

## 短视频需本质兼顾

◎周慧虹

骑手送餐超时,惨遭顾客殴打;外地摊主做生意,被本地人排挤欺负……看到这样的短视频,有些网友恐怕会忍不住打抱不平,事实上,它们只不过是剧本。

在近日举行的2025中国网络文明大会上,与会者围绕短视频“剧情演绎”问题各抒己见。有业内人士认为,“剧情演绎”本就是短视频的主要赛道之一,摆拍本身没有问题,但作为短视频创作者,需合理把握正常创作演绎与虚假摆拍的边界。

的确,短视频可以有剧,但必须守本。这里所谓的守本,最主要的还是守好法律之本、道德之本。也就是说,对创作者而言,有剧本、人设没问题,关键在于考虑传播后果,内容不能闯法律规定的禁区,不能越公序良俗的界线。

让短视频既舒心又放心,相关创作者需谨守行业规矩。2023年,中央网信办就发布关于加强“自媒体”管理的通知,要求若“自媒体”发布含有虚构情节、剧情演绎的内容,网站平台应当要求其以显著方式标记虚构或演绎标签。既然有此明确要求,短视频创作者在不触碰法律、道德红线基础上,更需不折不扣做到给虚构演绎内容规范打靶。

新的时代条件下,为了更好满足大众高品质的文娱消费需求,短视频创作不仅要守好本,更应提升质量推出好剧。这也要求短视频创作者必须坚守主流价值,积极传播主流文化,关注时代精神。雷人的情节、夸张的表演或许能一时吸引眼球,但绝不会被市场和用户真正认可,创造者唯有沉下心来产出有内涵、有质量的作品,才能在大浪淘沙中脱颖而出、收获好评。

以好剧促短视频提质,还可从主流媒体取经。比如,人民日报社打造“人民短剧”第一季《故事新编》,从小切口讲述普通人真实可感的故事,令网友直呼“有意义”也“有意思”,让正能量也有大流量;央视网牵头发起“中国正能量微短剧”共创计划,推出的精品力作不失为行业学习典范。

好的短视频,不仅要让人看着爽,还要给人以思想上的增益、精神上的激励。我们期待有更多短而精的视频内容涌入市场,持续绽放新光彩,在创作与传播上走向更广阔舞台,在正能量与大流量的双向奔赴中越来越好。

## 街谈

## 配齐用好AED“救命神器”

◎李志洋

前不久,在某学院羽毛球馆内,市民孙先生突然倒地失去意识,现场的几位务工人员马上对其施行心肺复苏,利用AED进行电击除颤,数分钟后,孙先生恢复了自主呼吸和心跳。这惊险又暖心的一幕,生动展现了AED在关键时刻拯救生命的强大力量。

心脏骤停是一种极其危险的情况,每分钟都关乎生死。数据显示,我国每年死于心脏骤停的总人数约54万人,其中只有不到1%的人能成功获救,相当于每分钟就有1人发生心源性猝死。当心脏骤停发生时,“黄金4分钟”急救至关重要。而AED配合心肺复苏术,能显著提高抢救成功率。

近年来,随着社会对急救重视程度的提升,不少公共场所,如机场、车站、学校、体育场馆等都逐渐配备了AED,但设备数量与公众急救能力的双重短板,制约着AED效能的充分发挥。从配置密度来看,多数学校、商场、地铁站的AED配备数量,难以满足人口密度与突发状况的需求,导致急救黄金时间内无法快速获取设备。而在实操层面,由于缺乏系统培训,多数民众对AED的智能操作流程、语音提示系统感到陌生,面对突发状况缺乏使用信心,也难以把握稍纵即逝的抢救时机,致使救命设备时常沦为“沉默的旁观者”。

充分发挥AED“救命神器”作用,需要构建政府主导、教育先行、社会协同的立体化推进体系。首先,政府及职能部门应强化资源统筹,科学规划公共场所AED布局,通过动态监测人流密度、医疗资源分布等数据,精准提升设备覆盖密度。同时,建立全生命周期管理机制,运用物联网技术实现设备状态实时监控,制定标准化巡检维护规程,确保AED始终处于性能完好的应急备用状态。

其次,需要构建多层次急救教育网络,教育部门可将AED操作纳入中小学健康教育必修课,设计情景模拟课程;社区与医疗机构联合开展“急救技能进万家”活动,组织专业人员开展实操演练;依托短视频平台、直播课程等新媒体,制作可视化教学内容,实现急救知识的广泛传播。在此基础上,推动急救培训体系化建设,将AED使用认证纳入职业技能培训、社区志愿服务考核,建立长效激励机制。

此外,还需破除公众施救心理障碍。通过典型案例宣传、专家科普解读,消除公众对误操作担责的认知误区,让“见危施救无责”的理念深入人心。同时,鼓励企事业单位组建急救志愿者队伍,开展应急演练,营造“人人敢施救、人人会施救”的社会氛围。

AED是守护生命的一道重要防线。只有全社会共同重视,让AED真正普及开来,让更多人懂得如何使用它,才能在面对心脏骤停等紧急状况时为生命赢得更多生机,让这一“救命神器”发挥最大价值,为构建更有温度的社会急救生态奠定坚实基础。

马头琴与琵琶跨界融合,奏响北疆大地欢乐乐章;歌曲搭配精彩舞蹈,尽情展现草原人民的热情与活力;上万人齐声合唱《站在草原望北京》,激昂歌声响彻青城夜空……两场演出,超6万观众到场,这几天“歌游内蒙古”北疆文化活动的季热度持续飙升。

“歌游内蒙古”北疆文化活动季共设置启动主题演出、精品展演、展览展示、群众文化活动、文旅融合、展映展播、汇报演出、盟市联动8大板块,涵盖赛事、阅读、非遗、展览、文博、演出、美食等七大主题,游客不仅能在歌声相伴的旅程中领略内蒙古的自然之美、四季之韵、天籁之音,更能深刻感受内蒙古的历史文化底蘊和民族风情。

追根溯源,高质量、高人气文化活动的“一夜爆火”实非偶然,其中蕴含着很多深层次的原因。

内蒙古素有“歌的海洋 舞的故乡”美誉,《敖包相会》《父亲的草原母亲的河》《浪漫草原》

内蒙古的夏日芳草碧连天,风光正是无限好。热情好客的内蒙古人以歌为媒,把不同文化形态、旅游资源“串”成道道风景、酿出阵阵新香,诚邀海内外各界朋友走进内蒙古,赴一场视觉盛宴、品一域文旅魅力

《画你》《酒歌》《鸿雁》《站在草原望北京》《我和草原有个约定》……一首首耳熟能详的歌曲让来自五湖四海的人们找到共鸣与归属感,这样的内蒙古,足够心动。

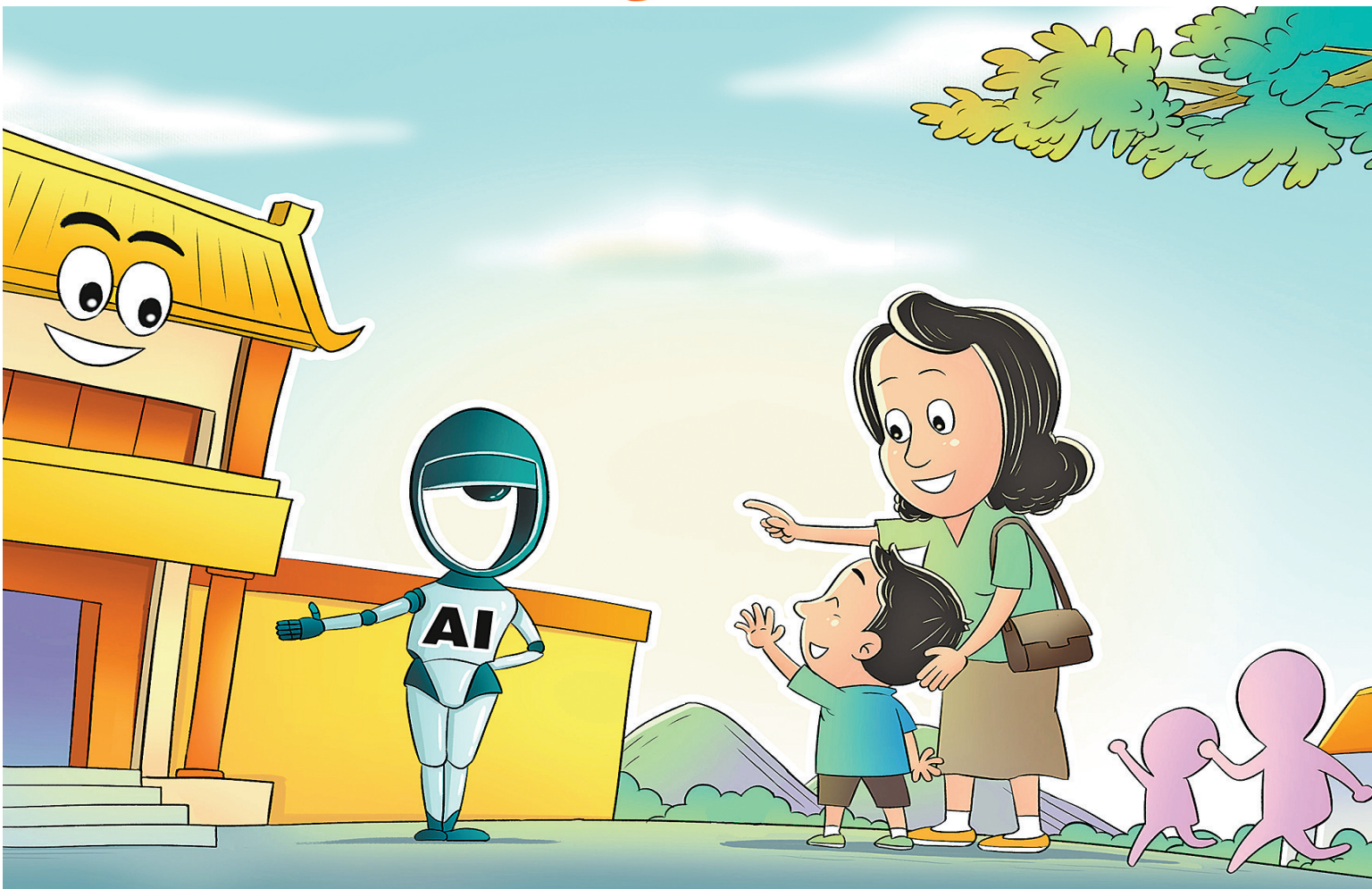
翻开内蒙古地图,118.3万平方公里的辽阔大地,红色文化、草原文化、农耕文化、黄河文化、长城文化相互交融,红山文化、大窑文化、西辽河文化、河套文化交相辉映……在这里,看得见山水人文、望得见多彩风情,这样的内蒙古,足够诱人。

不断提升5G信号覆盖率,让游客的观照大片能够随时分享;全力推进游客服务中心、游客休息站等公共服务设施和配套设施建设,有效

提升游客游览体验;推出配套门票减免、发放优惠券等多项惠民政策,以实在惠民让助力力美好旅程……用足绣花功夫全面提升服务环境与惠民举措,这样的内蒙古,足够诚意。

可以说,“歌游内蒙古”北疆文化活动的季的出圈不是等来的,也不是靠来的,而是精心布局、科学规划、用心培育而来的,是文化与旅游深度融合开出的朵朵“繁花”。这样的实践也启示我们,唯有紧跟时代步伐、依托自身优势、创新活动内容、升级活动形式,使文化的呈现更“对味”,给人以深刻的体验、愉悦的享受、情感的共鸣,才能以文化盛宴激发文旅活力,让文旅融合得更紧密。

## 画里有话



## 新“员工”

随着人工智能技术的飞速发展,“AI进景区”成为旅游行业的热门趋势。从智能登山神器助力游客攀登高峰,到机器人提供表演、导览、检票等服务,AI正以前所未有的方式为游客带来新奇体验,为景区运营和产业发展注入新活力。

王琪 作

## 洞见

## 打造“老有乐享”动人模样

◎王志高

今夏,银发族“候鸟式旅居”热潮再度升温:云南曲靖的青石板路上,银发游客与村民共舞;哈尔滨东站的旅游专列鸣笛启程,载着老人奔赴“冰城夏都”;南昌白鹤小镇的民宿里,老人们围坐品茶,学做非遗米糕……一场悄然兴起的养老新趋势,正将“老有所养”推向“老有乐享”的新境界。

旅居成为养老新潮流,背后是银发群体的结构性变化。国家统计局数据显示,截至2024年底,我国60岁及以上人口突破3亿,占总人口21.1%。中国社科院调研显示,其人均可支配收入是全人口的1.8倍,70%以上有明确旅游消费意愿。当生存型养老转向品质型养老,当被动养老变为主动享老,旅居便成了银发族用行动选择的新生活方式。中国旅游研究院数据印证:2024年康养旅游人数达1.2亿次,2025年预计增至1.9亿次;“十四五”末,老年国内旅游出游人数将突破10亿人次。旅居养老,正成为深受老年人喜爱的时尚养老方式,他们在奔赴远方的旅程中,沉浸式享受老有所乐的慢时光。

面对巨大的市场需求,各地积极布局旅居养老、康养旅游等产业。北京、天津、河北、内蒙古等8地共同建立“冬南夏北”旅居养老平台,整合“南下避寒、北上避暑”的跨区域资源;黑龙江、海南将康养产业写入省级规划,

健康管理。

但热闹背后,仍有短板待补。比如:景区线上预约难倒老人,无障碍设施不足;市场产品多聚焦“气候+风景”,对文化体验、慢病调理等深层需求挖掘不足;全国仅30%康养机构能提供“医疗+养老”深度融合服务。这些问题提醒我们:旅居养老要真正乐享,必须从量的扩张转向质的提升。在政策层面,要完善“跨省通办”,推动医疗、社保等公共服务衔接;在市场层面,要细分需求,为慢病、独居老人定制产品;在社会层面,要增设“一键叫车”“人工预约”等服务,让科技赋能而非添堵。

从“老有所养”到“老有乐享”,这条路或许并不平坦,但每一步都走得扎实。当云南的菜地、北戴河的海风、贵州的温泉,都成为银发族的“诗和远方”;当每个老人都能带着故事出发,在远方的烟火里找到“此心安处是吾乡”,从中我们不仅能看见银发岁月的璀璨,更能触摸到社会对“生命质量”的敬畏与尊重。这,才是“老有乐享”最动人的模样。

## 一线·观点

## “移”出乡风文明新风尚

◎苏布达

在内蒙古多伦县多伦诺尔镇双井子村,曾经大操大办的婚礼场景逐渐消失,取而代之的是简洁朴实的集体婚礼。仅2024年,双井子村就成功举办集体婚礼7场,既经济绿色又新颖特别,推动全村摒弃天价彩礼、铺张浪费、陋习攀比等不正之风。

“移”走旧习俗,“易”出新风尚。双井子村婚俗新风盛行的背后,是多伦县持续加强精神文明建设、推动移风易俗走深走实的有力举措。自多伦县被确定为内蒙古自治区婚俗改革试点县以来,积极搭建婚俗改革示范平台,采取多种措施推进移风易俗,持续加大婚俗改革力度,推动塑造“文明新风进万家”的社会风气,引导文明节俭理念内化于心、外化于行。

乡村振兴,乡风文明是保障;文明乡风,移风易俗是关键。然而移风易俗,绝非易事,它需要的不仅仅是决心和行动,更需要春风化雨般的大智慧。要加大宣传力度,通过报纸、电视、广播、网络等多种渠道,广泛宣传身边的安全隐患,需要每个人将行动落实到日常。注意用水、用电安全,养成人走关水、关电的好习惯,避免“水漫金山”、电路起火等情况的发生;电瓶车充电要到指定的地点,以防引起火灾;严格遵守交通规则,文明出行;碰上雷电天气,不站在山顶、山脊等高处,不靠近导电物体……只有本着“守护每一寸安全”的理念,做到警觉在心、谨慎在行,时刻绷紧安全这根弦,平安和幸福才会伴随在我们左右。

查找身边的安全隐患,各行业各领域更要牢牢守住安全生产的红

## 慎于细微处安享每一天

◎王颖

产,并且深入排查安全生产隐患,不放过任何一个风险点、不丢掉任何一个盲点、不留下任何一个隐患,及时堵住安全生产漏洞,才能切实筑牢安全生产的“铜墙铁壁”。

安全无小事,防微才能杜渐。只有人人都站在“C位”,成为安全隐患治理的“哨兵”,在生活和工作养成“安全隐患我查找”的习惯,才能最大限度保障人民群众生命财产安全和社会稳定大局,才能让我们安全享受每一天的幸福生活。

有人说,培育文旅产业,如同煲一锅滋味浓厚的老汤,急不得。从“歌游”到畅游,内蒙古一直在努力。呼和浩特塞上老街“第六届音乐美食季”,打造“舌尖+视听”双盛宴;包头市老包头走西口历史文化街区,通过场景布置重现“走西口”,让历史场景“活灵活现”;呼伦贝尔根河市推出驯鹿文化体验,让游客与使鹿部落亲密接触……内蒙古多地围绕北疆文化和季节特色,坚持文化为魂、创新为基、体验为本、服务为要,形成“全区皆可游、处处有亮点”的文旅体验网络,让更多游客尽享内蒙古独特魅力,为文旅产业高质量发展注入强大动力。

打马过草原,踏歌赏风情。内蒙古的夏日芳草碧连天,风光正是无限好。热情好客的内蒙古人以歌为媒,把不同文化形态、旅游资源“串”成道道风景、酿出阵阵新香,诚邀海内外各界朋友走进内蒙古,赴一场视觉盛宴、品一域文旅魅力。

## 辣语

驾校报名、健身办卡、出行旅游、数码装备更新换代……随着2025年高考落幕,近段时间各地迎来了“后高考经济”的消费热潮,为技能培训、休闲娱乐、文旅消费等多元消费场景注入活力。

——据《人民日报》

**锐评:**“考后经济”的火热,既是青春释放的出口,也为消费市场注入活力。但无论是考生、家长还是商家都应保持理性,让消费热潮在合理、健康的轨道上发展,让考生们在享受消费乐趣的同时也能收获成长和进步。

近来,泡泡玛特旗下潮玩产品LABUBU热度持续攀升,不仅频频登上热搜,更在海外市场掀起热潮,成为潮玩界的“顶流”。线上线下抢购热潮不断,销量节节攀升,火爆程度令人咋舌。

——据央视网

**锐评:**潮玩业一路狂飙的同时也要时刻保持清醒,做好IP、规范发展、不惧挑战,中国潮玩才能更好“玩转”世界。

日前,国家卫健委网站发布《关于印发2025年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知》。此次整治行动呈现出显著的新特点,在互联网诊疗规范方面重拳出击,创指网络“医托”、违规发布医药广告等不法行为,对净化医疗环境意义深远。

——据《法治日报》

**锐评:**重拳整治不正之风,线上医疗秩序才能平稳有序;患者少走冤枉路,看病就医的质量才会有稳稳的依托。

前不久,山西太原一对95后新人因一场与众不同的婚宴受到网友的关注。他们没有选择传统的酒店宴席,而是在一家火锅店完成了这场人生的重要仪式。宾客们围坐在热气腾腾的火锅旁,举杯祝福新人,现场氛围轻松热闹。

——据《工人日报》

**锐评:**火锅的滚烫,象征着婚姻的热烈与持久;没有豪华的排场,却充满了浓浓的烟火气和人情味——这让婚礼回归到庆祝爱情、分享幸福的本质。

马上就要到七八月份的暑假了,又是孩子们出行的旺季,一些热门博物馆门票往往是一票难求,预约出票即“秒光”。很多家长不得不得花动辄几十元、数百元,参加所谓的“报团游”,或者购买“代拍服务”,免费开放的惠民政策,结果被一些人“截流”。

——据影湃新闻

**锐评:**热门门票供不应求,可能难免。但是利用技术手段浑水摸鱼,必须严惩。

“为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平”……网络带货头部主播因引用宋代张载的“横渠四句”而陷入争议。反对者认为这是把古人崇高理想当成了获取流量的工具,支持者认为这是传统文化通过网络触达大众。还有观点进一步将“横渠四句”本身斥为“我要当官”的庸俗理念或假大空的文化糟粕。

——据人民网

**锐评:**身份不同、处境不同、学识不同,对同一句话的理解和感悟就可能各异。只要不是故意歪曲、荒诞解读、蓄意误导,我们就没有必要上纲上线,给解说者、引用者扣帽子、打棍子。

当前汽车市场竞争愈演愈烈,车企在风阻、续航、空间等指标上抢占优势,不断追求设计“创新”。但部分看似炫酷的设计暗藏安全隐患,有些甚至走入“为噱头而创新”的误区,需引起高度重视。

——据新华每日电讯

**锐评:**“过度设计”反映出车企在激烈竞争中寻求突围的迫切心情。但汽车行业要行稳致远,必须将设计的初心回归到安全性、实用性、舒适性上来。只有将创新建立在安全之上,汽车业才有可持续发展的坚实基础。