

观点

“吴越”寻吴越，玩梗求破圈

中国新闻名专栏
之江观察

■ 本报评论员 高路

在2026浙商银行浙江省城市足球联赛(吴越杯)开幕之际,主办方向全国发出一则特殊的“寻人启事”:寻找全国范围内所有叫“吴越”的朋友,免费来看这场“以你为名”的足球盛宴!消息一出,专属咨询群秒变大型认亲现场,“吴越们”在群里快速集合。

“吴越”二字,对浙江意味着什么?那是传承千年的钱氏家训,是“纳土归宋”的大胸襟、大智慧,是人间天堂的文化底色,也是热播电视剧《太平年》里所描述的“陌上花开,可缓缓归矣”的平和安宁。

在过去,这样的历史概念往往被供奉在博物馆、镌刻在教科书里。《太平年》把它们搬上了荧屏,让观众清晰

地触摸到了遥远的历史。而这一次,主办方又将“吴越”从地理和历史的概念里请了出来,变成了一个活生生的、叫“吴越”的医生、叫“吴越”的学生、叫“吴越”的快递小哥、叫“吴越”的退休教师等等。

同名梗其实就是用一种创新的方式打通历史与当下的阻隔,把宏大历史落地到个体身份认同上。同时也打通了文化、体育、社交圈层间的隔阂,让不同圈层的人找到了共同的语言。主办方力图借助吴越文化的热度,让一个区域性的民间足球联赛,获得全国性的关注。

更何况,这个活动天然带着社交裂变的基因。全国叫“吴越”的人可能成千上万,每个人背后都有亲友团。免费邀请“吴越们”观赛,本质是让每

个“吴越”成为赛事的传播节点——他们会晒门票、发朋友圈,形成“以名为媒”的二次传播。于是,一个原本属于浙江的赛事,得以通过朋友圈、微信群,向全国传播。

让普通人唱主角,为人民群众办体育。体育的真正魅力,从来不只是胜负,而是文化与精神上的认同。为什么用“吴越杯”给这场体育赛事命名,一个重要原因就是,吴越与蹴鞠渊源深厚。据历史学家考证,吴越地区自唐宋起便成为蹴鞠运动兴盛的区域,尤其在南宋定都临安(今杭州)后,蹴鞠更是从宫廷走向民间,成为全民喜爱的休闲竞技活动。

中国足球缺的从来不只是技术和成绩,更是足球和土壤。欧洲足球为什么强?因为他们的俱乐部扎根社

区,与城市血脉相连。让更多的普通人参与进来,帮助他们建立与赛事的联系,给体育赛事注入地域特色、文化内涵,这是培育体育文化行之有效的办法。之前的浙BA以及现在的“吴越杯”都在做类似的事,用新的方式重新建立观众与体育的连接。只有群众体育火起来了,观众的热情被点燃了,竞技体育才有源源不断的养分供给,要不然就是无源之水、无本之木。

“吴越杯”与《太平年》在传承与创新上的努力一脉相承。《太平年》的热播是一次撬动历史与当下的契机,给了起步阶段的“吴越杯”联赛一个“影视+体育”的机会。而“吴越杯”则给了吴越文化热一个新的输出出口。在这个注意力稀缺的时代,我们需要用一些互动、联动的方式去唤醒人们对一座城市、一段历史、一项运动的情感记忆。

以你之名,赴足球之约。“吴越”找到吴越,吴越遇见吴越,体育与文化同频共振。而这,恰恰是体育最动人的样子。

一则“Alr China”的拼写错误,让贵阳龙洞堡国际机场意外“出了圈”。日前,旅客杨先生在航班延误后前往柜台咨询改签,一眼便看出英文标识中的多处低级失误,其中“Alr China”(应为Air China)尤为刺眼。机场方面回应称“系工作人员失误所致”,态度诚恳,但问题的分量,远非一句“失误”所能承载。

随着入境免签政策持续优化,“China Travel”已成为全球社交平台热词。外国游客来华,从“特意为之”变为“说走就走”。当他们拖着行李箱走出廊桥,第一眼看到的指示牌、第一份拿到的双语说明,可能就构成了对中国服务水平和文明形象的直接认知。如果这块“门面”上赫然写着“Alr China”这类拼写错误的字眼,或者写着“Little grass is sleeping, do not disturb(小草在睡觉,请勿打扰)”这种不符合外国文化背景的“神翻译”,难免对景区、城市产生粗心、随意的印象。这样的第一印象,与各地奋力打造的国际旅游目的地形象,形成了落差。

更令人惋惜的是旅游景区的“外语荒”。许多世界级文化遗产、风景名胜,内部的外语介绍极为稀缺,或者依赖机器翻译,一口中式英语令外国游客一头雾水。须知,每一处景点都是讲述中国故事、传播中华文化的天然舞台。一段准确、生动、有温度的外语介绍,胜过千言万语的宣传。“中国热”带来的不仅是人流,更是文化对话的可能,而语言正是这场对话的第一座桥梁。如果我们不能给外国游客提供理解的文化“钥匙”,就等于把机会拱手让出,关闭上了一扇文化传播的“黄金窗口”。

纠正“Alr China”不难,难的是破除“差不多就行”的心态。在入境游持续升温的当下,类似的双语标识不规范、翻译质量低下,甚至完全没有外语介绍的现象,在不少机场、车站、景区依然普遍。不少单位在设置双语标识时,往往停留在“有即可”的层面,缺少专业审核,缺少标准规范、缺少动态维护。有关方面应认真解决这一问题,邀请外语专家或专业翻译机构对标识内容进行统一审核,文旅部门可联合高校、志愿者团队,定期对公共场所的外语标识进行排查纠错,像整治错别字一样整治翻译乱象。不少城市已推出“随手拍”纠错平台,值得推广。除了导览牌,还可以通过二维码扫码获取多语种语音讲解、开发多语言小程序、培训一线服务人员基础外语等方式,让外国游客真正“听得懂、看得明、有所得”。杭州市在《公共服务领域英文译写规范》系列国家标准上,出台了《公共服务领域外文译写规范》地方标准,努力让具有地理信息和人文内涵的标识标牌,既准确达意又符合外国文化背景,值得借鉴。

“中国热”靠的是山河壮丽与文明悠久吸引人,但要让“流量”变“留量”,让“回头客”成“回头客”,最终靠的是城市治理与服务中那些精准、温暖、无障碍的细节。别让“Alr China”这样的差错,挡住“中国热”的春风。

消除「神翻译」一点不能差

本报评论员 项向荣

一条江的喘息 一座家园的苏醒

■ 本报评论员 陈江

长江的鱼,真的回来了。

近日,长江十年禁渔工作现场推进会上,农业农村部发布《长江流域水生生物资源及生境状况公报(2025年)》,给出了一组硬核数据:2021年至2025年,长江流域累计监测到土著鱼类351种,比禁渔前的2017至2020年增加43种;2025年长江干支流水质总体为优,I—III类水质断面占98.9%,比2024年上升0.3个百分点。2021年1月1日起,长江流域重点水域开始施行暂定为期十年的常年禁渔。此后,长江水生生物资源总体恢复向好,物种多样性持续回升,禁渔取得实实在在的成效。

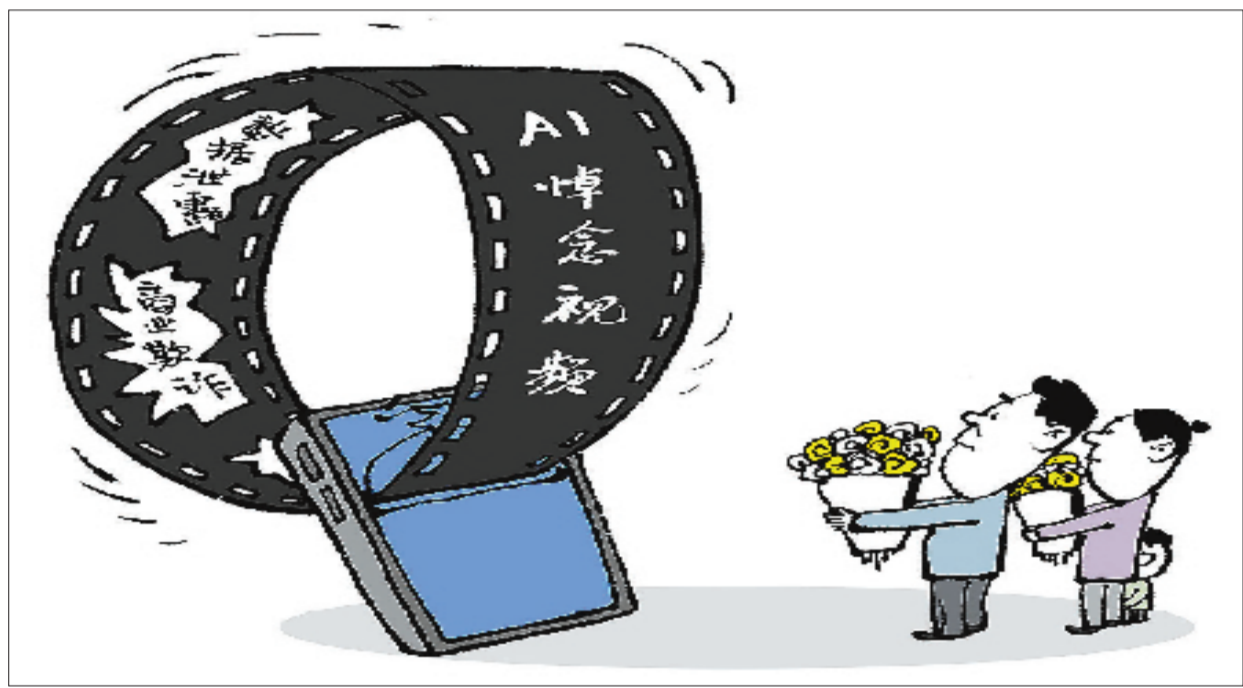
长江走到“十年禁渔”这一步,绝非一朝一夕的事。曾几何时,长江流域的渔业资源经历了长达数十年的透支。“电、毒、炸”“绝户网”横行,渔民们自己都知道肚痛,网眼越织越密,鱼却越捕越少。到禁渔前夕,长江鱼类资源量与上世纪50年代相比大幅萎缩,“四大家鱼”种苗产量锐减90%以上。这不是什么生态的自然退化,而是人向自然“杀鸡取卵”式索取,让长江的生态警钟早早敲响。

禁渔行动实施以来,变化的不只是鱼的数量,其实是长江整个生态系统“缓过劲”来了。土著鱼类种类数增加43种,背后是长江食物链逐步修复,水环境得到实质性改善。水质优良断面占比98.9%,比2024年还提升了0.3个百分点,说明鱼类资源的恢复和长江水质的改善,正在形成一种正向循环。鱼多了,水体自净能力增强;水好了,鱼类栖息环境进一步优化。这种互为因果的生态红利,正是十年禁渔最坚实的成效底色。

事实上,长江禁渔,禁的不是捕捞本身,而是斩断人与自然之间“竭泽而渔”的恶性循环,重新找回人水和谐的相处之道。放眼当下的现实,禁渔能取得明显成效,背后靠的远不止是一纸禁令。沿江20多万渔民退捕上岸,政府配套安置、转产就业,光是社保、培训、安置补偿这些软成本,就是一笔巨大的投入。长江禁渔之所以没有演变成“禁而不管”的僵局,恰是因为国家政策设计从一开始就明白:管住人的嘴、管住人的网,必须先安顿好人的饭碗。渔民上岸后开起了农家乐、搞起了水产养殖,当上了护渔员,从“捕鱼人”变成“护鱼人”,这个转变才是禁渔能够持续下去的根本。

当然,成绩面前更要保持清醒。眼下长江水生生物资源虽然恢复向好,但离“根本性好转”还有很长一段路。禁渔十年,现在才刚走过一半。一些珍稀濒危物种的恢复依然缓慢,部分江湖连通受阻的水域,生态修复才刚刚起步。更关键的是,禁渔期结束后,如何巩固成果,防范报复性捕捞?这些问号,都需要在当下提前谋划、未雨绸缪。

长江禁渔,表面是护鱼,实则是护一江碧水,护人类赖以生存的生态家园。鱼多了,水清了,江豚回来了,这些看得见、摸得着的变化,是生态的回归,更是发展理念的升级。人从自然的“征服者”,回归为“共生者”,对自然多一分敬畏,自然便会多一分回馈。说得朴素一点就是:人让江河活下来,江河才能让人活得好。



数字悼念 注意风险

据《工人日报》报道,随着生成式人工智能技术的普及,“数字复活”的悼念方式走红网络,但在快速发展过程中,法律侵权、商业欺诈、数据泄露等问题频发,不仅侵害逝者人格权益和消费者合法权益,更暗藏电信诈骗隐患。 王铎 作

青年说·说青年

■ 罗通

近日,央视新闻曝光,一度在电商平台销量霸榜的“澳洲优思益”叶黄素产品,实际上注册地竟是一家汽车维修站,产品实为国内生产。报道中,某营销公司人员也坦然承认造假。可那些年销售额千万的直播间、掌握海量商家数据的电商平台,真的对此一无所知吗?

一个“广州产品”要伪装成“澳洲原装进口”,需要打通多少环节?选品、审核、寄样、合同、上播,每个环节都绕不开。主播团队要核对产品资质、品牌授权;平台掌握着商家的营业执照、税务信息。一套“汽修厂地址”的包装材料,要一次次被按下“通过”键。痕迹是看

广州成澳洲,谁在装糊涂

得见的,但有些眼睛选择了失明。原因或藏在另一组数据里。

央视报道披露:产品售价的40%到80%用于“投流”,也就是在电商和内容平台购买流量。消费者花几百块钱买一瓶叶黄素,其中大半不是给了产品,不是给了研发,甚至不是给了造假者,而是给了平台,变成了流量费。消费者自己出钱,把自己的“信任”高价卖给了平台,让平台有动力继续推送下一个“优思益”。这是一个多么讽刺的闭环。在这种利益结构下,“审核不严”到底是漏洞,还是某种心照不宣的默契?

优思益并非第一个“假洋牌”。2025年就有媒体曝光过类似操作。但每次曝光后,常见的结局不过是“下架

关店”。造假者换个品牌名、换个注册地,就能重来一次。而消费者的付出,是真正白银。更值得警惕的是:每一次曝光后的“下架关店”,其实是在帮造假者做一次免费的“系统压力测试”,他们知道了哪些环节会被查,下次就绕开哪里。换句话说,我们的纠错机制,客观上正在为造假者提供试错反馈。

这次,国务院食安办、市场监管总局、海关总署三部门联合出手。但是为什么总是要等到媒体曝光、舆论发酵,才能启动这个纠错机制?为什么在产品上架之前,那道最关键的“审核关”常常未能发挥作用?

答案或许并不复杂:因为现有体系里,没有人因为“审核不严”而真正付出代价。平台可以说“商家造假我们也是

受害者”,直播间可以说“我们被供应商骗了”,监管可以说“已责令下架”。每个人都在找自己的“不知情证明”,没有人需要为“本可以拦住”而负责。当“包装”的成本远低于“做好产品”的成本,当放任造假的收益远高于拦截造假的收益,这套流水线就很难停下来。

真正令人担心的,是下一个“优思益”或许已经在路上了,而且它可能变得更隐蔽:注册地更远,包装更精,链条更碎。只要“包装”的生意经还有利可图,只要平台的审核机制还是“睁一只眼闭一只眼”,这套流水线就会像野草一样,割一茬,长一茬。

拆掉一个优思益容易。拆掉让假洋牌活下来的土壤,才难。 【作者系吉首大学学生】

· 资讯 ·

■ 郑元丹 董宁

春风送暖,古镇焕新。近日,上海朱家角大清邮局迎来一场跨越山海的文化之约。“小岛你好·花神来信”暨非遗特展主题宣传周温暖启幕,现场人头攒动、暖意融融,浓郁的海岛风情与江南古韵奇妙交融,为春日上海增添一抹别样亮色。

这是舟山“小岛你好”海岛共富集市再次走进上海。本次活动在延续文旅推介、特色展销的基础上,以文化为魂、场景为媒、创新为翼,实现品牌活动迭代升级,让舟山海岛文化走出群岛、走进都市,为海岛共富注入强劲动能。

活动现场,“拆一封来自海上的春信”主题观展线串联起整个展区,一步一景皆是惊

舟山:“小岛你好”共富集市亮相上海朱家角

喜。没有生硬的展板堆砌,也没有枯燥的文字讲解,而是代以沉浸式场景、互动式体验与生活化表达,让每一位参观者都能在移步易景中真切感受海岛文化的独特魅力。

活动现场舟山特色海洋非遗项目也十分亮眼。舟山渔民画、嵊泗海洋剪纸、舟山渔网结等代表性非遗技艺集中亮相,以图文解读、实物展示、现场呈现等多元形式,生动诉说着海岛先民耕海牧渔的千年故事。这些承载着岁月沉淀与匠心坚守的非遗作品,不仅是舟山文化的鲜活符号,更是海岛人民智慧的结晶,成为现场最吸睛的打卡点。

游客们驻足围观、细细品鉴,不时拿出手机拍照记录,在赞叹非遗技艺精湛的同时,也被背后的文化故事深深打动。“第一次

在百年邮局里邂逅海岛非遗,这种跨时空、跨地域的文化碰撞太奇妙了!”来自上海市区的游客王女士捧着精致的渔网结展品,连连称赞。她说,以往对舟山的印象主要停留在碧海沙滩、海鲜美食,通过这次活动,真切感受到海岛非遗的厚重与鲜活,感受到渔民们代代相传的匠心与热爱。

为了让海岛文化走近年轻群体,本次活动打破传统宣传模式,创新融入国风元素,联动全网汉服KOL、国风博主,发起“小岛你好,花神有礼”互动打卡活动。邀请市民游客通过社交平台分享观展体验、打卡非遗展品,完成任务即可解锁限定花神礼包,趣味十足的玩法吸引大量年轻人踊跃参与。这种年轻化、轻量化、社交化的传播方式,让舟山海岛文化、海岛

共富理念突破地域与年龄圈层,借助网络流量广泛传播,让更多人看见舟山、向往舟山。

作为舟山对外推介的重要品牌,“小岛你好”海岛共富集市已多次走进上海,凭借特色农产品、文旅资源与真诚服务,搭建起舟山与上海交流合作的桥梁,收获上海市民的广泛喜爱与高度认可。

“与以往不同,本次活动跳出了‘展销好物’的单一定位,向传播文化、强化体验、塑造品牌转型,聚焦非遗展示、文化体验、场景沉浸,让更多人读懂舟山。”“小岛你好”行动工作专班相关负责人介绍,未来舟山将持续以“小岛你好”品牌为纽带,不断创新活动形式、丰富文化内涵、拓宽合作渠道,让舟山海岛文化走出东海、走向全国,让海岛共富成果惠及更多群众。



“小岛你好·花神来信”活动现场 牛群 摄

杭州市萧山区闻堰街道:把民生实事办到心坎里

■ 徐佳丽 骆剑

“以前排练要到处借场地,现在下楼就是,还配有大镜子和专业把杆。”近日,在杭州市萧山区闻堰街道闻江社区新投用的舞蹈房里,居民王阿姨正和老姐妹们压腿练舞。这间由废弃车库“变身”而来的专业舞蹈房,配备了隔音棉等专业设施,已成为社区里的网红打卡点。

自村社组织换届以来,闻江社区新一届两委班子将“青邻童享空间”改造工程作为开门一件事全力攻坚。这并非简单的翻新,而是一场关

于100平方米空间的功能重构。原本昏暗、利用率低的老年活动室,被科学划分为婴幼儿驿站与老年活动区。与此同时,社区通过盘活资源,将一处废弃车库改造成了居民梦寐以求的舞蹈房。

作为开门一件事的“护航者”,闻江社区监察工作联络站将该项目列为年度重点事项,实行全程跟踪。联络站工作人员多次深入施工现场,对照设计图纸和招标文件,逐项核对施工材料、工艺标准和安全规范。在改造成婴幼儿驿站的过程中,工作人员发现了一个细节:新铺设的地胶厚度

比招标要求差了2毫米。面对施工方“2毫米不影响使用”的辩解,联络站态度坚决:“民生工程,差一丝一毫都不行。”在联络站的有力督促下,施工方当场承诺并完成了整改。联络站工作人员表示,民生工程涉及群众切身利益,每一个细节都马虎不得。从材料进场到施工工艺,从安全标准到使用功能,联络站全程盯紧、逐项核对,确保改造工程经得起检验。

正是这种对“2毫米”的较真态度,为民生工程筑牢了坚实屏障。改造过程中,联络站还先后发现并推动解决了

墙面平整度不够、边角处理粗糙、安全扶手安装不到位等细节问题,确保每一项整改都落实到位。

如今,这100平方米的空间已彻底告别昔日冷清、陈旧的局面,实现了“一老一小”的服务空间融合。婴幼儿驿站里,色彩明亮的地胶、圆角处理的桌椅、适合幼儿高度的洗手台,处处体现着细节的用心;老年活动区内,舒适座椅、明亮灯光、适老化的设施,让老人有了休闲好去处;舞蹈房里,整面墙的大镜子、专业把杆、隔音设施,堪比专业场地。

每天早晚,这里都很热闹。孩子在

驿站里嬉玩玩耍,老人在活动区聊天打牌,舞蹈队的姐妹聚在一起排练新节目,欢声笑语不断。居民李大爷笑着说:“以前这个地方没人来,现在大家都抢着来。社区真是把好事办到了我们心坎里。”

为了防止“重建轻用”,在闻堰街道纪工委的指导下,社区积极构建“建、管、用”相结合长效机制。通过引入布克公益文化发展中心等专业力量,量身定制了12场精品主题公益活动,并常态化开展“海豚成长营”“安心学堂”等特色项目。从婴幼儿亲子课堂到老年人的健康讲座,从

孩子们的绘画班到阿姨们的舞蹈队,这100平方米的空间真正“活”了起来。

社区还建立了定期回访制度,工作人员每月收集居民使用反馈,不断优化空间功能和服务内容。居民提出的增加防滑垫、添置饮水机、延长开放时间等建议,都逐一得到落实,工作的力度最终转化为了服务的温度。

闻江社区相关负责人表示,下一步将继续紧盯项目实效,把民生实事办细办实,让居民在家门口就能享受到看得见、摸得着的幸福。