

跑出体育强国建设“加速度”

何 翌

近日,国家统计局、国家体育总局发布数据显示,2023年全国体育产业总规模(总产出)达36741亿元,增加值为14915亿元,占国内生产总值(GDP)的比重为1.15%,比上年提高0.07个百分点。数字背后,是体育产业加速奔跑的强劲脉搏,展现出其在国民经济中日益提升的地位。

事实上,这一跃升态势已持续多年。2012年至2022年,我国体育产业增加值年均增速达15.4%,占当年国内生产总值比重从0.6%提升至1.08%。刚刚落幕的2024赛季中国乒乓球俱乐部超级联赛总决赛,就为2025年的上海体育消费开了好头:三天的赛程,共约55000名观众到场观看,其中80%来自外地,有人直接拖着行李箱奔赴赛场,票房收入破3000万元。

不少球迷看完比赛后打卡文旅地标,赛事、商圈、假日经济成就三方共赢。有人盘点,继2024年全年举办178项国际国内重大赛事后,2025年的上海“赛事日历”依然亮眼,几乎全年有赛:

F1中国大奖赛、上海帆船公开赛、上海环球马术冠军赛、上海赛艇公开赛等国际大赛都将如约而至。其中,2025世界赛艇锦标赛将于9月在上海举行,这是世界赛艇顶级赛事首次落户中国。不只是上海,贵州“村超”、环青海湖国际公路自行车赛等赛事都是商文体旅融合的成功典范,城市与赛事、文体与消费的“双向奔赴”显示出巨大的市场潜力。

从全球范围来看,体育产业尤其是体育竞赛表演业的溢出效应,已得到广泛重视。近年来,沙特、阿联酋等国家纷纷加码体育产业,电子竞技、综合格斗、虚拟体育等新兴运动蓬勃发展。纽约、洛杉矶、伦敦、巴黎等全球体育城市中,体育产业占比普遍达到3%左右。相较而言,我国体育产业还是一片亟待拓展的“蓝海”。细读此次发布的数据,体育服务业的快速壮大尤为引人注目。2023年体育服务业增加值为10849亿元,占体育产业增加值的比重跃升至72.7%,较

上年提升2.1个百分点,成为引领产业发展的中流砥柱。这也表明,我国体育产业正迈向以服务经济为主导的新阶段。促进体育产业创新发展,鼓励体育企业加大研发投入,满足消费者多样化的体育需求,都应成为发力点和支撑点。

当下,提供丰富的运动装备商品早已不能满足民众的需要,他们渴望深度体验体育活动,尽情享受专业服务。体育消费需求的变化,为新兴体育项目带来活力。2023年全国露营地市场规模超过300亿元,曾经的小众探险活动,成为大众休闲新宠。骑行运动更是持续升温,2023年,全国各类自行车赛事超200场,自行车整车、骑行服饰、配件装备等销售水涨船高,骑行驿站、维修保养服务也顺势发展,构建起庞大而活跃的骑行产业链。2023年,我国马术产业市场规模已超200亿元,全国马术俱乐部数量近千家。随着攀岩成为东京奥运会新增项目,行业迎来发展黄金期。2023年,

全国攀岩场馆数量突破600家,攀岩人口达50万人左右。在一线城市大型商场内,常能看到专业攀岩馆人气爆棚,不同年龄层、不同水平的攀岩者挑战自我,感受“岩壁芭蕾”的魅力。与此同时,科技与体育共舞,智能穿戴设备、线上赛事平台、体育场馆智能化改造等,为体育产业增添了新的强劲活力。

《体育强国建设纲要》提出,到2035年,体育产业要发展成国民经济支柱性产业。我们有理由相信,在一系列政策支持 and 市场利好的推动下,人们的健身需求将进一步释放,体育消费市场会不断扩容,“十四五”期末体育产业总规模达到5万亿元的目标有望顺利实现。随着电竞产业、体育元宇宙等新兴热点领域不断涌现,不同人群的多元化体育消费需求将得到更好满足。体育不仅会成为我国经济增长的重要助推力,而且将为提高国民健康水平、推动高质量发展作出更大贡献。

来源:光明日报

治理AI谣言如何“先人一招”?

杨 博

近日,一张“被压废墟下的小男孩”图片引发广泛关注。这张由AI生成的图片在某短视频平台被多个账户转发,配文都与西藏日喀则地震关联。令人警惕的是,配文关联日喀则地震的AI生成图片并非个例。尽管大部分转发后的图片被平台提示为“AI生成”,但仍有不少网友误以为真。

在这波谣言中,有两个特点值得注意。其一,“被压废墟下的小男孩”图片是在被盗用转发时与地震相关联的。其二,媒体测试发现,在未给予任何侵权、违规、虚假信息等干预提示下,多款AI智能生成软件就自动生成了多张相关图片。记者随机配上音乐,并标注关联日喀则地震的字样,相关视频就能顺利发布。这说明,从内容生成、搬运到发布,甄别与监测是滞后的。



其实,治理谣言的要诀不外乎三句话。谣言止于公开,止于智者,止于法治。在人工智能的语境下,所谓止于公开、止于智者,是指平台方快速协同辟谣,并把AI作为谣言粉碎机。所谓止于法治,则指构建行之有效的网络监管机制,并对相关违法犯罪予以重拳打击。三者相

互依托、相辅相成,就能形成治理谣言的合力。

先从法治说起——AI造谣门槛低、批量化、难识别,亟须对其加强司法治理。在事前阶段,要明确研发者、服务提供者以及网络平台的主体责任;在事后阶段,则要严格追究违法行为人的刑事责任、行政责任。只有扎紧网络空间的制度篱笆,阻断黑灰产业链,提高违法成本,AI谣言才会“插翅难飞”。再来说平台协同辟谣——AI内容生成平台要完善对生成内容及其来源的标识机制,并与互联网内容平台实现数据共享,从而实时进行数据识别比对、预警。最后,互联网内容平台可“用AI治理AI”,对受谣言滋扰的用户智能推送辟谣内容。只有三管齐下,治理AI谣言才能“先人一招”。

来源:广州日报

春节留人用“薪”更要用“心”

雨 馨

春节脚步临近,快递、家政等服务行业出现不同程度用工紧张。为保障节日用工需求,人社部近日联合多部门开展多种形式的岗位对接活动,很多企业更是开出双倍甚至三倍工资留人。

团圆是春节的最大主题,不管在哪里工作、从事什么行业,许多人都会选择返乡过年。家政、快递等服务行业,外来务工人员占比高、人员流动性较大,本就存在季节性用工缺口,年节更是凸显。但对于服务对象而言,这些行业与日常生活密切相关,育婴、看护等聚焦一“老”一“小”,属于刚性需求,实在离不开人。为此,每到年关,许多城市都会积极推出稳岗措施,一众企业也拿出真金白

银主动留人。实打实的物质保障,确实让许多劳动者选择留岗过年、错峰返乡,极大缓解了“用工荒”,确保了春节服务“不断档”。

对于劳动者来说,好待遇固然是重要考量,物质之外的人文关怀同样不可或缺。确保稳岗留工举措真正发挥作用,既要拿出实实在在的高薪,让务工者更有获得感,也要给予切实的关爱和尊重,让他们更有幸福感。在这方面,一些城市和企业的暖心举措可圈可点。组织“暖心专车”点对点接送异地务工人员返乡返岗;为留岗家政人员提供免费住宿与体检服务;通过多种方式送上真情实意的春节关怀礼包……无论是完善生活保障,或是丰富精神文化生活,只有拿出有温度、

暖人心的举措,将心比心、以心换心,才能让大家打心底里愿意留下来。

正所谓“留人在一时,功夫在平时”。从更大视野来看,尤其是对于城市来说,热情留人不能止于春节期间,更要把真心用在平时。人才是激发经济活力、提升城市竞争力的最宝贵资源。而人们喜欢一座城市,除了繁华便捷、充满机遇等外在条件,还在于一种被尊重、被认可的归属感。这也意味着,除了在物质层面保障劳动者待遇,还应在城市生活诸多方面落实“以人为本”,积极回应各个群体的不同诉求。

用“薪”留人更要用“心”。期盼更多地方以春节为契机,把“招得来、留得住”的工作做得更细致,实现“人与城”的发展共赢。

来源:北京日报

天气寒冷,“小太阳”、暖脚箱、暖手宝等各类“取暖神器”受到消费者青睐。然而记者调查发现,部分取暖用品不符合国家标准,质量堪忧,暗藏爆炸、火灾、烫伤、触电等各种安全隐患,威胁消费者的生命健康和财产安全。

每到冬季,各地市场监管部门都会对取暖用品进行抽查,但因取暖产品质量问题引发的安全事故时有发生。监管部门必须重拳出击,确保从生产到销售的每个环节都能得到有效监管,形成全流程监管体系,保障使用者的安全。

严抓生产端是重中之重。监管部门应进一步加强重点产区和商品的专项检查,防止不合格产品流入市场。在商品流通环节,也要加大抽检力度和频次,建立常态化机制。对消费者的投诉以及因质量问题引发的安全事故应高度重视,顺藤摸瓜,斩断劣质产品产业链,并严肃追究制假售假者的法律责任。

平台和商场也要切实承担起相应的责任。在电商平台上,一些明显不合规的产品赫然在目。对此,监管部门在加强对平台监管的同时,也需进一步提供业务指导,形成合力,运用大数据等技术手段,精准发现不合格产品,清理不良商家,营造安全放心的消费环境和公平有序的竞争环境。

市场上取暖产品价格相差悬殊,不合格的取暖产品大多便宜。相关部门可采取更加有效方式对消费者进行宣传引导,提高辨别能力,切莫盲目追求低价酿成大祸。此外,当前各种网红“取暖神器”五花八门,令人眼花缭乱,产品质量规范和标准的制定也要与时俱进,不留监管空白。

取暖安全关系重大,监管再严都不为过。期待多方努力,让老百姓温暖又安全地过冬。

别让「取暖神器」变成「温暖炸弹」

新华社记者王菲菲樊欣阳