

世界从中国这届运动会看到了什么

11月21日，中国第十五届运动会在深圳圆满落幕。历时近半个月的精彩赛事，新秀小将登峰、“全民全运”闪耀大湾区、“喜乐包”“大湾区”等生动表达，让人们记住了体育健儿的拼搏之姿，也感受到生动的文化创意。值得注意的是，关注热度不只在国内。一场国内体育赛事，何以吸引世界关注？“科技”“团结”“区域协同”，从外媒报道的这些关键词中，可以看出一些答案。

体育竞技在世界各地都极具吸引力，中国通过十五运会践行了奥林匹克精神。正如赛程之初有外媒说，如果好奇中国顶尖运动员接下来的两周都去了哪里，答案是全运会。今天，中国跻身世界体育强国，作为中国最大规模、最高水平的综合性运动会，这次十五运会汇聚了超过2万名参赛者，在34个竞技体育项目和23个群众体育项目中展开角逐，创造了8项世界纪录、5项世界青年纪录、13项亚洲纪录等，12个小项夺冠成绩超过巴黎奥运会冠军成绩，全面展示了我国竞技体育发展成就。与此相

关的赛事组织能力和基础设施建设，无疑也都进入了国际社会关注的视野。

在外媒对十五运会的描述中，科技是一个亮点。人形机器人担任“火炬手”、化身“颁奖助理”，被外国记者津津乐道。从无空调制冷降温、室内精准定位座位到智能穿戴设备，“科技全运”元素随处可见。粤港澳的企业品牌和产品展示，也给了“湾区造”集中亮相机会。如果说赛事期间，十五运会是科技产品的舞台秀场，是数字中国的鲜活缩影，赛场之外，十五运会也吹响了科技产业奋起直追新纪录的竞技哨声。

一场大型比赛需要完善的统筹和紧密的协作。对于十五运会，中外媒体多用“史无前例”来形容，很大程度上聚焦于广东、香港和澳门三地联合承办。开创性的“湾区联办”模式，在我国全运会历史上是首次。来华观赛的世界泳联主席侯赛因实名点赞称，“跨区域办赛”值得借鉴推广。

6000多名内地人员赴港澳，3000多名港澳人员到内地参赛；赛事覆盖粤港澳19

个城市，公路自行车赛途经港珠澳大桥、马拉松横跨深港，首创“一赛跨三境”和“无感通关”新模式……这些创新实践，不仅服务赛事，更打通了湾区通勤、物流与产业协作的关键节点，每个环节都凝聚着“同心协力”。正如有外媒所言，这远不仅是后勤保障层面的事，更是一种团结的象征。

作为中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，粤港澳大湾区的基础设施互联互通高效协同，规则机制“软联通”持续深化，是“一国两制”在新时代新征程的生动书写。有人如此形容：先到广东喝早茶，看游泳比赛；再到香港吃鲜虾云吞面，看击剑比赛；再到澳门吃葡式蛋挞，看乒乓球比赛。“体育+”效应的持续释放，文化和科技、文化和旅游的深度融合，都在十五运会期间结出硕果。国际社会也通过这种三地共同举办的方式，看到“一国两制”是一种不断被用于实践的制度建设。

十五运会成功举办，其意义已超越赛事本身，其影响力不止步于“闭幕”那一

刻。国际社会通过这届运动会了解到，中国人均体育场地面积在过去20年增长了两倍、群众体育活动百花齐放，在感受中国式现代化建设的蓬勃生机和巨大成就的同时，也分享了中国广大人民群众的参与感、获得感和幸福感。十五运会留下的不仅是精彩赛事，更是全民参与、共享发展的时代印记，是中华民族精气神的集中展现。当三地携手谱写的湾区乐章在“星辰大海”中奏响最后一个音符，它留下的不是告别，而是一个新征程的开始。

十五运会的举办，适逢党的二十届四中全会胜利召开之后。“十五五”规划建议明确提出，“支持港澳更好融入和服务国家发展大局，加强港澳与内地经贸、科技、人文等合作”。这些关乎发展的方案、目标、期许、努力，在一场体育盛宴中被清晰看见，并被赋予了生动诠释。这么看来，十五运会何尝不是观察“中国之治”的一个视角？中国这届运动会如此吸引世界关注，也就有了更好理解的答案。（据《环球时报》）

快评

从民生关切中找消费增长点

群众的民生需求里，蕴藏着非常可观的消费潜力。“一老一小”照护难、社区买菜不够便利、休闲锻炼缺少好去处……解决好这些“挠头事”，恰恰是开辟消费蓝海的关键所在。

点评：

民生痛点的破解过程，往往能成为消费潜力的释放过程。吉林省长春市朝阳区重庆街道光明社区，为解决老年人的就餐难题，打造“幸福餐厅”，不仅让居民受益，还培育出稳定的社区餐饮消费链条。陕西省宝鸡市渭滨区金陵街道，根据收集的100余条居民诉求，打造出养老、托育等27种业态，既填补服务空白，又带动了周边6个社区4.5万人的日常消费。以优质服务、丰富业态满足居民所需，让群众的急难愁盼变成商家的“服务清单”，民生的“心头暖”就会成为消费的新热点。（据《人民日报》）

抄袭损害公文公信力

据报道，近期多地开展公文抄袭问题专项整治，强调杜绝“材料搬家”“数据拼凑”“旧稿翻新”等行为，对抄袭公文行为进行严肃处理。

点评：

公文是政策落地的重要载体，承载着党和政府的公信力。然而过去一段时间，一些地方公文出现内容雷同。照搬照抄甚至“张冠李戴”的现象。比如，某地发布的森林防火规划，竟与500公里外另一地区的文本存在雷同，连乡镇名称都未作更改。这不仅弱化了政策针对性与执行力，更损害群众对党和政府的信任。

公文抄袭照见的，既有涉事干部自身责任心、能力和作风问题，也有形式主义、官僚主义的积弊。整治“文抄公”，需要标本兼治。首先必须端正作风，引导干部真正沉下去，摸实情、谋实策，搞清楚公文“为何写、为谁写、如何写”。其次要切实减负，严控文件数量，精简会议活动，杜绝过度留痕、层层加码的考核要求，让基层干部从“纸面功夫”中解脱出来，把精力聚焦于解决实际问题。

唯有从思想深处纠偏、从制度层面减负、从能力短板补起，才能彻底铲除滋生“文抄公”的土壤，让每一份公文都成为“干在实处”的真实注脚。（据《人民日报》）

“落叶缓扫”留下的不只是风景

记者日前从北京市园林绿化局获悉，《关于加强冬季城镇绿地管护工作的通知》已于近日发布，其中就提到了“抓好落叶清扫”工作。公园绿地内银杏、槭树等彩叶树种落叶暂缓清扫，尽量延长落叶观赏期。其间，绿地保洁重点清理白色垃圾、枯枝干枝，确保绿地始终保持清洁状态。

点评：

“落叶缓扫”的深层价值，在于推动城市文明向生态化方向转型。喷水湿化、设立禁火标识等措施，既防范了火灾风险，又保留了景观魅力；推动落叶“变废为宝”、赋予其二次生命，更是对“无废城市”理念的生动诠释。从更广阔的视角看，“落叶缓扫”的政策选择折射出城市发展理念的跃迁：从追求“洁癖式”的表面整洁，到理解生态系统的完整价值；从单一的功能性管理，到兼顾审美体验的人文关怀。当市民驻足观赏落叶飘落的轨迹，实际上是在重新构建与自然的情感联结，这正是生态文明最深厚的根基。

落叶终将归根，而“落叶缓扫”带来的启示常在常新。当城市学会与自然对话，让季节流转的痕迹成为公共景观的一部分，我们便能在现代化进程中守护住那份弥足珍贵的生态诗意，让每个行走其间的市民都能触碰到城市文明的脉搏与温度。（据《福建日报》）

莫让守规矩骑手吃亏

据报道，有外卖平台举办不闯红灯骑手奖励活动，多名保持“零闯红灯”的骑手收到奖金。

这类措施以真金白银的正向激励代替负向惩罚，有利于打破遵守交通规则者吃亏的局面，引导骑手自觉遵守道路交通安全法规。有骑手表示，以前一味追求速度，存在各种危险因素，但如今算算账，在配送外卖过程中慢一些，其实收益更大。“不闯红灯安全激励”既能促进增收，也能督促骑手注重安全。

点评：

从封堵到疏导，从惩罚到奖励，变的是手段，不变的是目的。提升外卖服务质量，兼顾效率与安全，更好保障骑手权益，办法总比困难多。比如有的平台取消超时罚款，其算法已纳入对特殊情况的考量，包括红绿灯时长、等餐时长、小区有没有电梯、道路是否拥堵等，并为骑手提供了申诉通道。有的平台将“安全分”纳入骑手考核，达到一定安全分等级的骑手将获得对应月度奖金和权益。这些改变彰显人文关怀，亦有管理智慧，让守规矩者不吃亏。（据《大众日报》）

助农创新也要有边界

近日，一名村干部为帮助村民销售滞销柿子，展示健美身材进行宣传，销量随之激增。在他爆火后，各地村干部纷纷效仿，“赛道”也愈发多元：有通过抖音特效变身西瓜、熊二、电风扇的；有带儿子出镜，开启“父子双人”赛道的……村干部们的视频越来越有“网感”，数据越来越好，产品销量也越来越高，但与此同时，争议的声音也越来越大。

不少人认为，尽管此类宣传模式对拓宽销路、改善农民生活有一定帮助，但一些村干部拍摄短视频“用力过猛”，存在“作秀”的嫌疑，为了博取个人流量“不务正业”。

质疑的声音反映出这一宣传方式存在的局限，流量过度依赖村干部的个人形象，而非与当地特色直接关联，同时，部分短视频可能存在浅薄娱乐化甚至低俗化的倾向。但应对并不困难：在鼓励他们大胆创新探索宣传模式的同时，通过清晰的规范准则，明确行为边界、守住内容底线。唯有如此，这条宣传转型之路才能走得更稳、更远，真正实现社会效益与传播效果的统一。

村干部们尝试花式宣传，让传统农业以更贴近时代、更平易近人的方式走进群众之中。这并非“不务正业”，而是一次以人民为中心的鲜活实践——它以改善民生的真切愿望为驱动，倾听民声、汇聚民智，在互动中搭建起基层干部与群众的“连心桥”。

时代在变，传播方式也在变。我们应当做的，不是因噎废食地否定这种转变，而是引导它在创新与规范、流量与责任之间，走向更稳健、更可持续的未来。（据《浙江日报》）



监管创新给预付式消费吃下“定心丸”

近日，安徽省合肥市推出的预付式资金安全服务监管新平台“预付宝”正式上线运行。该平台遵循“消费一笔、扣款一笔、到账一笔”原则，从源头上保障消费者预付资金安全，为消费者和商家搭建了一座信任的桥梁。

预付式消费可以让消费者得折扣优惠，商家留住客户、提前回笼资金。然而，部分商家恶意拖欠预付款退款，或因经营不善闭店跑路，不仅损害消费者切身利益，更透支市场信任。

对预付式消费的管理，一直存在资金监管难、消费维权难等困境。合肥的“预付宝”平台，创新预付资金监管方式，通过对资金统一存管、按消费进度逐笔划

转，就能在满足商家资金周转需求的同时杜绝其卷款跑路的可能，为破解预付式消费资金监管难题提供了新思路。从消费者角度来说，第三方监管从源头上保障预付款不会任由商家支配，消费没有后顾之忧。对商家而言，平台的强效监管和信任背书能帮助他们扩大客源、减少纠纷，守好诚信经营底线。

预付式消费的健康发展，离不开监管体系的硬核支撑。“预付宝”平台让消费者和商家实现互利互惠，也进一步证明，监管创新的步伐紧跟市场发展节奏，积极清乱象、堵漏洞，就能更好呵护消费新模式，推动消费市场持续健康发展。（据《河北日报》）

健身被直播？个人隐私拒绝流量“围猎”

健身场景竟成“流量素材”？据媒体报道，近日，有网友发帖投诉某连锁健身房部分门店未经同意，便通过官方账号发布会员健身视频、在店内开展直播，认为此举侵犯个人隐私。记者调查了解到，这类未经同意直播他人的影像被发布于公共平台的行为在健身行业并不少见。

健身房的特殊性在于，它既是开放场所，又承载个人对身体的私密改造。健身者一般着装单薄、动作幅度大，对隐私敏感度较高。部分健身房为博取流量，将镜头对准会员的动作，甚至刻意拍摄身体细节的特写，本质是用顾客隐私兑换商业利益。这笔账算得精明，却算错了法律关系。根据民法典，隐私权并不局限于私人场所，即便在公共场所，与公共利益无关的私人活动、私人信息等同样受法律保护。此外，在公共场所，如果未经他人同意，擅自拍摄、录制、公开他人的肖像，还可能构成对他入肖像权的侵犯。

时下，直播镜头对准的又何止健身房？一段时间以来，从餐厅、景区，到公园、商场，不少公共场所似乎都难逃镜

头的追踪，很多人对“被出镜”的态度正从新鲜变为反感。终结“随处直播”乱象，需要构建一个多元共治的体系。监管部门有必要出台更具针对性的规范，为公共场所直播划出边界，捍卫群众“不出镜”的权利；直播平台应建立严格审核机制，对侵权直播严肃处理，及时关停违规账号；商家须摒弃“我的地盘我做主”的思维，将“事先同意”变为铁律，明确标识拍摄区域、提供拒绝渠道、签署授权协议。

随着新技术的迅猛发展，更须反思的是，我们需要怎样的数字文明？是万物皆可直播的“透明社会”，还是保留隐私屏障的“有界空间”？我们有权拒绝成为他人流量池里的数字劳工，这种拒绝不是保守，而是对人的主体性的坚守。

流量经济的繁荣，不能以牺牲基本权利为代价。健身房等场所，商家吸引客流，最终要靠专业与服务，而非各种博眼球的营销与宣传。互联网时代，“人人皆可播”不代表“万物都能播”，想要玩转镜头，先要懂得敬畏与克制。（据《工人日报》）

