



精神文明网



报社官方微信

本报(精神文明网)网址
http://www.jswwm.com.cn

国内统一连续出版物号 CN 51-0055
邮发代号 61-19

让每一声欢呼都传递向上力量

——四川“赛事文明 蜀里有礼”示范活动打造赛场文明建设新样本

◎ 本报记者 秦丽 卢瑶/文 向真/图



2026赛季中超联赛成都蓉城主场收官战现场热情洋溢的观众。

成马现场,志愿者和观众在指定区域有序为参赛选手加油助威。

品牌打造

来自基层的鲜活经验,汇聚成以“礼”为魂、以“赛”为媒的“赛事文明 蜀里有礼”品牌。该品牌将“知礼、学礼、懂礼、守礼”的传统巴蜀文化基因嵌入现代赛场文明建设,形成辨识度鲜明的四川标识

实践探索

四川从办赛、参赛、观赛三个维度持续探索可复制的实操经验,这些散落在不同赛事、不同场景中的实践,为赛场文明的品牌化提升留下了可回溯、可整合的经验

价值延伸

四川跳出“办赛一阵热”的短期思维,推动赛场文明向校园、社区、街巷延伸,构建起“赛场示范、全域传导、常态践行”的文明培育链条



2026赛季中超联赛成都蓉城主场收官战公益看台上的观众。

10月24日下午,2026赛季中超联赛成都蓉城主场收官战在凤凰山专业足球场开赛,41800余名球迷涌入看台,刷新球场上座纪录。在主队冲击关键赛事席位的焦点战中,成都蓉城0比1不敌对手,全场球迷始终保持理性助威,赛后主动带走随身垃圾,让热烈的赛场氛围始终与文明同频。

次日上午,2026成都马拉松(以下简称“成马”)在金沙遗址博物馆鸣枪开跑,3.5万名跑者分三枪出发,沿着串联千年遗迹与现代地标、老街烟火与公园绿意的赛道奔向终点。赛道沿线,成都创新设立的“文明宣导员”岗位由街道、社区骨干值守,他们在地铁接驳口、主要观赛点位引导人流,倡导文明观赛,垃圾不落地;6550名赛事志愿者分布在各个服务岗位,沿线市民在指定区域为跑者加油助威,始终有序热烈。

两场赛事中,四川“赛事文明 蜀里有礼”示范活动精彩亮相,成都作为品牌核心策源

地和先行实践地,推出一系列成熟载体、特色IP和常态化机制,为全省品牌成型提供核心支撑。

凤凰山赛场附近的杜家碾地铁站内,印有“蜀礼”熊猫IP的公益海报随处可见,“有序入场守规矩 文明观赛护环境”“吼得热烈 守得文明”等标语提前向市民传递文明观赛理念;赛场外的文明打卡墙前,印有“蜀礼”熊猫IP的玩偶、手机挂饰、帆布包、文明标语手持卡等文创礼包被观众领走,成了看台上人人可见的“文明装备”。开赛前,公益看台上的道德模范、身边好人、新时代好少年等代表,带动全场4万余名观众合唱《温暖成都》,用歌声传递对城市的热爱。一曲唱罢,客队看台传来热烈掌声,公益看台代表也转身挥手致意、回以掌声,跨越看台的双向致意,成为赛场文明的动人一幕;中场休息间隙,赛场大屏连续播放“赛事文明 蜀里有礼”公益短片,把文明提醒自然嵌进赛事节奏里。成马终点处,完赛选手手持“赛道有终点 文明无止境”等文明标语卡在文明打卡墙前留影,把赛场文明变成看得见、带得走的成都记忆。

从凤凰山专业足球场4万多名球迷在主队憾负后的克制包容,到成马赛道旁市民用掌声为所有跑者加油的善意,两场赛事呈现出同一种温暖的文明底色。这不是偶然的赛事现象,而是四川持续推进赛场文明建设的长期成果,其中成都先行先试、久久为功的实践探索,构成四川省赛场文明建设的重要基石:2023年成都率先设立公益看台开展先行探索,联合十余个部门开展“文明观赛公益看台”系列活动,持续把赛场资源转化为礼遇模范、致敬城市奉献者的文明阵地;2024年《四川省体育赛事活动赛风赛纪管理实施细则(试行)》正式将“促进文明观赛”纳入制度规范;今年“赛事文明 蜀里有礼”品牌在中超、成马两大赛事中亮相,四川走

出一条从实践探索到制度保障、再到品牌化提升的清晰路径。

品牌铸魂

构建赛场文明建设新范式

“赛事文明 蜀里有礼”品牌的诞生,是四川多年赛场文明实践水到渠成的结果。

早在2023年,成都市文明办便率先打造公益看台,策划“天府礼遇行”活动,邀请道德模范、身边好人、环卫工人、快递骑手等群体代表免费观赛,把火热绿茵场变成礼遇平凡英雄的文明平台。活动持续推进、常态开展,把赛场席位化作一份份暖心礼遇。2024赛季中超联赛成都蓉城主场赛后,一个暖心场景刷屏全网:全场两万余名球迷齐声高喊“谢谢阿姨”,向默默奉献的球场清洁人员表达感谢与敬意。这一声声致谢,不仅是市民文明素养的直观体现,更彰显了体育精神中尊重他人、感恩奉献的核心要义,主流媒体纷纷点赞成都都在体育竞技中传递的温情与尊重。2025赛季,成都凤凰山专业足球场累计邀请超1.1万余名平凡英雄现场见证蓉城球队的荣光时刻,公益看台模式也逐步向省内其他城市复制推广。

在川超现场,基层实践同样扎根泥土。达州印发《文明观赛倡议书》,明确“守规有序、尊重比赛、理性助威、人走场净”行为准则;自贡主场组织道德模范、文明家庭等代表登上公益看台,赛前设置“文明观赛 自贡有礼”签名墙,赛后由志愿者牵头开展“人走场净”行动。

这些来自基层的鲜活经验,最终汇聚成以“礼”为魂、以“赛”为媒的“赛事文明 蜀里有礼”品牌。该品牌将“知礼、学礼、懂礼、守礼”的传统巴蜀文化基因嵌入现代赛场文明建设,形成辨识度鲜明的四川标识。

品牌要立得住,离不开制度的刚性支撑。2024年11月1日起施行的《四川省体育赛事活动赛风赛纪管理实施细则(试行)》,首次将赛场不文明行为纳入赛风赛纪违规范畴,从制度层面明确赛事组织者的文明宣传责任和观众的文明观赛行为边界。文明倡导从此不再是临时倡议。

成都同步靠前谋划,自2025年起每年配套出台《“文明观赛·最美看台”活动方案》,紧扣全年重要节日节点和城市精神文明建设重点任务,精心设置“五一劳动节专场”“八一建军节专场”“教师节专场”“世界粮食日专场”“开学季专场”等主题公益观赛场次,把公益看台做成常态化、系列化的文明礼遇平台,依托官方公告、票务平台、短信推送、现场广播、看台提示等线上线下渠道,赛前常态化开展文明观赛提醒。在赛场外围设置醒目主题展板、提示牌,为人场球迷贴上专属文明观赛贴纸,组织志愿者开展文明倡导服务;制作蓉城现役球员文明观赛倡导视频,精准投放地铁沿线,让文明提示多维度触达观赛群众。

为避免文明宣传沦为生硬说教,四川还搭建起“线上+线下”的全场景传播矩阵。线上通过“学习强国”四川学习平台等推出的文明观赛主题系列短视频策划,核心围绕四川本土的川超等体育赛事展开,邀请多位四川本土网络博主走进不同赛场,以博主的第一视角传递文明观赛理念,推出“川超赛场 江湖有礼”系列短视频;邀请本土博主以川人熟悉的“江湖礼仪”解读文明观赛准则,用群众喜闻乐见的方式传递“输不斗气、赢不张扬”的观赛理念。线下在川超现场设置文明互动打卡区、签名球打卡区,将文明提示融入沉浸式体验,借助赛事流量让文明理念在潜移默化中深入人心。

(下转2版)

中超、成马精彩赛事详见2版

全国精神文明建设
高质量发展头条好作品

中农云启航科技杯

四川中农云启航
数据科技集团有限公司联办

热点观察

乡村拼豆店走红 充满人情味的朴素不应被嘲笑

近日,河南郑州中牟县一家开在村里的拼豆店走红。店主卢先生为了满足自家孩子的需求,把家里平房改造成拼豆店,每小时收费5元,29.9元可以玩一整天,周末能挤满二三十个村里的孩子。却因为简陋的店面环境,被网友称为“全网最土拼豆店”,还引来不少嘲笑:有人说要打着手电筒拼豆,有人断言小店撑不了多久。对此,卢先生表示,开店不为挣钱,主要是图自家孩子高兴,村里的小孩也有了适龄的娱乐场所。

编辑点评

可以理解一些注重消费体验的网友对消费环境的重视,但是用城市商场里的精致标准,去评判一家开在乡村平房里的小店,是否有些太苛刻了?就如网友所说:“请允许这个世界有精致的高楼大厦,也有朴素简单的一隅小店。”

这家店之所以能打动人心,在于它藏着一位父亲朴素的爱意和一位乡村店主的真诚。这份爱意和真诚不应被嘲笑。卢先生开这家店不仅方便了自家孩子,也用接地气的方式和良心的定价,为周边村娃的孩子提供了一个玩耍和交流的地方,补上了乡村儿童娱乐空间的一块短板。比起冷冰冰的硬件设施,这种充满人情味的朴素与快乐,更能温暖人心。

更难得的是,面对一些网友提出的灯光暗、气味大等问题,店主并没有抱怨,也没有无视,而是立马改善照明和通风条件,逐渐完善店铺的设施和服务。

我们也需看到,乡村孩子的娱乐方式,不能只依靠家长来守护,更需要基层公共文化服务的有力托举。当公共文化资源真正下沉到田间地头,乡村的孩子们才能拥有更加快乐温暖的童年。

(王丽)

别让屏幕里的假晚辈 骗走屏幕外的真心

一声声“姨姨”“妈妈”,叫得亲热又可怜;一句句“孩子不容易”,牵动了屏幕另一端老人的心。近日,短视频平台上批量出现的“AI小海”,让不少中老年人心疼不已,有人接连下单买货,有人甚至想坐火车去看望这个素未谋面的“孩子”。可当真心实意的牵挂遇上精心编排的苦情戏,才发现自己惦记的晚辈,竟是人工智能生成的数字人。

编辑点评

AI生成一个形象,可能只需要几分钟;编一段身世、写几句台词,再配上商品链接,就能把同一套剧本反复搬演。技术本身没有善恶,但当技术被用来编造身世、刻意煽情,以虚假亲情诱导消费,就不能再以“娱乐创作”或“AI生成”为由轻轻带过。

有人或许会问,这样的套路,为什么还有老人相信?答案并不复杂。对一些老人来说,一声亲切的称呼、一句温暖的问候,可能恰好填补了日常生活中的情感空缺。不能因为骗局利用了这份善意,就反过来责怪善良的人。

治理需要跟上技术迭代。2025年9月1日起施行的《人工智能生成合成内容标识办法》,已对AI生成合成内容的标识作出规定。但标注“AI生成”不应成为虚假营销的挡箭牌。平台还应加强对批量账号、雷同剧本、虚构人设和异常带货行为的识别。对于利用虚假信息误导消费者的行为,也应依法核查、追责。

家人也不妨多给老人一些耐心,聊聊他们关注的账号,帮助辨别网络信息。AI可以模拟亲情,却不能替代亲情;流量可以制造感动,却不该以欺骗为代价。技术越逼真,越需要守住真实与诚信的底线。

(黄伟鸣)

福建厦门推动新就业群体融入精神文明建设实践 从“赶路人”变成“自家人”

一线来信

“厦门,我想谢谢你!谢谢你用宽阔的胸怀,接纳我这样普通的外乡人,给了我一条能奋力奔跑的路、一个能用汗水换来尊严和希望的机会。”这是不久前外卖员谢志宏写给福建厦门的“情书”里的一段话。谢志宏来厦门跑单8年,送餐超25万单。在他看来,厦门出台专门的法规保障新就业群体劳动权益,让他觉得自己也是被这座城市惦记、尊重的一员。

针对想在这座城市奋斗又还没站稳脚

跟的新就业群体,厦门推出租赁折扣与灵活租期服务,为他们安身、安业、安心提供保障。

一家临近地铁、公交与商圈的公寓,目前已入住30多位快递员、外卖骑手。这里提供特惠房源,月租800元至900元,酒店日租75元起,配套齐全、可拎包入住,实行灵活租期,支持长租、短租,还可享受押一付一等便利政策。

除了住得舒心,厦门还实施“文明有礼 星耀厦门”城市融入行动,开展职业技能提升与创业导师服务,鼓励新就业群体打磨技艺、争做行业能手。

“这间驿站挨着火车站商圈,周围送餐需

求大。来这里休息,比绕道回家方便多了。”厦门外卖员赵志坤从微波炉里拿出热腾腾的午饭,笑呵呵地说。赵志坤从事外卖工作6年了,在他印象中,建驿站前,大家分散在商场、商家甚至马路边午休,“自从去年‘新邻驿站’建成后,这里成了大家不约而同的选择”。

为了让新就业群体“渴能喝水、急可充电、累能歇脚”,厦门市思明区在新就业群体集中的商圈、园区、地铁口等地布局了131个“新邻驿站”,空调、饮水机、微波炉、应急药箱等一应俱全,还同步在“智慧近邻”平台上发布“点位地图”,小哥们只需轻轻滑动屏幕,便能“一键导航”到友好服务空间。

在厦门,友好服务的理念还延伸到更多场

景。鹭江街道华侨海景小区通过搭建楼栋指引牌、布设“骑手友好地图”等举措,创新打造“厚哥俩”品牌;梧村街道嘉禾良库设置了8类40余个服务设施,推出新就业群体友好服务导览图,打造新就业群体友好园区;筲箕街道屿后南里小区和厦门市康复医院联动推出“骑手友好服务”,为新就业群体提供就诊绿色通道和体检优惠套餐。

暖心的服务、务实的保障举措,让新就业群体从“赶路人”变成“自家人”。调研数据显示,厦门市民对新就业群体的包容度达96.23%,新就业群体与城市发展的“双向奔赴”取得阶段性成效。(据10月25日《光明日报》马跃华)