以让人记住,并不仅仅因为它是江苏的城市联赛,更因为它把“散装江苏”这种地域特点变成了赛前热议的话题,让本地人觉得“这就是在说我们”。其他城市完全可以从自身的方言、美食、历史人物或地标建筑中提炼元素,让每场比赛都带有鲜明的城市印记。当本地观众能在赛场上找到身份认同和文化亲近感,外地观众也能借此了解一座城市的与众不同,赛事就有了区别于同类的独特气质。

打通大众参与的通道,让普通人从旁观者变成主角。“城超”的魅力在于它不属于职业联赛,而是属于每个热爱足球的普通人。因此,不能只把目光放在少数上场球员身上。可以降低参赛门槛,通过预选赛、分赛区等方式吸纳更多的“野生球员”。可以把赛事组织、志愿服务、宣传创意等环节向公众开放,让市民成为裁判助理、啦啦队编排、场边志愿者,甚至参与海报设计和吉祥物征集。当人们不再只是看客,而是实实在在参与了某场比赛的某个环节,赛事便会多一份温度和黏性。

强化服务细节和快速响应机制,持续制造惊喜。一项赛事办得好不好,观众最直接的感受往往来自赛场之外,例如交通是否便利?餐饮是否跟上?互动环节有没有新意?遇到问题有没有人回应?“苏超”之所以被称赞,一个很重要的原因是它“听劝”。网友建议宿迁把影视剧中的项羽形象搬到赛场,主办方快速采纳并落地,这种互动让观众感到被重视。各地“城超”可以建立常态化的建议收集和反馈渠道,无论是对赛程安排、票务服务还是对节目内容的提议,都能有专人跟进、及时回应。

“城超”的热潮来之不易,它承载着大众对体育的热爱、对精神文化的需求,也承载着城市展示自身形象的机会。只有扎扎实实围绕“大众”二字做文章,挖掘本土特色、打开参与通道、注重服务细节,“城超”才能从“一时热”走向“一直热”。

“中国式安全感”为何圈粉世界

常言道

“快递放门口不会丢”“凌晨3点敢独自在街头撸串”“笔记本电脑放咖啡馆桌子上也没人碰”……这些中国人习以为常的生活细节,近来被外国博主总结为“中国式安全感”,正在海外掀起一场“羡慕旋风”,也让我们再次审视这份安稳背后的深层逻辑。

这种安全感,照见平安中国建设的成就,彰显以人民为中心的价值取向。在中国,公共安全不是少数人的福利,而是以国家制度为依托、以全体人民为对象的普惠性安全。遇到麻烦,碰到险情,“打了求助号码就会有人来”;邻里间的口角纠纷、走失老人儿童的紧急寻回,“有事找警察”给人以踏实的心理支撑……不论身在繁华城市还是偏远乡村,都能得到充分安全保障。无差别的安全供给,背后是鲜明的价值底色:人民至上。

徒法不足以自行,良法更需善治。中国式安全感,扎根于基层治理的高效运转与持续发力。

从新时代“枫桥经验”引领矛盾纠纷有效化解,到人防与技防相结合实现网格化精细管理;从12345热线高效解决群众难

题,到“朝阳群众”“红枫义警”等不断壮大群防群治力量……良好社会秩序是由千万个微小治理单元共同托举起来的。

基层有力量,治理有温度,安全有支撑。中国之治的秘诀,就藏在基层治理的精细度里,藏在坚强有力的基层党组织中,藏在群策群力的群众智慧中。

从更广阔视角看,中国式安全感的深层根源,在于“小家”热气腾腾、“大家”蒸蒸日上

的发展红利。有学者将中国式安全概括为“发展型安全”,可谓精辟。今天的中国,在高质量发展轨道上,高品质生活成色愈发亮眼。守法实干就能过上好日子,已经成为一种集体共识。对好日子的向往与信心,让每个人都格外珍惜当下的安宁,形成共护安全的集体自觉,也让社会安定成为时代必然、发展必然。

说到底,中国式安全感,本质上是一种信任感。

我们相信党和政府。有什么问题、矛盾、纠纷,打政府部门热线也好,找基层党组织也好,通过网络留言也好,总有渠道能够把民意民意汇聚起来,也总有务实的举措化解矛盾、破解难题。

我们相信人与人之间的善意。中国

人历来追求与邻为善、相互帮扶。“四海之内皆兄弟也”“远亲不如近邻”的相处之道,“一方有难,八方支援”的团结一心,“路不拾遗,夜不闭户”的文明乡风,中华民族传统美德滋养当下、涵养未来。中国式安全感深深植根于中华优秀传统文化。

我们也相信党领导下的国家足够坚韧。就拿能源来说,霍尔木兹海峡局势紧张,全球油价波动,多国面临能源紧张与社会动荡,中国为何能保持从容?答案就在于长期坚持底线思维、未雨绸缪,以系统布局构筑起能源安全“防波堤”。高质量发展和高水平安全良性互动,能有效防范和化解影响我国现代化进程的各种风险。

实践证明,无论遇到怎样的发展困难与挑战,无论遇到怎样的外部冲击与风浪,我们都有智慧和能力渡过难关、化险为夷,持续为每个家庭、每个个体提供尊严和保障,最终走向国家强则小家稳、小家稳则国家兴的双向奔赴与良性循环。

中国式安全感的可贵,在于从不张扬,却无处不在。它源于制度、成于治理、根植民心,最终沉淀为日复一日的安宁日常。这,也是我们前行的底气和勇气所在。



公开征求意见

国家互联网信息办公室近日就消费类互联网摄像头网络安全标识实施规则(征求意见稿)公开征求意见。意见反馈截止时间为2026年5月23日。

征求意见稿提出,消费类互联网摄像头的网络安全标识对应的网络安全能力由低到高依次为基础级、增强级、领先级三个级别,相应的标识等级分别用一星、二星、三星表示。

新华社 曹一

“书画院士”不过是廉价赝品

辛音

“中国翰林书画院院士”“中国世纪大采风书画院院士”“北京世纪采风书画院院士”……见到这样的院士证书不要仰慕、也别紧张,因为它不是能力水平的证明,而是一个跟“孔方兄”一起上演的笑话。据媒体调查,这些“院士证”明码标价,只要花两三千元就能获此“殊荣”,即使“没有作品”,也不影响办理流程。

听说过山寨院士、冒充院士的,谁能想到,如今还有人做起“书画院士”的买卖。院士是我国科学技术方面和工程科技领域的最高荣誉称号,书画领域压根儿没有国家认可的院士制度。据报道,有的“院士证”上,不光盖着书画院公章,还印有国徽,任职期限一栏上则是一句表述不通的“本证书院士可长期使用”。商家照猫画虎弄出一个“书画院士”,还把假模假式的荣誉当成商品来吆喝,实在荒诞;但更荒诞的,是这种凭空捏造的“院士”头衔,竟然真有市场。

“书画院士”证书的含金量,买卖双方

都心知肚明,卖家就是利用一些人的虚荣心赚点小钱,而买证的无非是为了自抬身价。“书画院士”到处参展,招摇过市,既误导书画市场审美与价值取向,又让不明就里的买家花冤枉钱买回名不副实的作品。据报道,一名以“中国世纪大采风书画院院士”为账号头像的博主,4尺整张书法作品在网上叫价竟高达5万元。“书画院士”证书明码标价,既是对科学领域学术荣誉、学术纯粹性的亵渎,也是对书画行业名家认证、职业口碑的贬损。一张张来路不明的“院士证”,既扰乱书画行业正常的创作与评价生态,让投机取巧之徒有了可乘之机,也让深耕书画艺术的从业者寒心;不仅透支公众对文化艺术领域的信任,也践踏市场经营的规则乃至文化尊严的底线。

批发“院士证”的书画院,有的只是普通企业,有的连地址都是假的,而且均未在民政部门登记注册。可它们就敢挂着“中国”字头、印着国徽,堂而皇之地收钱发证。一个普通企业,哪来的底气在证书上印国徽,有什么资格自封“书画院”并授予他人“院士”头衔?低级幼稚的书画院

士证产销两旺,暴露出清雅的书画领域里,不乏追名逐利的虚浮之徒。监管部门应对无资质私设机构、售卖虚假“院士”头衔乱象深挖彻查,清查冒用国字头、擅用国徽标识的山寨组织,斩断背后灰色利益链。书画业内也应厘清荣誉评定标准,为书画行业涤除虚浮风气,守住文化市场的清朗底线。

不靠笔墨立身,只靠证书镀金,这样的艺术终究站不住脚。花钱买来的“院士证”,堪称书画领域最刺眼的赝品,是买家擦不掉的职业污点。书画造诣,讲究的是笔墨功夫、人文修养,不是投机取巧、沽名钓誉。艺术虽包罗万象,却有着崇尚本真的底线,绝不能容忍这类假恶丑大摇大摆混迹其中。

公告

浙江省义乌市人民法院于2026年4月28日对浙江义乌华康工业供销有限公司预重整进行了登记,并于同日作出(2026)浙0782综周11740号之一通知书,确定浙江星耀律师事务所担任浙江义乌华康工业供销有限公司预重整的管理人。请债权人自公告之日起至2026年6月23日通过邮寄申报或现场申报方式进行债权申报(债权申报地点及电话:浙江义乌市稠州街道

总部经济园B6栋2203浙江星耀律师事务所,联系人:楼律师15967963743)。债权人向管理人申报债权的,应说明债权金额、债权性质并提供相应的证明材料。需要特别说明的是,预重整期间债权人作出的承诺和授权效力均延续至重整程序,债权人与预重整的管理人在预重整期间就法律关系、债权金额、债权性质等的审查和输入结果在重整程序中仍有效。债权人会议召开的期间及其他事项请另行决定和通知。特此公告。
浙江义乌华康工业供销有限公司预重整管理人 2026年5月12日