

清远以赛谋城、以赛促变,开启体育与城市共生共荣新征程

# 全城“热”迎体育盛会 全民乐享运动之趣

十五运 城市策

羊城晚报记者 李程 梁辉森

一场国家级体育盛会,能为一座城市带来什么?对于正全力备战第十五届全国运动会(以下简称“十五运会”)的清远而言,目标日益明确——这既是一场聚焦赛事组织、场馆运营与城市服务能力的全方位考验,更是推动城市焕新、点燃全民健身热情的珍贵契机。

作为群众组中国式摔跤、健身气功及竞技组摔跤项目的承办地,清远以赛谋城、以赛促变,悄然开启一段体育与城市共生共荣的新征程。

## 城市升级：借赛事焕新城市

漫步清远街头,体育盛会的印记已悄然融入城市的每一处角落。主干道旁绿植错落有致,崭新的交通标志牌清晰指引着赛事动线;社区健身路径上常见居民锻炼的身影,商场大屏循环播放十五运会预告;清远体育中心体育馆内,整齐的蓝色座椅、专业的灯光与清晰的扩声系统,静待赛事启幕。

从基础设施提质到运动氛围营造,清远以焕然一新的面貌迎接盛会。不久后,这里将接连举办群众组健身气功及竞技组摔跤两场国家级赛事。而这场“城市焕新”,早已让市民提前感受到赛事带来的变化与活力。

作为三项赛事的承办地,清远体育中心体育馆从细节着手,对标国家级标准更新座椅、照明和扩声系统,致力为运动员与观众提供更优体验。

变化远不止场馆。截至2024年底,清远已建成4个体育公园,体育场地数量达23,317个,总面积约1433.33万平方米,同比增长13.6%;人均体育场地面积3.59平方米,位列全省第二。

同时,清远对城区绿化带、人行道、无障碍设施、交通标志牌等基础设施进行了全面提质升级。重点区域累计更换时花9万余棵,补种乔灌木2557株,提升绿篱、地被和草坪约4.97万平方米,着力打造“处处见绿、步步是景”的城市景观。

## 体育惠民：让赛事融入生活

清远始终是一座与体育事业紧密相连、共同成长的城市。近年来,清远先后举办清远马拉松赛、2024年中国龙舟公开赛(广东清远站)、全国第三届轻型飞机锦标赛等近200场文体活动。

十五运会的热度正从赛事场馆延伸到城市各个角落,市民关注赛事、参与健身的热情日益高涨,整座城市的运动活力日益增强。

近日,2025年广东省青少年乒乓球锦标赛、2025年粤港澳大湾区(阳山)“香雪制药杯”第二届匹克球公开赛等知名赛事先后在清远举办。有球迷特意来到现场观赛,专注记录选手的技术细节,也有家庭组团到场,让孩子在呐喊中感受体育的魅力。这份因十五运会而燃起的运动激情,正推动更多市民走近体育、享受运动。

与此同时,清远市还举办了市第八届运动会,有效提升了本地运动员的竞技水平,展现了清远市体育事业薪火相传、蓬勃发展的良好态势。

目前,清远在商业区、交通枢纽及主要路口广泛悬挂十五运会宣传海报与标语,体育中心馆内布置主题海报与横幅,公共区域展版图文并茂展现承办热情,让市民感受到东道主的自豪。

“现在出门,到处都能看到十五运的海报,连公交站台都贴着赛事标语。”



清远体育中心体育馆 通讯员供图

市民王先生表示,上周他带孩子去商场,孩子指着“喜迎十五运”的横幅问个不停,对赛事充满兴趣,“这种氛围让我觉得,自己也是赛事的一分子。”

全民健身热席卷全城。清远体育中心周末日均接待健身市民同比增长近四成,体育培训需求显著上升,少儿篮球、羽毛球等培训班级次增加30%以上。

## 产城融合：以赛事激活文旅

十五运会为清远带来的不仅是体育热潮,更是城市知名度的提升。

借赛事契机,清远推动长隆度假区、广清城际北延线等重大项目落地,形成“体育+文旅+交通”一体化布局。为进一步推动文旅体品牌“出圈”,清远构建“体育赛事+旅游发展+文化宣传+市场消费”产业链,开展“跟着赛事游清远”文旅促消费系列活动,推出“食趣寻春游”“人文研趣游”“潮玩野趣游”三大主题共8条精品线路,将赛事“流量”转化为发展“增量”。此外,清远还积极争创全国高质量户外运动目的地及“激情山水”国际漂流目的地,推动文旅体产业融合发展。

2025年上半年,清远市累计接待游客1177万人次,实现旅游收入99.23亿元,同比分别增长23.6%和

26.13%。其中,接待国内游客1111.54万人次,入境游客65.46万人次;实现国内旅游收入85.21亿元,入境旅游收入14.02亿元。

“我对清远承办的比赛充满期待。”正在外地备战2025世界赛艇锦标赛的清远籍赛艇运动员刘百顺表示,十五运会将推动清远体育事业再上新台阶,也希望家乡赛艇项目不断发展、人才辈出。

从场馆升级到城市焕新,从赛事保障到民生福祉,清远正以十五运会为契机,让体育的种子在城市发芽,让全民参与的热潮成为城市发展的新动能。这场体育盛会,终将成为清远城市记忆里,一段充满活力与温暖的篇章。

# 让“百千万工程”更好惠及千家万户

首席 评论

□杨柳

在普宁市省道S236线北二环风貌带提升样板段,破损的人行道板得到全面修复整平,路旁破旧屋面和墙体进行了重新粉刷,拥挤道路得到了拓宽和品质提升;在流沙东街道湖东村路段,现场打造的绿化小景、崭新的运动场、宽敞整洁的沥青路面、城市口袋公园已成为当地的热门“打卡地”,群众的幸福感持续提升……据媒体报道,今年以来,揭阳市推行“党建引领+群众参与+协同治理”工作机制,在“百千万工程”的统筹推进下,将人居环境整治作为乡村振兴的“破题之钥”,以“绣花功夫”精心雕琢城乡的每一处细节,让群众切实感受到身边实实在在的变化。

深入实施“百千万工程”,落脚点在于让老百姓得到真实惠。揭阳市以人居环境整治为小切口,通过“微景观”“微改造”让“百千万工程”成果更加可感可及,令老百姓拥有了实实在在的幸福感、获得感。通过实施人居环境整治,市民群众切身感受到村(居)周边的道路变宽了、房屋焕新了、村(居)变美了,周围的基础设施也日益完善,出行和生活更便捷。不仅如此,环境和交通的改善,还进一步带动了一些地区文旅产业的发展,为当地百姓带来了就业和增收,激发了群众建设家园的积极性、主动性和创造性。

深入实施“百千万工程”,要构建共建共享新格局。从“政府主导”迈向“社会共治”,从“群众参与”到“共建共享”,我们看到村(居)民、企业等社会力量在推动“百千万工程”中的强大力量。在

揭阳市,村民理事会、乡亲、企业、高校等积极主动参与“百千万工程”,大家有钱出钱、有力出力、有资源积极贡献资源,形成了推动“百千万工程”的合力。揭阳市榕城区砲台镇石牌村村民蔡泽涛、蔡文升自行拆除自家石材、木材厂房,以实际行动支持国道206线改建项目;麒麟镇南院村在外乡亲企业家主动捐资1500万元,助力南陇溪百里河道乡村绿美景观长廊及配套设施工程;揭东区乔东村361名村民自发捐资180万元支持人居环境整治……当每个人都成为城乡风貌整治提升的参与者、每份力量都在书写城乡融合发展的新篇章,“共建共享”也在此刻变得具象化。

深入实施“百千万工程”,要满足人民群众新期待。人民对美好生活的向往,就是我们的奋斗目标。揭阳做强典型县镇村特色产业,优化城乡公共服务

供给,创新开发“揭健通小程序”,群众看病就医更方便;江门实施“媒体+”行动,让手机变“新农具”、土特产成网红货;惠州、清远等多地盘活农村资源,发展民宿等文旅产业,让“空心村”蝶变为美丽的“明星村”……“百千万工程”实施以来,通过“政府搭台+群众唱戏”模式,广东城乡人居环境显著改善,特色产业带动村民致富增收,县镇村旧貌换新颜,居民群众的生活也越来越美好。

今年是“百千万工程”三年初见成效的关键之年。我们要继续坚持以群众需求为导向,着力解决群众急难愁盼,注重听取群众意见、激发群众参与热情、凝聚群众主体力量,把惠民生落落实到一个个具体项目中,为群众办好一件件“关键小事”,擦亮“百千万工程”作为民心工程、幸福工程的底色,让“百千万工程”成果更好惠及千家万户。

□王顾左右

今日论衡之 世相评弹

□朱昌俊

## 偏离阅读轨道的图书众筹 终难成“大气候”

据工人日报报道,近年来,图书众筹逐渐成为实体书读者热衷的购书方式之一。然而,货不对板、延期交付、价格虚高等现象,可能让“众筹”变“众愁”,阅读变了味的同时,也限制了行业的发展。

图书众筹模式其实在国内已出现了十多年,并非一个新近的概念。理想状态下,它确实有多重优势。一方面,相较于传统出版的“单向输出”,它在作者、出版社与读者间构建了一种双向互动机制,读者不再是被动的消费者,而是参与创作的“投资方”之一,可以就图书的设计,甚至具体内容提供意见,更好地满足了读者的参与感;另一方面,它可以为那些商业回报有限但文化价值高的作品提供一定的生存空间,比如小众社科著作、冷门历史典籍,若按传统出版逻辑可能难见天日,但却可能通过众筹模式聚合小众需求“活”下来。同时,该模式也能减轻出版方的库存压力。这正是它能在一定范围被推崇的原因。

但就现实来看,图书众筹模式俨然有被“玩坏”和“异化”的迹象。早在十多年前,该模式最早引入国内时,就主要成了一些本就具有相当知名度的写作者用来“锦上添花”的选择。如最早一些众筹图书的众筹额度达到了上百万元,而它们的写作者基本上是以一些知名企业甚至明星艺人为主。同时,不少众筹图书已有偏离阅读属性的嫌疑,而完全沦为一种“工艺品”。如报告显示,大部分图书众筹项目走的是中高端路线,多为精装书,特别是一些大部头的书,由于开本较大、纸张

克数较重,阅读起来并不方便,不少人买来后就只能将其束之高阁,且价格往往远超正常的图书价值。甚至,一些众筹图书,图书本身仿佛成了“噱头”,“搭售”的一些周边文创产品才是“主角”。

这些乱象的根源,在于部分发起方将众筹异化为了“圈钱”工具,把特装当溢价借口,将“互动”作营销噱头,却忽视了众筹的本质应该还是“内容为王”,能够满足一般出版模式无法提供的内容。而当货不对板、价格虚高,甚至延期交付成为常态,读者的信任自然会流失,最终让“众筹”变成“众愁”,拖累整个行业的口碑。

破解困局的关键,正如业内人士所言:打造品牌,才是长久之计。这要求出版机构能够持续推出内容过硬、制作精良的图书产品,从选题策划到纸张印刷,从工期把控到售后反馈,每一个环节都应该经得起检验,从而形成稳定的品质预期。如“理想国”的M系列、读库的“非虚构文库”等,读者只需看到品牌标识,便会产生内容信任。如果众筹语境中,出版方也能够构建起这样一种品牌公信力,相信就有望能真正让众筹模式成为缓解传统出版市场危机的一剂“解药”。

说一千道一万,无论模式如何创新,对图书出版行业而言,品质永远是排在第一位的行业基石。如果众筹模式的重心放在了包装“内卷”和价格“收割”上,而忽视内容的“走心”,偏离图书出版该有的专业精神,注定难成“大气候”,也只会与读者渐行渐远。(作者是资深媒体评论员)

热点 快评

## 郑国霖“景区打工”引热议 折射公众对演员职业的认知错位

近日,演员郑国霖“景区打工”持续引发热议,不少网友呛声其“没钱没戏拍”。面对舆论压力,郑国霖在直播中坦然回应“只是普通小演员,要生活要养家”。8月22日,演员陈龙为好友发声,力挺郑国霖靠双手谋生,还幽默喊话“哪个景区需要演员找我”,一番仗义发言既温暖又接地气,在社交平台上再度掀起了关于“演员该如何生活”的讨论。

当“景区打工”从个别艺人的生存选择变成公共议题,我们得以窥见娱乐圈生态的一角。在聚光灯与流量泡沫之外,那些关于职业尊严、人生选择与价值认知的命题,值得被认真审视。事实上,艺人在景区做兼职,本质上与程序员接外包项目,超市服务员下班跑滴滴等并无不同,都是普通人用双手换取生活保障的自然选择。

为何郑国霖的举动引发热议?这背后折射的,是公众对演员职业的认知错位。在社交媒体制造的“顶流神话”里,我们习惯了看到明星走红毯、出席发布会、代言奢侈品的光鲜图景,却鲜少关注到绝大多数演艺人员在行业底层摸爬滚打的事实。当“演员=明星”的刻板印象根深蒂固,那些在景区认真工作的普通演员,便成了打破幻象的“不合时宜者”。

这种认知偏差的形成,与内地娱乐圈的特殊生态密不可分。资本的狂热涌入与平台的流量算法,共同构建起一个“速成即巅峰”的畸形生态。年轻艺人被经纪公司包装成“完美偶像”,他们的人设比作品更重要,话题热度比演技更值钱。当行业将资源过度倾斜于顶流明星,当年轻艺人习惯用热搜维持曝

光而非打磨演技,职业风险便如影随形——一旦人气下滑,缺乏其他技能储备的他们,往往陷入“离开滤镜不会生活”的困境。这种将演员异化为“流量商品”的模式,既伤害了从业者的职业尊严,也让越来越多的男男女女们产生了一种“明星不用努力也能成功”的幻觉。

事实上,在娱乐产业成熟的地区,艺人从来不是“特殊物种”。在健康的娱乐生态中,演员首先是一份职业,与其他行业并无本质区别。他们可以为了生活选择兼职,也可以在不同领域寻找可能性,这种“职业弹性”恰恰是行业成熟的表现。

而我们的娱乐教育长期存在“重技巧轻基础”的倾向,艺术院校的课程设置往往围绕表演展开,却忽视了人文素养、职业技能的培养。当年轻艺人把全

部希望寄托在“一夜成名”上,职业抗风险能力自然更为脆弱。

构建健康的娱乐生态,需要多方合力。行业层面,影视制作方应减少对流量明星的依赖,给更多有实力的年轻演员机会;经纪公司需转变“捧杀式”培养模式,帮助艺人规划长期职业路径。媒体应承担起社会责任,少炒作“天价片酬”“豪车豪宅”,多报道演员在片场的敬业故事、转型后的奋斗经历。更重要的是,需在社会层面破除“职业崇拜”,让年轻人明白:无论是当演员、教师还是程序员,认真工作、踏实生活的人都值得尊重。当“艺人”回归“职业”的本质,当“打工”不再成为需要解释的选择,当每个认真生活的艺人的努力被看见,我们才能真正迎来一个多元包容的娱乐时代。