

心怀远方,爱拼敢赢

□高锦陈

他们怀揣炽热之爱,开启足球梦想的地方,球队与城市有着天然的归属感和认同感,正如教练所说,每一位球员都知道“他们胸前的队徽代表着什么”。开赛以来球队协同发力、一路拼杀,每场都奋不顾身拼到最后一秒,即使本轮背负“八战八捷”光环的压力,也以“认真努力就是胜利”的坦然与执着满弓拼杀。这种对胜利的渴望和对城市荣誉的珍视,构筑了南通队一往直前的精神内核。

赛场上,南通球迷震耳欲聋的呐喊、山呼海啸的助威,他们不仅是在为一支球队“加油”,更是在表达对一座

城市的热爱与自豪。这种城市荣誉感还体现在“全城是主场”,从全力以赴的硬核保障到一呼百应的市民参与,从诸如“人走场净”细微之处的文明举动,到一张票根串通文旅的消费热潮……每一个人的努力和付出都尽显“荣誉自觉”,人人以“拼”的姿态为城而战,成为让城市荣耀的熠熠星光。

当足球成为一座城市的情感纽带和文化符号,当一支球队真正承载起城市荣誉感,当一群草根球星成为人们心中的“城市英雄”,“苏超”对于我们的价值和意义已超越球场竞技本身,通过比赛传递一种精神,凝聚一种力量,这种“核

变”的能量不仅能够转化为球场上的胜利,更能超越时空凝聚城市精神,激发市民自豪感。

有人说,南通是“苏超”的“大赢家”。在这场全民瞩目的赛场上,踢的是热爱,传的是活力,聚的是人心。每一次奔跑、每一声喝彩,是无数人对美好生活向往;绿茵场上闪耀的光芒,会照亮更多普通人的奔向山川和大海的征途。每一个平凡个体的力量,带着城市荣誉感去拼,这种精神成为激励整座城市“坚决扛起勇挑大梁重大责任”的不竭动力。这些应是“苏超”带给我们最宝贵的财富。我们坚信,志存高远、爱拼会赢!

陪伴经济,“走新”更要走心

□瞿雁飞

近日,一则“两女子雇24位陪陪助力登泰山”的新闻引发社会关注。从陪诊、陪聊到陪购、游戏陪玩,乃至陪爬,各类“陪伴服务”悄然兴起于生活诸多领域,构成了新兴的陪伴经济形态。当“陪伴”成为可购买的服务,我们应如何看待?其又如何行稳致远?

陪伴经济的兴起,反映了社会结构变迁下人们需求的演变。第七次全国人口普查显示,我国独居人口超1.25亿,较十年前显著增长。快速城市化使跨地域就业成常态,传统家庭邻里关系面临挑战。当身处陌生环境或遇到生活难题,许多人面临“身边无人可找”的困境。陪伴服务的实质是将人类基本的情感交流与互助需求,通过市场机制转化为精神服务产品。它让需陪伴者免于人情负担,按需获取服务;也让提供者凭付出获得合理

回报,开辟灵活就业新渠道。这种市场化转化展现了社会需求的多样性与市场适应性,在满足特定人群即时需求、提升社会福利、创造就业岗位方面具有积极意义。

作为新生事物,陪伴经济处于发展初期,存在亟待规范之处。首要问题是服务标准化缺失。私单约定常使服务内容、质量、价格、时间等要素界定模糊,保障不足。客户遭遇“爽约”、服务缩水或临时加价却投诉无门的情况时有发生,消费者权益难保障。其次是行业伦理边界模糊。有偿陪伴的普及,是否冲击基于情感的自发互助?若最基础陪伴都需付费,是否导致真挚情感疏离贬值?再者,最为紧要的是各方权益保障机制缺位。如“泰山陪爬”中人员轮流背负40多斤的孩子攀登,人身安全风险极大。一旦发生意外,责任认定、赔偿落实成难

题。服务者劳动安全、健康保障及消费者安全、隐私等权益亟待明确规范保护。由此可见,陪伴经济本质是市场对个体精神慰藉与生活支持需求的回应。盲目追捧或简单排斥皆非理性。关键在引导其规范、健康、可持续发展,让市场化服务与和谐人际关系互补,共同构筑温暖、具韧性的社会支持网络。这需多方合力,一要加快建立健全行业规则体系。行业协会应牵头制定从业人员准入门槛、技能要求及认证;为各类服务制定标准化合同范本,明确权利义务、服务内容、质量标准、计费方式及争议解决途径。二要强化权益保障与监管。相关部门应研究出台适应新业态的指导意见,建立便捷纠纷调解和应急处理平台;明确服务者(尤其涉体力、高风险)劳动安全保障要求;严格保护双方隐私安全,筑牢信息底线。三要加强舆论引导和价值引领。倡导陪伴服务的“专业化”属性,

明确其市场服务与纯粹情感支持的边界,引导公众理性看待其作为社会服务补充的定位,而非情感替代品;同时弘扬邻里守望、亲朋互助传统美德,鼓励建立基于信任情谊的社会支持体系,形成市场化服务与无偿互助和谐共存、相互促进的积极评价。

陪伴服务可以明码标价,但人心底最渴望的真挚温暖,终究难以完全商品化。数字时代洪流中,人们对真实、稳定、持久的情感联结与归属感需求从未改变。为市场化服务付费时,更应认识到:一个健康、文明、充满活力的社会,既需专业化、规范化陪伴服务作补充,其根基更在于亲情、友情、邻里情等编织的温暖人际联结网络。推动陪伴经济在制度框架下健康发展,使其成为传递善意、解决痛点、服务民生的有温度力量,同时守护好社会最宝贵的情感根基,方是题中之义。

以阅兵为契机 推动国防教育上新台阶

□盛雨潇

2025年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年。在这一重要历史时刻,九三阅兵不仅是一场庄严的国家仪式,更是一次全民共赴的“大思政课”。它以其宏大场面和深刻象征,唤起全民集体记忆,强化国家认同,也为推动新时代国防教育高质量发展提供了宝贵契机。

阅兵是一种强有力的教育载体,其凭借壮观的场面和广泛的集体互动,让公民尤其是年轻一代,在沉浸中感知国家力量、理解强军意义。要充分发挥其教育功能,借助短视频、公众号等新媒体手段,打破时空限制,构建线上线下联动的宣传矩阵。让英雄故事、装备知识、历史背景真正“活”起来,走进日常生活、融入社会场景,使国防教育不再是远离现实的空洞说教,而是可触可感的身边话题。

国防教育必须实现全域覆盖、全员参与。它不是某一部门、某一群体的专属课,而是关乎民族未来的必修课。政府主导固然重要,但更需要社会协同、全民行动。社区、村庄、学校、企业,都应成为国防教育的落脚点。退役军人和老党员等群体具有独特感染力,可组建宣讲团、志愿队,用亲身经历传递国防观念,让教育更有温度、更接地气。

教育的关键在人。国防教育要实现高质量发展,必须建强师资队伍。通过系统培训、机制激励和教研结合,提升教师的专业素养与教学能力。只有教师真懂、真信、真教,国防教育才能入脑入心。同时,积极推动跨部门协同和资源共享,整合红色场馆、历史遗迹、英模事迹等区域资源,打造共建共享的教育共同体,实现育人合力。

国防教育是凝聚民族精神、塑造国家认同的基础工程。九三阅兵为我们重新审视和大力推进国防教育提供了重要窗口。新时代的国防教育,应更加注重体验性、参与性和现代性,从传统模式中走出来,以更开放、更创新、更协同的方式,构建符合大国地位、适应安全需求的现代国防教育体系。我们要以阅兵为契机,弘扬爱国主义,强化国防观念,切实推动教育内容、方法和机制创新,为实现中华民族伟大复兴筑牢思想根基和社会基础。



近日,南通健儿石宇奇在2025羽毛球世锦赛男单决赛中2比1逆转泰国选手昆拉武特,夺得冠军。石宇奇首夺世锦赛冠军,同时帮助中国羽毛球队打破男单项目长达十年的世锦赛“冠军荒”。
朱晋画

探索“寻味南通”的深度打开方式

□蔡敏敏

“寻味南通”融入景点元素,满足“玩什么”的体验期待;而“3.0版本”则实现质的突破,用两天一夜的行程,深入回应“如何沉浸”的需求。“寻味南通3.0”在去程上融入甪直古镇,让游客在抵达南通之前先体验江南水乡的韵味,实现情绪的自然过渡。行程节奏舒缓,午后游客可自由选择登狼山、夜游濠河或带孩子参观动物园,既保证丰富度,也留足了自主性。第二天安排前往“沪蔬通”农批市场采购,更将体验延伸至旅程结束之后,形成一个可持续的消费闭环。

“寻味南通”专线这一模式的意义远超交通服务本身。满足了市民多元化需求,从最初满足市民对优质农产品的采购需求,到逐步融入旅游元素,发展为两天一夜的深度体验游,“寻味南通”专线不断升级,精准回应了市民

从物质满足到体验追求,再到深度沉浸的需求,为市民提供了更加丰富多样的出行选择。促进了区域经济发展,该专线实现了上海与南通的城市联动,以上海为市场窗口、以南通为体验腹地,促进了两地的资源流动和经济交流。南通的农产品得以更便捷地进入上海市场,同时上海的游客也为南通的旅游、餐饮、住宿等行业带来了消费活力,推动了区域经济的协同发展。提升了城市品牌形象,通过“寻味南通”专线,南通的优质农产品、丰富的旅游资源和独特的文化魅力得以更广泛地传播,提升了南通在上海及周边地区的知名度和美誉度,有助于打造南通的城市品牌形象,吸引更多游客和投资。上海与南通之间的互动,为区域旅游共赢提供了新的可能。

“寻味南通”路线的升级为短途旅游的发展提供了新的思路。该路线从“1.0

版本”到“3.0版本”构建沉浸式旅游的完整框架,清晰勾勒出旅游消费从物质满足、体验追求向深度沉浸的升级路径,体现了游客从走马观花转向文化融入的需求变迁。未来的“寻味”模式还可进一步创新。比如紧扣时令节奏,推出春日江海时鲜宴、夏夜滨江消暑集、金秋蟹蟹品鉴行、腊月乡间年货节等主题版本;融入文化元素,增加非遗体验、工艺制作等互动环节;在体验设计上,应该更加注重“质”而非“量”,从标准化走向个性化,从单一消费延伸至多元沉浸。

“寻味南通”的探索给出了一种启示,旅游的真正价值,不在于去了多少地方,而在于感受到多持久的滋味;不在于匆忙打卡,而在于沉浸体验。当游客带着南通的食材与记忆返程,他们收获的,不只是一个特产,更是一段值得回味的文化旅程。

观点声音

会空翻、格斗,能叠衣、调饮,善聊天、“思考”……前不久举行的2025世界机器人大赛上,各类机器人本领“进化”、各显神通,展现了人工智能的巨大潜力。如今,从旅游出行的智能助手,到工厂培训的“最强大脑”,再到装备制造的有力支撑,人工智能扮演着越来越重要的角色。“人工智能+”不断提升效率、优化体验、重塑场景,为培育新质生产力打开广阔空间。近年来,随着技术跃迁,应用深入,人工智能加快落地。看形势,我国产业结构正积极转型升级,向“新”而行、向“高”攀登,对人工智能等新技术需求旺盛;看优势,我国产业体系完备、市场规模大、应用场景丰富,推进人工智能规模化商业化应用,有条件、有基础、有支撑;看趋势,激发人工智能强大的创新潜能,已经成为全球竞争的焦点之一,你追我赶,奋楫者先。因时因势而为,才能把资源优势转化为发展胜势,让人工智能更好赋能千行百业。强化示范引领,让技术与应用实现双向奔赴。作为新兴技术,人工智能用武之地在哪?技术如何加速迭代升级?这离不开应用的反馈。比如,依靠传统方法开发新型高温合金材料,往往需要在十几种合金元素的排列组合中试错。中国钢研所借助人工智能等技术赋能,构建起专用的“材料数据工厂”,极大提升研发效率。这一过程验证了方法、提升了能力,推动“人工智能+材料研发”再上台阶。掌握人工智能发展主动权,优化创新生态很关键。当前,我国不少高校院所、企业加强研发工作,在大模型、大数据、算力等方面各有建树。应进一步强化企业创新主体地位,整合优势创新资源,形成产学研攻坚合力。同时,构建开源开放生态体系,努力降低人工智能应用成本,推动产业不断发展壮大。前不久,国务院印发《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》。乘势而上、抢抓机遇,定能让人工智能释放乘数效应,为经济高质量发展注入新动能。

——人民日报《让人工智能更好赋能千行百业》

当前,国内众多景区陷入“门票依赖症”困境,高昂门票价格不仅加重游客负担,更成为制约旅游消费升级的瓶颈。在此背景下,山西探索的“文旅+体育”模式带来新启示:一场山地越野赛让代县主动免门票,反而实现整体收益提升。“文旅+体育”模式破解了“门票依赖症”,关键在于实现了从观光经济到体验经济的转变。传统旅游模式下,游客与景区的联系往往停留在“看一眼就走”的浅层互动,门票自然成为主要收入来源。而体育赛事的引入彻底改变了这一模式——当跑步爱好者穿梭于千年古城墙下,当射箭选手在古堡中挽弓搭箭,体育成了连接古今的媒介,将静态文化遗产转化为动态沉浸式体验。游客不再是被动旁观者,而是成为场景的参与者、故事的亲历者,进而延伸出住宿、餐饮、购物等多元消费需求,使旅游收入结构从单一门票转向综合服务。从消费心理角度看,体育赛事精准把握了现代旅游游客的行为特征,实现了从“流量”到“留量”的转变。“一人参赛,全家旅游;一日比赛,多日停留”的特点,使参赛者和随行人员成为高质量旅游消费群体。赛事赋予了他们留下的理由,巧妙地破解了“走马观花式”旅游痛点,激发起了二次消费的意愿。当然,“文旅+体育”模式要真正发挥破解“门票依赖症”的作用,还需系统规划和精心运营。赛事项目选择上须与当地文化特质相契合,避免生搬硬套;基础设施和服务配套方面则须全面提升,确保稳稳接住赛事带来的消费需求;经营理念的转变则尤其重要,须从紧盯门票收入转向关注综合收益,从景区管理转向目的地综合运营与治理。

——工人日报《“文旅+体育”为破解“门票依赖症”助力》

外卖大家经常点,“无堂食外卖”你点过吗?所谓“无堂食外卖”,简单来说,就是不提供堂食,专做“外卖”。数据显示,我国外卖市场规模已突破1.5万亿,其中三成来自“无堂食外卖点”。与此同时,背景的安全的担忧也一直存在。在许多人的印象里,“无堂食”几乎就是“脏乱差”的代名词。客观来说,“无堂食”既是优势,也可能是问题。一方面,商家省下一大笔店铺租金和人工费用,菜品的价格自然可以更低,只做外卖也意味着出餐速度更快;另一方面,这类门店只有一个厨房,设备简陋、空间狭小,容易导致食品加工不规范,又往往隐匿于市井深巷,且商户的经营地址、人员等变动较大,甚至可能滑向“幽灵外卖”,给职能部门带来许多监管难题。无堂食场地、无现场监督、无追溯体系,这是“无堂食外卖”普遍存在的问题,需要一一击破、“对症下药”。事实上,许多地方已经做出探索。今年7月初,全国首个“无堂食外卖”标准落地重庆,涵盖准入门槛、经营场所、加工制作、包装、配送等多个环节,有从业者认为,如果都按标准去做,外卖店和堂食店没什么区别,因为外卖店现在全程直播,和堂食后厨透明化其实是一致的;不久前,浙江首创的《无堂食外卖聚集区管理规范》团体标准正式实施,其一大亮点就是在空间上做文章,推出“聚集区”,实行组团式管理。这样的立规明晰不仅直击行业痛点,提振了消费信心,在监管创新上也有一定的示范意义。如何让“无堂食”被“看得见”?从实践来看,上班族接受程度更高的“外卖卫星店”,提供了新的思路,由外卖某平台率先推出。其核心逻辑,是以品牌堂食门店辐射其他小店,后者虽然也是无堂食外卖,但胜在一套有利于“品控”的共享机制:同一供应链体系,采用统一的厨房人员考核、轮岗培训机制以及出餐标准。个中启示在于,随着平台经济迅猛发展,外卖行业进入精细化、规范化发展的新阶段,平台在强化资质审核、技术监测之外,还可以发挥更大作用,主动参与到治理工作中。堂食可以无,规则必须有。从源头到终端,从“前台”到“后厨”,唯有多方协同共治,让更多“阳光”穿过缝隙、照亮盲区,才能避免劣币驱逐良币,更好守护“舌尖上的安全”。

——南方日报《“无堂食外卖”也可以更透明》

日前,有家长在人民网“领导留言板”反映,电话手表对中小学生的身心健康与学业会造成负面影响,建议教育局禁止中小学生带电话手表等电子产品到学校。家长的忧心,可以理解。一块“手机化”的电话手表,从视频通话到社交娱乐,多种功能傍身,可下载的App多达数十款,的确容易令孩子沉迷其中,甚至成为部分学生攀比炫耀的“新道具”。正因如此,一些家长隔空“喊话”教育主管部门,希望出台一些禁令,从源头阻断电话手表“进校园”。但我们不能忽视,电话手表也在许多场景中扮演着“安全守护者”的角色。比如,实时定位、紧急呼叫、即时联络,这些功能为不少家庭,尤其是双职工家庭,提供了安全保障。其实,管理和引导比“一禁了之”更加契合家长的普遍期待。完全“一禁了之”,看似干脆,实则可能切断了亲子之间必要的安全连接。事实上,教育部早已明确“有限带入校园、禁止进课堂”的手机管理原则,其核心正是“分类管理、疏堵结合”,既维护校园秩序,也尊重实际需求。落实该政策的关键,在于家校之间各尽其责、协同配合,而不是彼此推诿、相互“甩锅”,或依赖政策单向“出手”。教育主管部门要细化校园智能终端产品管理指引,督导学校落实统一保管、分类管理,避免放任不管或一刀切禁止。家长则应在日常生活中帮助孩子建立“规则感”,与孩子共同制定和遵守电话手表的“使用公约”。

——广州日报《电话手表在校需规范而非禁止》

烽火岁月虽已远,但历史从未被遗忘。八十年过去,人间换了模样。从1931年九一八事变开始,历经14年,中国军民以3500多万人伤亡的代价,铸就了世界反法西斯战争东方主战场的胜利。这场胜利,是山河光复,更是民族精神的淬炼。正如毛泽东所言:“这是战争史上的奇观,中华民族的壮举,惊天动地的伟业。”那种“一寸河山一寸血”的坚守,早已成为中华民族刻在骨子里的力量。在这场救亡图存的抗战中,无数浙江儿女用生命捍卫家园。四明山抗日根据地,一直坚持游击作战,不屈不挠;浙赣战役里,军民携手阻敌南下……在这片土地上,有郁达夫这样的文人以笔作枪,也有商人毁家纾难。这些历史的细节,共同构成了全民抗战的鲜活画面,永远不会被时间冲淡。“山河已无恙,你们看见了吗?”这句穿越时空的问话,藏着最深情的告慰。在网上,张凌赫、杨洋、宋祖儿等不少明星都寄出了自己的“山河信”,网友们也跟着积极地参与。当年英雄浴血守护的山河,如今已是高铁穿梭、稻浪翻滚、城市繁华的盛世景象。从百废待兴到世界第二大经济体,中国发生了翻天覆地的变化。这山河无恙,不只是国土完整那么简单,更是人民当家作主,掌握了发展的主动权,是和平的阳光,照耀在每一片土地上。普通百姓拿起镜头,将个人视角融入国家叙事,让个体记忆与集体记忆共鸣。九三阅兵仪式,是对英烈的告慰,也是精神的传承;是对历史的回顾,更是对未来的展望。千万人拍摄的不只是风景,更是对“山河永固、精神长青”的宣誓,让抗战记忆走出书本与博物馆,融入每个人的日常生活。在抗战胜利80周年这个节点,借着“山河信”回望过去,不只是为了铭记苦难,更是为了汲取前行的力量,也是在告慰先烈;这盛世如你们所愿!我们记住了历史,传承了精神,一定会继续奋斗,让这片山河越来越好!

——钱江晚报《山河为信 告慰抗战英烈》

热点快评

近日,上海长途客运南站推出的“寻味南通”专线再次升级。新路线安排了两天行程,融合购物、旅游和文化体验等内容,让游客有足够的空间感受南通魅力。这趟最初以“跨省买菜”为特色的线路,如今已迭代至第三代,其演变升级,不仅反映了旅游产品的创新路径,更成为观察旅游消费升级的一扇窗口,让我们看到一种新型消费需求的蓬勃兴起。

从“1.0”到“3.0”,“寻味南通”的升级折射出旅游消费需求的持续跃升。

“1.0版本”精准回应市民对优质农产品的需求,解决“吃什么”的问题;“2.0