



“本升专”现象的兴起，既是职业教育回应市场需求的必然结果，也是个体在教育选择中走向成熟的标志。教育的价值，最终要由个体的成长与社会的进步来定义，而不是一纸学历的标签，这或许就是“本升专”现象给予我们的最大启示。

——北京青年报:《本科回炉专科是对职业赛道的理性选择》

某种程度上，大学开放已经成为一种社会意识演进的风向标。因此，人们还是应当有点定力、扛住压力，对拿着偶发冲突就借题发挥的声音，不要轻易被撼动、裹挟，坚持用逻辑和常识，去锚定“高等教育”应有的方向。

——光明网:《校内冲突就呼吁关校门，何尝不是借题发挥呢》

“狗爬”体罚员工事件，不过是体罚文化冰山之一角。从工厂到写字楼，从学校到培训机构，这种以羞辱为手段的管理模式从未停止。它的终结不仅需要法律的利剑与制度的创新，更需要人们思想观念的更新——唯有社会真正尊重每个人的尊严与权利，企业管理者学会正确管理，体罚文化才能成为历史。

——红网:《以“狗爬”惩罚员工，体罚文化何时休?》



## 【本期话题】

### 整治网络“伪专家”

医美博主顶着“专家”头衔推荐项目，却拿不出资质证明；财经“大V”分析市场趋势，实则满嘴跑火车……中央网信办2025年“清朗”系列专项行动中，特别强调整治“自媒体”误导公众、内容以假乱真、提供“伪专业”信息等问题。对此，你怎么看？

## 【议论纷纷】

①钟笛 平台应升级审核技术，推行专业领域“电子资质卡”，强制博主任展示认证信息，链接权威数据库可查，让“伪专家”无法冒用身份。

②南柳河 行业协会应牵头建立“伪专家”黑名单，跨平台共享。定期开展线上专业讲座，组织真专家入驻，为公众答疑，用专业内容驱散“伪专家”阴霾。

③琮琤 监管部门需制定严格内容规范，对违规者重罚并公示，提高违法成本。同时，积极鼓励公众举报。

本期话题下期继续

# “苏超”不只是赛场上的“热”

□张裕新

话说“苏超”战至第六轮，已经越来越“热”。一来是天气太热，江苏各地陆续出梅，气温飙升到40℃左右，“烧烤模式”开启，难阻球迷热情。再者是对决火热，这轮有两场热门大战同时开球，其热度几乎爆表！

(7月7日本报4版)

“苏超”是我省首届城市足球联赛，这样一场看似平平无奇的赛事为何如此“热”？得益于其天然的“草根基因”。看组队方式，除少量职业球员外，大部分选手都是“身边的普通人”，这拉近了观众与赛场的心理距离；看场馆和票价，我省各城市体育基础设施完备，小县城也都设有“第二现场”，且票价仅售5~10

元。正是这种自下而上的模式让“苏超”成为一场“全民盛会”。

进一步看，我省旺盛的经济活力，以及其孕育下的优质体育产业布局无疑是坚实的基础。各地市灵活运用“政府搭台+民间唱戏”“有为政府+有效市场”模式并打上本土烙印，政府与民间的良性互动为赛事热度更添了把火，或许也是其火热出圈的精髓所在。

“苏超”值得学习的地方不只是赛事本身。从球场到职场，那些在球场上传递出来的坚韧、坚持与坚守，为人们注入了战胜挑战的勇气与底气。有媒体评论，“苏超”开始成为覆盖整个江苏政治、经济、地理等多维度内容的文化现象。

“苏超”仍在进行中，“苏超”的力量还在释放。南通队已刷新6项“苏超”之最，那种不服输、敢于拼搏的劲头，正是南通人勇于争先、敢闯敢拼的生动写照。南通的奋进之路既需要赛场上这种永不服输、永不自满的劲头，更需要南通的企业在赛场所外找准自身优势、做大做强产业链，从争夺存量向创造增量转型上做好功课。政府部门也要因地制宜搭好台，完善政策工具箱、推动资源精准配置、释放市场活力，将“苏超热”转化为奋力谱写“强富美高”新南通现代化建设的新篇章。



# 醉眼看球可以，醉驾上路不可

□徐剑锋

5日晚，南通交警尽锐出战，在全市范围内密织安全之网，严查酒驾醉驾等严重交通违法行为，同时针对性部署机动警力在全市67个“苏超”观赛点周边不间断巡查。截至行动结束，全市共查获酒驾醉驾违法行为46起。

(7月7日本报3版)

“苏超”盛宴正改变着球迷的生活，三五成群聚在一起观赛，喝点小酒怡情本也无可厚非，但需要把握的是分寸和尺度，为自己留出安全的后路。南通公安在“苏超”期间加大酒驾查处

力度，正是基于“生命至上，安全为大”的考虑，不给行车安全埋下任何事故隐患。

当然，靠法律强制手段的确能在一定程度上遏制酒驾，但受警力、装备、时间等因素的影响，难免也会有“漏网之鱼”。事实上，在整治酒驾上，我们不是没有深度宣传引导，也不是没有深刻警示教育，个别球迷之所以敢以身试法，既是抱有侥幸心理，也存麻痹大意思想，尤其是沉醉于比赛之中的时候。

在我看来，只有当行政强制的行动真正提升为公众理智的行为时，酒

驾才会越来越少。做到这一点，需要每个球迷更加清醒和自律，自我约束，自觉杜绝酒驾。朋友、家人多一点善意提醒，酒吧餐馆多一份劝阻，虽是细微之举，但关系的却是我们每个人的幸福和整个社会的安宁。

酒虽是享受“苏超”的原色、放飞生命激情的元素，但不能因酒而逾越道德的底线、触碰法律的红线。“喝酒不开车，开车不喝酒”，对每个球迷来讲，不仅要成为一条口头禅时时念叨，更要作为一个自觉行为准则处处示范。

# 老街绘“新色”，城市更“出彩”

□鹰远

近日，骄阳似火，酷热难耐。南通大学艺术学院的学生们走进市崇川区老城区，在寺街开启了一场意义非凡的墙画创作之旅。

(7月5日本报2版)

目前，艺术墙绘不仅是城市形象的“视觉名片”，更是城市基础设施精细化管理的一部分。当下，漫步在南通的大街小巷，不经意间便能邂逅一幅幅精美的文化墙绘。这些墙绘以丰富多样的题材和生动活泼的表现形式，为城市增添了一抹亮丽的色彩，成为一道道独特的风景线，让城市形象

与文明实现“双向奔赴”。

进一步看，目前，许多城市的老旧建筑正面临如何在保护与更新中寻求完善与发展的问题，城市墙绘便为这些建筑提供了一种创新的改造方案。在保留城市街巷风貌“老底子”的前提下，通过色彩、线条、图案、光影等元素让城市焕发新生机，并结合当地实际情况进行艺术上的再创造。正如南通大学艺术学院的学生们走进崇川区老城区，在寺街进行墙画创作不仅赋予城市空间独特的艺术气息，让城市产生与众不同的艺术魅力，而且更能够带

动“打卡经济”，激活城市的“边角经济”，辐射周边餐饮、零售、文创等产业发展。

实践证明，墙绘艺术宣传不仅在于打造美观的墙，更是市政在公益宣传、文化传播、形象塑造、经济激活与民生改善上的“多功能工具”，用“艺术+流量”的方式，实现文化认同、城市好感、经济收益、民生幸福的正向循环。就此而言，墙绘艺术走红不仅仅是一种文化现象，更折射出城市发展的新趋势。期待我市把墙绘艺术引导运用好，让彩绘墙成为讲述南通文化故事的一扇窗口。



## 星级酒店出摊

近期，南通大饭店等多家星级酒店“放下身段”，在自家门前摆起了摊位，卖起了家常美食，这一转变吸引了社会各界的目光，也引发了不少市民的热烈追捧。

(7月5日本报3版)

## 值得更多行业借鉴

□政青

在当前促消费成为主旋律的大背景下，城市商业生态也在悄然重塑。星级酒店出摊打破了传统经营的边界，变“等顾客上门”为“主动走出去”，无疑拓宽了消费触点，也有利于形成更灵活、更弹性的经营机制。这种以小投入撬动大流量的尝试，值得更多行业借鉴。

做买卖只有接地气，明白消费者想要的是什么，用心去提供符合大众期待的产品与服务，才能真正掌握财富密码，立于不败之地。当然，消费热起来，离不开有序。酒店出摊，摊点要设得出彩，也要守住底线。市容市貌如何兼顾？交通秩序能否维持？食品安全怎样保障？这都需要管理部门提前布局、合理引导，推动形成既“放得开”又“管得住”的外摆生态。

南通星级酒店的出摊尝试充分证明，只要用心，就能让消费“动”起来，让城市“活”起来。

## 不是掉价而是加分

□新平

起锅烧菜的星厨、冒着热气的摊位、被食客围得水泄不通的队伍……这幅极具烟火气的画面映射出当下服务业转型中的新气象。

有人担心，星级酒店走出大堂、迈向街头，是否会“掉价”？但现实却证明，放下架子，不等于降低标准；贴近大众，不意味着牺牲品质。恰恰相反，那些在熟悉的摊位前被顾客口口相传的菜品，不但未让星级酒店“掉价”，反而让其品牌形象更加立体、生动、亲切。可以说，星级酒店出摊是一次跨越“门槛”的主动融合，是传统高端业态与新时代消费需求之间的深度对话，更是服务理念从“高处”走向“广处”的自我升级。

当然，酒店出摊也不能盲目“复制粘贴”，需要从制度、管理、传播三方面统筹布局：制度上要建立规范化的出摊机制，管理上应形成“酒店、市场、社区”三方联动，传播上要注重品牌培育与文化沉淀。可以毫不夸张地说，星级酒店的这场“摊位革命”或许正孕育着餐饮业发展的新格局呢。