

呵护运动热,激活消费力

孟繁哲

近期,夜间体育消费升温,既丰富了市民生活,也为城市经济添活力。

湖北武汉,晚上延时开放的体育场馆里,击球声此起彼伏;福建厦门,尊巴燃动夜活动上,600余名市民伴随动感节拍起舞。场馆延时、活动走俏、赛事上新……随着人们参与体育运动时间越来越自由、场景越来越丰富,体育产业迎来发展新机遇。

《体育强国建设“十五五”规划》明确提出,到2030年体育产业总规模突破7万亿元。如今,体育日益融入休闲娱乐、社会交往之中,消费空间随之拓展。顺应潮流趋势,从扩大参与、消费延链、供给提质等方面着力,才能打开体育产业增长新空间。

让“想运动”落于行动,先要为群众提供便捷的运动空间。四

川成都双桥子立交桥下,闲置空间被改造成约1800平方米的篮球公园。山西晋城推动69所中小学操场错峰开放,增设市民锻炼专用通道、夜间照明和隔离设施,并购置公众责任险。盘活边角地、合理利用存量设施,离不开精细化管理。持续推动体育供给从“有得用”迈向“用得好”,就能将一次次体验转化为运动习惯,进而催生培训、装备、赛事等需求。

“到场”不等于“消费”,体育活动还需联通生活场景。2026年安徽省时尚体育文化周在合肥举办,市民可观看匹克球、轮椅等比赛,参加平板支撑、花样跳绳等挑战,再逛逛汇集运动装备、文创、美食的市集。江苏围绕“苏超”整合景区、美食、非遗、文博等资源,打造100条跨区域主题线路。或把观赛、体验、购物汇于一处,或

让一张球票带动更多旅程,体育由此融入更长的消费链条。

跨界融合,实质是依托体育整合时间、空间和业态资源。赛事、商圈、景区各有运行规律,简单叠加未必能产生乘数效应。以观众的完整行程为线索,让赛程与交通、营业、游览时间衔接,让票务、住宿、餐饮、景点预约组合成便捷产品,有利于延长游客停留时间、降低交易成本。此外,还要形成合理的收益分配机制,促进主办方、平台和商户从短期借势走向长期合作。未来,促进客流、信息流、消费流有效融通,才能把赛事影响力转化为产业带动力。

如何将一时的参与热度转化为长期的发展增量?需要提升产品品质和运营能力。比如,北京冬奥会后,河北崇礼没有守着场馆

“等雪来”。冬季举办冰雪赛事,夏秋季发展山地自行车、徒步越野等项目,冬奥场馆实现全年运营。

发展体育产业,需要慢功夫、巧功夫。有的地方冰雪资源丰富,可做长滑雪季,向山地户外、赛事培训等四季产品延伸;有的地方山清水秀,可发展骑行、徒步、水上运动;有的地方制造业基础扎实,可深耕运动装备……各地资源禀赋不同,产业路径不能千篇一律。走差异化发展道路,因地制宜塑造特色、建立竞争优势,才能不断增强产业发展韧性。

推动体育产业高质量发展,不断满足体育消费需求,归根到底要服务人民、促进人的全面发展。把握需求变化,提供更丰富的体育产品、更优质的运动体验,定能让运动热激活消费力,为体育强国、健康中国建设注入充沛动能。

文旅业发展要靠质量而非流量

徐健 唐雨竹

文化和旅游部近日印发的《文化和旅游发展“十五五”规划》明确提出,深挖特色资源和文化内涵,提升旅游产品设计和开发水平;推动红色旅游提质升级,更好传承红色基因。当前,我国不少省份积极盘活本土历史文化、特色民俗等,推动文旅业提质扩容。如何更好利用资源,成为摆在各地面前的重要课题。

文旅产业的深度融合,既能盘活沉睡闲置的文化资源、优化区域单一化产业结构,也能有效破解部分地区动能不足、转型受限、发展后劲薄弱的现实困境,是赋能县域转型升级、推动区域经济高质量发展的重要突破口。过去,多数地区对文化资源的利用较为粗放,长期停留在文物陈列、静态观赏的粗放层面,存在“重保护、轻活化”“有资源、无产业”的突出问题,丰厚的文化底蕴难以转化为经济价值。而相较于传统产业,文旅产业具备渗透性强、关联度高、产业链长、带动性广的显著优势,能够串联起餐饮住宿、特色农业、文创制造、商贸零售、乡村旅游等多元业态,形成“一业牵动、百业联动”的产业格局。

当前,全国多地立足自身文化禀赋,探索出一条条文旅驱动区域发展的特色路径。例如,辽宁朝阳聚焦红山文化遗产活化利用,深耕牛河梁遗址核心文旅IP,通过举办2026年红山文化大会等形式,让千年史前文化走出遗址,走进市场,有效撬动区域文旅消费,带动地方产业提质增效。又如,江西井冈山深挖红色文化核心价值,系统构建研学培训、红色教育、文旅配套一体化产业链,完善全域旅游服务体系,以红色文旅赋能革命老区振兴,实现资源优势向富民产业优势转化。

不过也要看到,一些地区发展思维依然滞后,延续粗放式开发模式,文旅产品同质化严重、特色辨识度不足,存在产业链条短、产品附加值低、品牌影响力弱等问题,导致优质文化资源难以充分转化为产业优势、发展优势。因此,要摒弃粗放式、资源消耗型发展模式,立足地域资源禀赋精准施策,推动文旅产业从流量驱动的短期红利,转向质量驱动、品牌支撑的长效发展。

深耕资源活化利用。系统梳理整合红色文化、史前文化、民俗文化等本土优质资源,坚守保护优先、合理开发、永续利用的底线,守住地域文化根脉。坚决摒弃浅层化、同质化的粗放开发模式,对本土文化资源进行系统化梳理、标准化打造、市场化运营。聚焦地域文化特色,精耕细作打造高品质、差异化文旅产品,丰富沉浸式、体验式消费场景。

深化跨界融合发展。打破传统产业边界,推动文旅产业与乡村全面振兴、生态旅游、特色农业、数字经济、商贸服务深度耦合、协同发展。顺应消费升级趋势,大力培育数字文创、沉浸式文旅、研学实践、夜间文旅等新兴业态,丰富文旅产品供给体系,适配群众多元化、品质化、个性化消费需求。

塑造地域特色IP品牌。深度挖掘本土文化的精神内核与地域特质,打造具有专属标识、独特魅力、核心竞争力的区域文旅IP。以优质文旅品牌集聚人流、物流、资金流、信息流,持续激活地方消费市场,集聚优质发展要素,推动文旅产业持续提质增效。

拦截恶意抢票,维护公平的购票秩序

关育兵

据9月19日中新网报道,今年中秋、国庆假期相近,探亲流与旅游流叠加,热门线路车票一开便“秒光”。“中国铁路”微信公众号发布的信息显示,自9月23日中秋国庆火车票开售以来,铁路12306累计将711.7万笔交易放入慢速队列,对102.3万笔交易拒绝出票,共拒绝出票133.1万张。数字背后是一个清晰信号:铁路部门正以技术手段,把被恶意抢票挤占的机会重新还给普通旅客。

恶意抢票的本质,是对公共资源的私占。频繁大量为非本人购票的注册账号、频繁大量为非本人订单支付的支付账户、通过伪造终端设备模仿用户购票操作的异常行为,共同构成一个隐蔽的“灰色抢票市场”。在这个“市场”里,技术手段取代出行需求,成为车票分配的隐性规则。谁养得起更多的账号,谁就能在开售瞬间截走更多车票。

如今,铁路12306以大数据分析和风控技术精准识别异常,将相关账号放入慢速队列,对异常支付账户拒绝出票,正是对这一隐性规则的有力回应。这种干预有力度,也有边界——它不限制正常购票,只针对异常行为,体现了治理的克制与精准。

更值得肯定的是,铁路部门并未止步于“堵”,而是一边持续识别遏制恶意抢票行为,一边不断挖掘运力、完善12306服务功能。从候补购票到动态票额分配,从延长售票时间到保障重点旅客出行,“开正门”与“堵偏门”同步推进。运力有限是客观现实,但在有限运力下让分配规则更公平,是铁路部门可以也应当持续作答的考题。

公平的购票环境不能只靠铁路部门单方面守护。铁路12306没有任何购票加速包、购票会员费、挑选车厢座位费等额外收费。但一些第三方平台以“加速”“优先”为名诱导旅客付费,既收集了个人信息,又可能因异常操作被系统识别,导致购票更慢甚至失败。到头来旅客付出溢价没能换来便利却平添了风险。因此,对购票者而言,不盲目相信第三方平台,选择官方渠道购票,既是对自身权益的保护,也是对公平购票环境的支持。

当然,如何判定购票者对火车票是否“真正有需要”?技术拦截能否精准区分“恶意抢票”与“帮家人代购”?这些问题也有必要进一步追问。公平购票环境的建设,既需要技术手段的持续升级,也离不开规则的进一步清晰细化,如何在效率与公平、规则与情理之间寻求更好的平衡,仍需不断探索。

让火车票流向有真正需要的人,别让技术投机和溢价成为票源分配的指挥棒——铁路部门守好技术关与服务关,旅客守好选择关与理性关,我们的出行才能少一些焦虑、多一些从容。

便民利好

住房公积金制度是我国城镇住房制度的重要组成部分,关系到老百姓的切身利益。新修订的《住房公积金管理条例》自9月20日起施行。

新修订的条例中,最受关注的变化之一是住房公积金提取情形由原有的6种拓展为9种。

根据新修订的条例,提取情形包括:支付房租的;购买、建造、翻建、大修自住住房的;偿还购房贷款本息的;装修自住住房的;支付自住住房物业费的;离休、退休的;完全丧失劳动能力,并与单位终止劳动关系;出境定居的;国务院批准的其他住房消费情形。

新华社发王鹏作



走出“没撞上即无责”的固有认知

王志顺

是否发生碰撞,这一法理逻辑颠覆了一些人的固有认知。

多地多起司法判例统一了无接触事故的裁判尺度,也清晰展现了此类事故的典型违规场景,如骑手在狭窄路段高速通行,迫使路人紧急避让摔倒重伤;夜间违规开远光灯干扰对向车辆行驶、超车后突发变道挤压后方通行空间,最终诱发对方避险失误、车毁人亡的严重后果。随意变道加塞、占道停车、不按规定让行、滥用远光灯等陋习,都是隐形的道路安全隐患。

相较于普通交通事故,无接触事故最大的处置难点,在于缺少车辆凹陷、车漆刮蹭等直观物证,导致因果关系界定难度更大,也成为部分当事人推卸责任的借口。面对这类取证难题,交管和司法机关依托监控视频、行车记录仪影像、刹车痕迹、证人证言等多元线索,完整还原

事故全貌,裁判核心在于界定行为逻辑:一方违规操作制造紧急危险,另一方的避让、制动行为属于合理自救,由此产生的所有损害由造险过错方承担主要责任,这也是此类案件定责的核心逻辑。

需强调的是,交管部门出具的事故认定书属于行政判定,可作为民事案件的定案依据,但不等同于最终赔偿比例。司法诉讼中,法官会综合双方过错程度、行为与损害的关联强弱,精准划分赔偿责任。同时,无接触交通事故属于正规保险理赔范畴,可通过交强险、商业险完成赔付,保障受害者权益。但如果过错方擅自逃逸,保险公司将依法拒绝理赔,所有损失和法律责任将由当事人自行承担。

无接触事故频发的深层根源,是部分交通参与者的规则意识淡薄、侥幸心理严重。很多驾驶人明知

变道不打灯、夜间乱开远光、窄路快速穿行属违规行为,却因以为大概率不会发生直接碰撞便放任行之。这种心态本质上是对公共交通秩序和他人生命安全的漠视。道路通行属于公共社会行为,每一次不规范操作都是在人为制造公共安全风险,一旦由此引发损害后果,当事人理应承担相应法律责任。

防范此类隐形事故,一方面广大交通参与者要摒弃“无接触无责任”的错误思维,主动养成防御性驾驶习惯,提前预判路况风险,主动礼让通行,不为他人制造避险压力。另一方面,也有必要进一步规范事故处置流程,一旦自身行为诱发他人人身、财产损失,无论是否发生接触,都必须立即停车核查、报警报险,坚决杜绝肇事逃逸行为。唯有正视隐形交通风险、敬畏交通法规,才能从源头减少争议事故,筑牢道路安全防线。

“送餐12年不知老板是谁”,不妨让企业多走一步

夏研

日前,澎湃新闻报道了一个案例。骑手在送餐途中受伤,然而他维权时发现一个问题,他根本不清楚自己的老板是谁;他自认为是“驻店骑手”,为特定餐厅服务,但他发现自己曾经随手点了“同意”的,是使他成为平台“众包骑手”的众包协议;为他提供薪水、投保的,则是平台层层转包的小企业,历经多次更换;平台的算法掌握着对他的奖惩权,但当 he 主张权益时,平台似乎隐身了。

这个问题的产生,和外卖行业的特征有关。在传统行业,一个劳动者进入行业,通常由相对固定的单位招聘、管理并发放工资,“给谁干活、由谁管理、出了问题找谁”,此逻辑大体一致。但众包模式打破了这种相对清晰的关系:外卖平台提供订单和规则,配送业务可以外包给代理商,代理商又可能继续转包,发薪、投保也由不同企业承担,骑手则成了这眼花缭乱的“终端”。

当然,众包没有“原罪”。比如

外卖订单本身存在明显的潮汐效应,午晚高峰、节假日和恶劣天气往往需要更多运力,而在其他时段配送需求又会下降。众包既能让平台根据订单变化补充运力,也给劳动者留下了更大的自主空间。但问题是,众包模式下复杂的用工关系,成了新就业形态下劳动者维权的一道门槛。

2024年最高人民法院发布首批新就业形态劳动争议专题指导性案例,其中就明确,劳动者主张与该企业存在劳动关系的,人民法院应当根据用工事实,综合考虑劳动者对工作时间及工作量的自主决定程度、劳动过程受管理控制程度等依法作出相应认定。可以看出,这就是瞄准新就业形态中“名义关系”与“实际用工”可能脱节的问题,避免一纸“众包协议”成为认定劳动关系的唯一依据。

只是,认定标准清晰,操作起来却并不容易。在这起案例中就非常明显,从2024年9月至2026年1

月发生事故,当事骑手的工资先后由多家注册在不同省份的企业发放,平均两个月就更换一个名义上的发薪主体。等到骑手受伤需要维权时,就得先从平台、餐厅、代理商、发薪公司、投保公司等多个主体中,厘清自己究竟与谁存在劳动关系。

对一名骑手而言,这就意味着在讨论自己应当获得什么保障之前,还要先弄明白企业内部复杂的外包、转包和用工关系。而劳动者掌握的信息有限,完整的订单记录、派单规则、考核数据,以及平台与代理商、外包企业之间的业务关系,更多掌握在平台与企业一方,劳动者面临的难度可想而知。

对此,不妨采取一种更简便的办法:劳动者只需就自己为谁提供劳动、接受谁的管理等完成初步举证,比如最近的服务单位、发薪主体等,由相关部门裁定赔偿。之后这笔赔偿如何分摊,则由掌握相关合同和数据的企业进一步举证说明、各

自协商处理。

由此,劳动者不必先弄清楚条外包链条,才能获得必要的救济;而平台、代理商等企业在明确自身可能承担的责任之后,也会更有动力规范外包、转包和用工管理,避免出现责任主体频繁变更、权责边界模糊等情况。从这个意义上说,让企业在举证和责任厘清上多走一步,也是在倒逼整个行业把用工关系理得更清楚、更规范。

很多灵活就业者遇到的困难是非常迫切的,比如身体创伤,甚至是丧失劳动能力,本身的生活困境再叠加长期维权的成本,对他们来说未免太苛刻了。因此,有必要在司法实践层面,降低维权整体的复杂度,保障劳动者得到救济。

商业模式可以复杂,用工关系可以多元,但理解这套复杂结构的成本,不应让劳动者承担。谁掌握更多用工信息,谁就不妨在举证和说明上多走一步,这也符合责任和义务相互匹配的常识。

