

“感动中国”的刘名芳在平凡中成就伟大

首席评论

□李妹妍

7月14日晚,《感动中国》2025年度人物颁奖盛典在央视新闻频道播出。来自广东省信宜市贵子镇中和村的村党支部书记、村委会主任刘名芳站上这个礼赞平凡英雄的舞台,让人们在被感动之余,更清晰看到了基层干部“多看了两眼,多想了七八遍”的坚守与担当。

很多人记住刘名芳,始于去年6月那个惊心动魄的雨夜。台风“蝴蝶”带来的暴雨倾盆而下,她冒雨巡查时发

现水沟涌出裹挟碎石的黄泥水,瞬间预判山体滑坡风险,果断“吹哨”预警。从发现险情到组织转移,短短数小时内,她与镇村干部一起抢在山体滑坡前成功转移25户57人,交出“零伤亡”的答卷。

这场堪称“教科书式”的避险,绝非偶然幸运,而是一名基层干部“时时放心不下”责任担当的生动写照。在刘名芳办公桌下,整齐摆着十几本旧笔记本,上面密密麻麻记录着防汛知识、民情诉求。正是平日里“没事就翻翻,关键时刻用得上”的积累,让她在险情来临之际,能够敏锐捕捉危险信号,快速作出正确判断。险情过后,她持续紧盯拦坝、排水渠等地质灾害隐患点治理工

程,遇到不清楚的细节,就自己补课学。危难时刻的从容镇定,源自日复一日从未松懈的磨砺与积淀。

走下领奖台,回归琐碎繁杂的日常,基层干部的担当更见真章。留守老人不会用智能手机、不会线上缴费,她手把手教;邻里之间有矛盾,她上门调解;村里有困境留守儿童,她以“爱心妈妈”身份结对帮扶,帮多名孩子成功申请到助学金;为了让村民随时能找到自己,她还特意在微信名前加了“A”……这些细碎的“小事”,没有轰轰烈烈的声势,却件件连着民心,恰是一名基层干部履职尽责最扎实的“大事”。

荣誉加身,刘名芳依旧谦逊,坦言功劳属于并肩作战的全体镇村同事。

今天,我们礼赞刘名芳,不只敬佩她雨夜抢险的果敢壮举,更因为她让我们看到了千千万万基层干部的缩影。他们或许没有惊天动地的伟业,只有日复一日的坚守,但正是这些平凡的身影,扛起了乡村振兴的重任,守住了万家灯火的安宁,在平凡的岗位上书写了不平凡的篇章。

《感动中国》颁奖辞说:“离不开脚下的土,放不下肩上的担。”与其说刘名芳感动了中国,不如说千千万万个像她一样扎根泥土、无私奉献的基层干部,让这片土地始终涌动着生生不息的温暖力量。我们向刘名芳致敬,更向每一个在平凡岗位上发光发热、坚守初心的奋斗者致敬。

批量代写“种草笔记” AI技术不该沦为造假工具

热点快评

□江德斌

随着生成式人工智能技术快速发展,一批专门代写社交平台“种草笔记”的AI工具悄然兴起。一些博主凭空捏造体验分享、批量产出虚假测评,不仅对消费者产生误导,并由此引发不正当竞争纠纷,乃至诉诸法院。(7月14日《中国青年报》)

生成式AI的全面普及,本可以为内容创作提供高效助力。它能帮普通用户梳理体验细节、优化表达逻辑,让真实的消费分享更生动易懂。可偏偏有不少人动起了歪心思,把AI当成造

假的“流水线”,不需要到店打卡、亲身体验,只要输入几个产品关键词,几秒钟就能生成一篇口吻逼真、细节饱满的“真实分享”。更有专门的定向AI工具,精准适配各大社交平台的内容调性,自动生成网感话术,普通消费者很难分辨真假。

资本逐利、流量至上的思维,让AI技术沦为造假工具,也彻底颠覆了“种草”生态。低成本、批量化、高效率的造假模式,让虚假“种草笔记”形成了完整的灰色产业链,大量同质化、虚假化的内容泛滥各大社交平台。不少网友被这类虚假测评误导,盲目跟风消费,最终遭遇产品质量差、服务不达标等问题,不仅白白耗费时间、金钱,一次次“踩雷”“翻车”的经历,

也不断消耗大众对网络分享内容的信任。

技术向善才是AI发展的初衷。AI赋能内容创作,应当是助力优质内容提质增效,而非成为造假的温床。任由AI生成的虚假“种草笔记”泛滥,不仅会透支网络内容的公信力,让社交分享彻底失去参考价值,更会加剧网络生态的浮躁与功利,最终损害整个行业的健康发展。当“种草”都变为算法杜撰、测评都是一些虚假演绎,大众又将如何能信任网络平台的内容和生态?

更值得警惕的是,这种行为早已越过了法律的红线。今年6月,杭州市中级人民法院通报的全国首例涉AI代写“种草笔记”不正当竞争案,已经给行业

划下了清晰的边界。专门针对特定平台、诱导用户生成非真实体验内容,实际上已经涉及虚假宣传和不正当竞争行为。总而言之,技术中立从来不是弄虚作假的挡箭牌。AI技术本身是中立的,但对技术的使用不能丢掉底线,更不能把“帮人造假”当成核心功能、靠批量制造“虚假流量”收割利益。

AI“种草”的正确打开方式,不该是无中生有,而应是锦上添花。用AI整理真实体验的细节,优化分享的表达,让好产品的声音被更多人听见,这才是技术该有的价值。毕竟,没有任何算法能替代真实的到店体验,也没有任何AI能伪造一份发自内心的使用感受。“种草”的核心价值永远是“真实”二字,这一点什么时候都不能丢弃。

7月13日,《扩大消费“十五五”规划》(以下简称《规划》)对外发布。《规划》设立了“十五五”时期消费领域发展的目标,提出到2030年,消费市场总体规模持续扩大,居民消费率明显提高,全社会商品和服务消费较快增长,社会消费品零售总额达到60万亿元左右,消费对经济增长的拉动作用进一步增强。

“十五五”时期,我国消费市场进入“扩量提质”的关键期。“十四五”时期,我国最终消费支出对经济增长的平均贡献率达58.8%,比“十三五”时期提高10个百分点。2025年,我国社会消费品零售总额达50.1万亿元。但总体而言,我国消费领域还面临一些矛盾和问题,客观上制约着消费潜力的进一步释放。要解决这些矛盾和问题,必须在制度设计上有所作为,以强大的政策推动力持续扩大内需、大力提振消费。

《规划》不仅为未来五年扩大消费提供了总思路和路线图,还围绕促进服务消费提质惠民、推动商品消费扩容升级、培育打造消费新业态新模式新场景、着力提升消费能力、大力优化消费环境、加力完善促进消费制度机制等6个方面,部署了“十五五”时期扩大消费的28条重点任务举措,具有很强的针对性和破题性。

《规划》的一大亮点,在于鲜明提出“提质惠民”。扩大消费要坚持以民生为大,推动“惠民生”与“促消费”紧密结合。其中,提升居民消费能力是重要前置条件。《规划》将就业、增收、社会保障作为重中之重,提出居民收入增长与经济增

长同步,稳步提高最低工资标准,为的是真正解决群众不敢消费的后顾之忧,提升消费动力。而惠民生的本质意义,是满足人们对美好生活的向往。为此,《规划》提出大力发展银发经济、促进文旅消费等,既是对群众消费意愿和需求的精准回应,也是对时代精神、人民情怀的积极呼应。

要实现“提质惠民”,重点是要以善政打通消费堵点,进一步营造“愿消费”的良好环境。令人振奋的是,在强化制度保障、创新机制等层面,《规划》着力颇多。一方面,通过清理优化不合理限制性措施,大力释放被压抑的消费潜力。《规划》提出,支持各地因城施策调整优化房地产政策,发出的是通过变革消除“消费障碍”的信号;提出深化住房公积金制度改革、扩大使用范围,则是着力满足群众不同阶段的多样化住房需求。另一方面,《规划》加大了直达消费者的普惠型政策力度,例如完善休假制度、保障劳动者合法权益,目的是为了让更多老百姓有闲去消费。

总而言之,《规划》从制度和机制上,深度构建了从“能消费”“敢消费”到“愿消费”的闭环,既是提振经济的方案,更是增进民生福祉的方案。我们深信,通过全方位落实《规划》、实现系统性的制度安排,必将进一步推动消费市场的“扩量提质”,让发展成果更好地惠及全体人民。这场以民生改善与经济发展为要素的“双向奔赴”,也必将为中国经济的高质量发展注入持久动力。

(作者系资深媒体评论员)

南生谢幕 光影长存

这个让香港电影“想得到也拍得到”的人,留下了一串经典的电影作品名单

7月13日20时51分,中国香港著名电影监制、传媒人施南生逝世,享年75岁。

当晚,在医院门外,与施南生一起奋斗多年的伙伴徐克宣布了这一噩耗。他透露,自2022年开始,施南生身体免疫能力逐渐衰退,她一直顽强与病魔抗争。直到最近,免疫能力大幅下降,引发严重感染,导致多个器官衰竭。徐克传达了施南生的遗愿:“她希望大家能把对她离世的悲伤与思念,化作一股温暖的力量,接受她的告别。希望她安息,也希望她的精神永远与我们同在。”

随后,施南生的讣告由她与徐克共同成立的电影工作室有限公司发布。



施南生

获“金像奖终身成就奖”

2025年,施南生与徐克共同获得第43届香港电影金像奖终身成就奖。领奖时,徐克表示,多年来是施南生支撑着电影工作室,“在大风大雨里,让我这个‘傻佬’可以在里面胡思乱想”。

从新艺城时代的《最佳拍档》到电影工作室时期的《英雄本色》系列、《黄飞鸿》系列,再到与内地合作的《狄仁杰》系列、《智取威虎山》《长津湖》……施南生与徐克合作近50年,造就一批经典。

但施南生不是“徐克背后的女人”。她精通中英法等多种语言,在戛纳、柏林等国际影展建立了大量人脉,成功将《最佳拍档》《上海之夜》等港片推向国际;担任寰亚电影副总裁期间,她出品了《无间道》系列;她数次担任国际影展评委,2017年获得柏林电影节“金摄影机奖”,成为继巩俐和许鞍华后第三位华人得主。

是个“热情似火”的人

施南生1951年出生,15岁时,她前往西非读书,随后转到英国寄宿学校。1971年,她进入英国北伦敦理工大学,学习当时颇为前沿的电脑和统计学专业。

施南生形容自己是个“热情似火”的人。她自认学习成绩不算突出,但从小就喜欢与人交往、组织活动,这为她日后成为制片人打下了坚实的基础。

1975年,施南生毕业后回到香港。她不需要找工作,而是工作找上门。

在公关公司工作的同时,她被TVB邀请担任环球小姐选美的主持;由于英文能力突出,她参与电视直播节目,负责外国节目即时传译。1978年,

资深传媒人徐圣祺邀请她加入电视界,两人一起从佳艺电视做到丽的电视,施南生很快成为业内瞩目的职业女性。

施南生工作能力强、目标明确。她曾分享自己的工作原则:“一是自己喜欢做,二是有能力做。喜欢但没能力,没意思;有能力但不喜欢,也是不开心。”在丽的电视做了半年宣传工作,她主动请辞,理由很简单:“做宣传,我有能力但不喜欢。”当时丽的节目总监麦当雄惜才挽留,她主动提出转到节目部,负责管理节目制作。

20世纪80年代,新艺城电影公司邀请施南生加入,最初她并不愿意。但该公司相关负责人黄百鸣直接把一笔薪金存入她的银行账户,她觉得不好意思,只好答应加入。

于是,施南生从电视界跨入电影界,这个决定也在一定程度上改变了香港电影的发展轨迹。

与徐克成经典组合

新艺城在20世纪80年代迅速崛起,先后产出《鬼马智多星》《最佳拍档》等谐趣喜剧,与邵氏、嘉禾两大电影巨头分庭抗礼。

施南生加入新艺城后,建立了完整的制作与管理制度,日常开支有了规范登记,片厂、服装间、录音室也逐步增设起来,让这家原本带着草创气息的独立制片公司真正走上正轨。

新艺城“七怪”麦嘉、石天、黄百鸣、徐克、曾志伟、泰迪罗宾和施南生是该公司最核心的创作班底,施南生是其中唯一的女性。施南生常说,“七怪”各有所长,她虽然不负责拍电影,却会参与讨论,提供一些来自女性和家庭观众的视角。

施南生强大的执行力,促成了许多经典电影的诞生。她曾回忆,筹备《英雄本色》时,吴宇森在香港影坛寂寂无

名,施南生带着他去见周润发,联系幕后团队,一点点搭建班底,最终促成了这部香港影史经典,也让吴宇森“咸鱼翻身”。

施南生与徐克成立电影工作室后,两人逐渐成为香港电影史上的经典组合。徐克是出了名的怪才,施南生曾形容其“永远能想到一般导演想不到的方面”,而她要做的,就是把这些“想得到”的部分,一步步落实现成“拍得到”的现实。

比如,2008年拍摄《女人不坏》时,徐克在剧本只有一页内容的情况下,提出要租舞蹈室、请跳舞老师、安排服装,还要给周迅加吊威亚的动作戏。

施南生笃信徐克的才华,也愿意排除万难帮他实现心愿。她曾评价徐克:“真正有创意的人不多,他心地很好,初时大家以为与他相处有难度,实际上他很热心帮人,凡事想得周详。有些人讲的时候,可以好听到不得了,但讲到未必能做到,而徐克是讲到又做得到的人。”

推动香港电影走向世界

施南生的成就并不只在于帮助徐克完成作品。她更重要的意义,是让香港电影不断走出去。

1982年,施南生带着《最佳拍档》参加戛纳电影节的展会,用“低价策略”打出声势。与动辄几十万美元的主流美国电影相比,香港电影既便宜,又有鲜明特色,很快就吸引了不少国际展商的关注。那次戛纳之行,也让她第一次真正意识到,香港电影的海外空间远不只东南亚,国际市场其实非常辽阔,大有可为。

20世纪80年代开始,香港电影逐渐受到国际电影界的关注。无论商业市场还是电影节都开始欢迎香港作品。施南生既是乘着这股东风的人,也是推动这股风潮的人。



第43届香港电影金像奖颁奖典礼上,林青霞为施南生(中)、徐克颁发终身成就奖

此后,施南生长期参与香港电影与国际市场之间的连接。2002年,她担任寰亚电影副总裁,出品了卖座电影《无间道》。《无间道》不仅被视为港片的救市之作,其IP后来还被卖到好莱坞,并改编成《无间道风云》,拿下奥斯卡最佳影片奖,成为香港IP输出的经典案例。

施南生还深度参与大量香港与内地合作的项目,将香港影人国际市场、制作规则、知识产权等方面的经验带到内地。她很早就意识到,香港电影市场规模有限,从黄金时代开始,就注定不能只依靠本土市场。2018年,施南生在受访时谈到,她做的一直是“华语电影”。她说:“我算很幸运了,我能经历两次中国电影最辉煌的时间,先是香港的电影,然后是现在大的华语电影。”

闯出自己的一片天

不少人知道,施南生是亦舒小说《流金岁月》中南孙的原型:出身富裕,却始终坚韧独立,最终闯出自己的一片天。她也符合人们对香港女性的想象——飒爽、干练、利落。其好友林青霞曾在文章中转述了美术指导张叔平

文/羊城晚报记者 胡广欣
图/电影工作室 金像奖组委会