

评论员观察

村超冠军赛是乡村足球的“成人礼”

刘庆振

一个没有制度保障的赛事，再热闹也只是聚会，而一个有制度支撑的赛事，可以成为孕育更多可能性的土壤。冠军赛的制度化，不是要把村超管起来，而是要让它活起来。

贵州村超冠军赛，近日在榕江开赛。三个月、四个阶段、覆盖全省九州市、共计三十场比赛，村超已经从最初的乡村草根赛事成长为有着巨大影响力的省级赛事。几年前，贵州村超以一种出人意料的方式点燃了中国人对足球的热情。没有职业球员，没有商业赞助，没有转播权谈判，有的只是村民们在田边地头踢球、数万人看球呐喊的朴素画面。那是中国足球的一次意外高光，也是一次对“什么是真正足球”的

集体追问。但现象是一回事，制度是另一回事。一个赛事从偶然火爆到持续运行，中间隔着，正是一整套的制度建设。而2026年贵州村超冠军赛的启动，恰恰标志着村超完成了一次关键的质的跨越。从1个县到88个县，从榕江到整个贵州，这背后是一次根本性的逻辑转换。早期的村超，本质上是一个村庄的邀请，它的魅力来自偶然性、自发性和不可复制性。正如所有的“意外”走红一样，它可以被裂变传播，但很难被持续运营。

而2026年的冠军赛，构建了一个截然不同的框架：全省九州市划分赛区，实行主客场双循环赛制，这是全省共同办赛的制度化升级，每个县市既是参赛者也是东道主，每个主场都是展示当地文化、旅游、美食的重要窗口。这就把村超从一个节日变成了一项赛事：节日可以靠热情维系，但赛事必须靠制度运转。分组赛、附加赛、排位赛、总

决赛……这套赛制设计的背后，是贵州省在群众足球领域第一次建立起了完整的竞赛体系。

任何一项运动或赛事的繁荣，都不能只靠偶尔迸发的热情，而需要稳定的制度供给。这是体育社会学的基本常识。村超冠军赛的意义正在于此，它给出的是一套制度方案：参赛选手是农民、工人、学生、个体户，年龄限制在16至45岁，严格排除职业球员。这些规则不是为了限制水平，而是为了锁定群众性这个核心定位。它的逻辑不是选拔最好的球员来参加比赛，而是让每个县都有一支属于自己的球队。这种逻辑背后是一种朴素的体育观，足球不应该只是少数人的舞台，而应该是多数人的生活方式。当每个县都组建了队伍，当每个周末都有比赛在县城的球场上演，村超就不再是一种现象，而是一种日常。

有人可能会担心，制度化会不会让村超失去原本的野生气息？这种想法可

以理解，但不必过虑。冠军赛的制度化，不是要把村超管起来，而是要让它活起来。更关键的是，冠军赛主客场制天然地激活了每个县市的特色文旅资源，这恰恰是对村超草根文化最好的保护和发扬。制度化的真正价值，是让好东西可以被复制、被延续、被升级，而不是停留在某一次的惊艳亮相层面。

一个没有制度保障的赛事，再热闹也只是聚会；而一个有制度支撑的赛事，可以成为孕育更多可能性的土壤。88个县的赛场上，那些从田间、山坡旁走来的年轻人，也许就有人因此被看见、被培养、走上更广阔的赛场。因此，村超冠军赛是乡村足球的“成人礼”，它见证了一个真正有生命力的赛事，从不只靠一时火爆，而是源于一年又一年的扎根与生长。

(作者系北京体育大学新闻与传播学院院长助理、体育新媒体系主任、副教授)

多彩文评

微短剧破局之道在于以“特”制胜

李海钦

近日，《贵阳贵安推动网络微短剧高质量发展措施》印发，出台了10条指导性、操作性高、含金量足的举措。“挖掘特色选题”居各项举措之首，彰显了用特色题材构筑竞争力的发展思路。作为网络视听形态中的“轻骑兵”，近年来微短剧迅速崛起，用户规模已突破7亿；2025年市场规模超千亿元。在市场与政策双重加持下，一个问题不容回避：面对日趋激烈的市场，贵

州微短剧拿什么与先发地区同台竞技？将目光投向现实，或许能找到一些答案。2024年，贵州原创文旅微短剧《一眼千年》全网热播，入选国家广电总局“跟着微短剧去旅行”创作计划第四批推荐剧目；2025年，聚焦“村超”的微短剧《大力村超人》获中美电视节“年度最佳网络微短剧”奖；近期，《归乡曲》和《侗歌响处是归途》两部微短剧作品入选“首届微短剧赋能乡村振兴典型案例征集活动”全国优秀推荐影片

……“村超”、侗族大歌等都是贵州特有的符号。这些作品扎根乡土、立足特色、展现真实，巧妙融入丰富的地域文化元素，实现了表达主题与地域文化紧密交织。

特色意味着辨识度、竞争力。贵州底蕴深厚的红色文化、源远流长的阳明文化、传承千年的民族文化、与“省”俱来的屯堡文化等，能为微短剧创作提供广阔空间、丰富选题、充沛灵感；“村超”“村BA”“村画”等“村字号”

IP蓬勃生长，可以赋予微短剧更多生命力和烟火气。

在实践中，选题往往是创作的第一步，也是作品的筋骨和血肉。在微短剧创作中，利用剧情构思、情节设计、风格塑造、元素彰显、表达呈现等方式充分展现特色……才能让表达主旨从宏大叙事回归到具体的人与故事，赋予作品打动人心的力量。

微短剧的风还在继续吹。那些扎根于本土文化、用真诚讲述地方故事的精品力作，具有穿越周期的生命力。用好“微短剧+文化”“微短剧+文旅”等，策划推出一批思想精深、艺术精湛、制作精良的精品微短剧选题，讲好身边正在发生的故事，一出生“好戏”将在这片土地的山川草木之间、烟火日常之中上演。

热点锐评

景区标语岂能把冒犯当幽默

黎思扬

近日，有网友发现视频称，河南郑州新密市一景区的标语牌上面写着：“爬不动了吧？哈哈哈哈哈！要不把孩子扔了吧，或者把媳妇扔了吧”等字样，引发网友热议。5月19日，景区工作人员称，标语牌已于当日撤除，本意是为了缓解游客爬山压力。(极目新闻5月19日)

景区设置标语，写上幽默风趣的话，一来可以彰显特色，二来能够与游客开展情绪互动：在游客爬山感到筋疲力尽之际，一则“爬不动了吧？哈哈哈哈哈！”略带调侃的标语能让人会心一笑。然而“把媳妇扔了吧”“把孩子扔了吧”等字眼，突破了底线、失去了分寸，从内而外透着一股粗鄙与恶俗。

一个景区里，有成年游客，也会有未成年人；有单独出行的“驴友”，也会有举家出游的“家庭游”。当家庭出游遇见“把媳妇扔了”的字眼，孩子看到“把孩子扔了”的标语，这不仅会让人产生不适，更可能会让孩子产生可以漠视亲情的错误认知。景区标语拿游客最亲近的人开不合时宜的玩笑。这不仅不好笑，反而让人无语至极、感到被深深冒犯。

景区的出圈流量，不是靠突破底线、丢失分寸、冒犯他人换来的。与此形成对比，今年“五一”期间，河南嵩山半山腰一块写着“爬不动了吧哈哈哈哈哈”的标语牌，因有人质疑“嘲讽游客”被换成新的标语，但网友觉得惋惜，景区果断“回听”换回了之前的爆笑标语。

幽默的底色是尊重、是善意。只有以尊重为前提、以善意为基础、以共情为纽带，景区的幽默风趣才会真正走进游客心里。

别让“金奖咖啡”成了“批发标签”

湛聆

据《齐鲁晚报》报道，打开瑞幸、库迪、肯德基点单页，“IAC金奖咖啡”的金色标识随处可见。可消费者以为喝到的是“百里挑一”的冠军之作，真相却是：该赛事不设置银铜奖，评分达标且跻身前25%就能拿金奖。四分之一的获奖率，让“金奖”沦为批量发放的“达标证”。

IAC金奖本质，本是专业风味的合格背书，而非顶尖稀缺的荣誉徽章。赛事每年在国内举办多场，品牌还能一次性申报多款豆子，只要送样基数够大，总能“撞”上几款达标品。这种“广撒网、多报多中”的操作，把本该稀缺的奖项，变成了低成本的营销道具，当“优秀”不再稀缺，含金量自然大打折扣。

品牌扎堆追捧“金奖”标签，精准掐中了咖啡作为“信任品”的消费痛点。多数消费者难以分辨咖啡豆的产地、工艺，面对琳琅满目的选择，一枚权威金奖标识，是降低决策成本的“捷径”。在价格战白热化的当下，与其费力科普供应链知识，不如贴个标签来得高效，利用大众对“金奖”的固有认知制造溢价。

从葡萄酒、茶叶到蜂蜜、大米，这种“奖项通胀”并非咖啡行业独有，各类国际赛事“金奖”泛滥，甚至衍生出“双金奖”“大金奖”等名头，噱头越来越足，分量反而越来越轻。商家利用信息不对称，把“达标”包装成“夺冠”，让消费者为夸大的荣誉买单。

当荣誉可以批量批发，真正稀缺的，从来不是那杯咖啡。与其沉迷“标签竞赛”，不如回归品质本身。

买来的“院士”，戕害的是文化根基

阮若青

听说过山寨院士、冒充院士的，谁能想到如今还有人做起“书画院士”的买卖。近日，“中国翰林书画院”将“院士”头衔明码标价出售的乱象引发热议。据北京晚报记者调查，这些“院士”是网络平台明码标价的商品，只要花两三千元便可持证加冕，流程简单、出证快速。当“院士”沦为网站商品、成为包装工具，伤害的远不止书画行业本身，更是对社会诚信与文化尊严的公开践踏。

“书画院士”的荒唐剧，背后是“唯头衔论”的扭曲生态。在有些人眼中，艺术价值如一纸虚名，底蕴积累敌不过快速镀金。买方与卖方合谋，将荣誉异化为商品，用虚假光环为作品抬价、为身份贴金。这不仅污染了艺术创作环境，更侵蚀着社会对“人才”“荣誉”的基本共识。当努力可被购买、实力能让位于套路，又何谈文化艺术的真正繁荣？

整治此类乱象，必须标本兼治、持续发力。监管部门应当主动出击，建立跨平台监测机制，线上线下联动清查，对非法社会组织坚决取缔、公开曝光，并依法追究造假售假者的法律责任。书画行业更须自觉打破“头衔崇拜”，推动评价体系回归作品本身，让真正的艺术创作赢得尊重，而非让虚名包装大行其道。

荣誉从来不是商品，头衔必须附着于真实的成就。那份仅值两千元的“院士”证书，轻蔑的是无数艺术工作者多年的坚守，嘲弄的是崇尚实干的正向价值观。唯有切断利益链、筑牢监管墙、提升公众鉴别力，才能让艺术回归艺术，让荣誉归于真实。否则，此类荒唐剧只会不断换装上演，最终伤害的，是我们共同珍视的文化根基。

基层视角

“乡村CEO”如何玩转振兴“棋局”

陈久菊

2021年之前，雷山县乌东村的集体经济只有8万元，如今这个数字已经突破280万元。数据背后，“乡村CEO”功不可没。截至去年底，黔东南州75个农业职业经理人试点村在这批专业人才的运营下，集体经济经营性总收入已达6752.48万元。

市场运作，是“乡村CEO”的核心能力。他们擅长盘活闲置资源、运营经营性资产，让土地、房屋、生态等资源转化为流动资本，既壮大了集体经济的筋骨，也鼓起了农户的钱袋。许多“乡村CEO”来自他乡，带着新思维、新技能进入乡村。要让他们甩开膀子、全力施展，就必须营造良好的环境，真正让他们“玩得转”。

乡村不缺资源，缺的是将资源转化为市场产品的专业能力与制度保障。雷山县出台专门办法，明确赋予“乡村CEO”可自主运营村集体“三资”及产品开发，同时规定重大事项执行“四议两公开+第三方审计”。这一“放权”与“立规”并举的模式，既划清了权责边界，也预留了宝贵的容错空间，让人才敢于创新、安心干事。

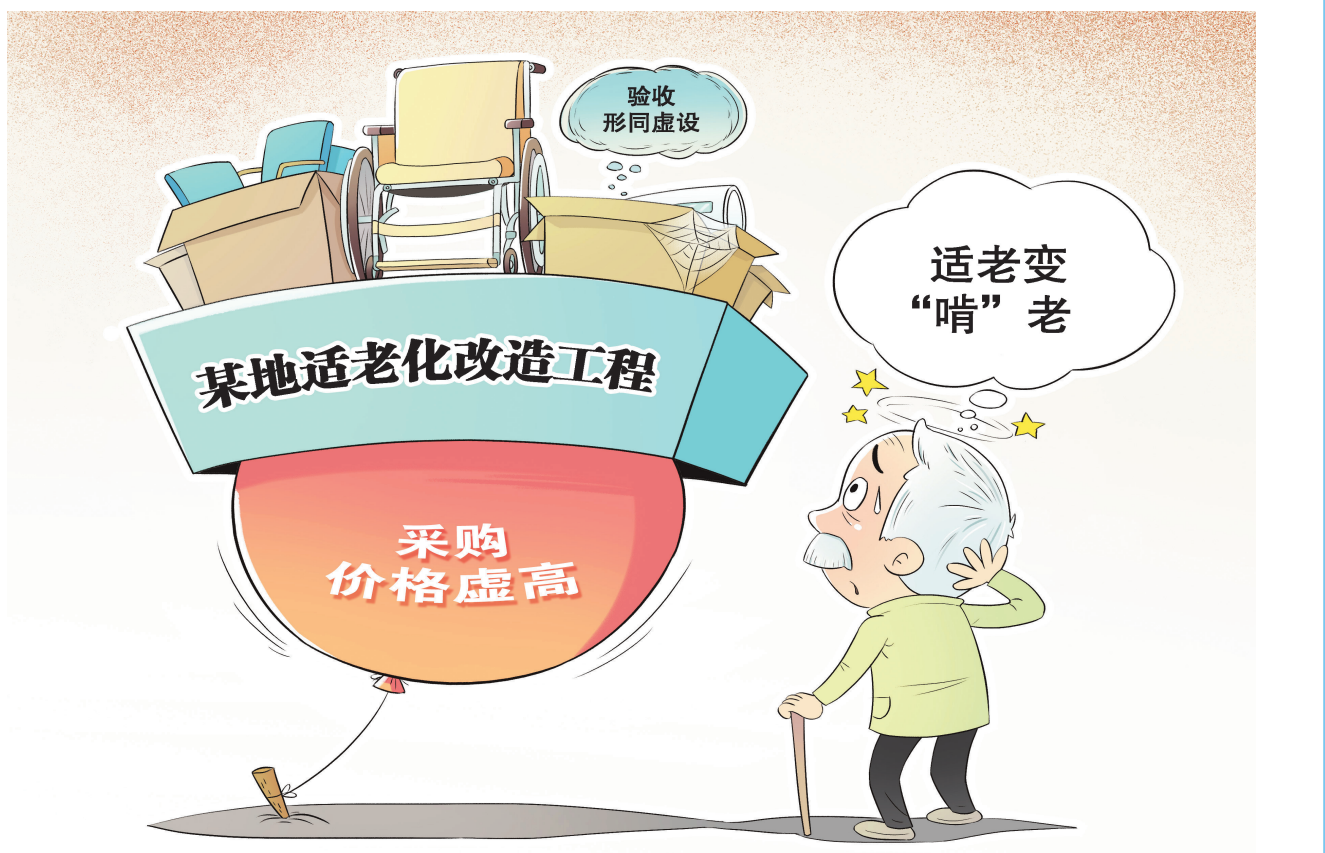
“乡村CEO”的融入，不是简单的“介入”。他们需要向上对接政策与市场，向下对话村民与土地，在多方诉求间寻找发展的“最大公约数”。雷山县乌东村的豪举便是如此破局——他以实际成效说话，用源源不断的客流和真金白银的收益，逐渐消解了村民和村干部最初的疑虑，将他们从旁观者转变为积极参与的共建者。

要让“乡村CEO”机制行稳致远，必须构建“引得进、育得强、留得住、发展好”的长效生态。这需要打通职业发展通道，将优秀人才纳入村级后备干部人才库，实现治理能力与经营能力双提升。同时，也要促进项目合作与经验共享，推动高校、科研院所等资源持续下沉，形成强大支撑。当乡村成为人才向往的热土、干事创业的乐园，振兴之路才能动力澎湃。

漫评

适老岂能变“啃”老

央视《焦点访谈》近日报道，记者在四川万源市、三台县实地调查时发现，政府投入大量财政资金推进适老化改造工程，不仅很多产品闲置，派不上用场，采购价格还比市场价格高出不少。本该兜底夕阳、造福老人的民生实事，硬生生沦为少数人逐利牟利的灰色生意。养老无小事，适老当用心，对伸向民生领域的“蝇贪”，必须零容忍、严查处。(图/王琪)



绿色工厂与贵州产业发展，形成了双向赋能、相互成就的良性共生关系，二者互为支撑，构筑起贵州工业高质量发展的核心闭环。

从2024年底的85家到如今的133家，一年多的时间贵州新增国家级绿色工厂48家。面对这个数字，很多人会生出两个朴素疑问：究竟什么是绿色工厂？这133家绿色工厂与贵州之间，到底是什么关系？厘清绿色工厂的核心内涵，读懂其与贵州产业发展的共生逻辑，方能看清贵州新型工业化最鲜明的转型密码与发展底气。绿色工厂在制造业绿色低碳转型中发挥着重要的基础和导向性作用。新版《绿色工厂评价通则》，明确绿色工厂新的定位和导向，提出“新五化”，即能源低碳化、资源高效化、生产清洁化、产品绿色化和用地集约化。绿色工厂彻底摒弃了“生产必耗能、发展必排污”的传统工业惯性，以技术创新、精细管理、循环利用为驱动，实现能耗更低、排放更少、效率更高、效益更优。绿色工厂既是衡量一个地区工业现代化、绿色化水平的核心标尺，也是新质生产力在工业领域的具体体现。133家国家级绿色工厂落地贵州，

国家级绿色工厂彰显走新路的战略自觉

金妮

是省情禀赋与绿色发展赛道高度适配的必然结果。作为长江、珠江上游的重要生态屏障，贵州最大的优势在生态，这从根本上决定了贵州工业化不能走粗放扩张、先污后治的老路。在传统工业模式下，资源开发与生态保护往往难以兼得，而绿色工厂的评价体系恰好契合了贵州“守好发展和生态两条底线”的发展准则。

贵州拥有丰富的水电、风电、光伏等清洁能源，为工厂低碳生产提供了天然基础；深耕“富矿精开”和循环经济，为固废利用、资源集约提供了产业土壤。与此同时，贵州出台专项实施细则，构建国家、省、市三级梯度培育、动态进出的绿色制造长效机制。以系统化政策引导企业告别粗放生产、拥抱绿色智造，让绿色转型从“可选项”变为“必选项”。得天独厚的生态基底、靶向精准的政策护航、迭代升级的产业需求，三重叠加之下，贵州具备了批量孵化绿色工厂的独特优势，让绿色工厂从零星试点走向集群涌现。绿色工厂与贵州产业发展，形成了

双向赋能、相互成就的良性共生关系，二者互为支撑，构筑起贵州工业高质量发展的核心闭环。

一方面，贵州的生态基底与产业布局，成就了绿色工厂的规模化崛起。不同于东部工业大省的存量改造，贵州的绿色工厂大多是立足新发展理念培育的增量标杆。新能源、新材料、高端装备制造等新兴产业，从诞生之初就自带低碳基因，天然契合绿色工厂建设标准；酱香白酒、精细化工等传统优势产业，依托本地循环经济优势，完成了酒精、工业固废、生产废水的资源化利用改造，实现绿色提质。可以说，贵州差异化的产业结构、清洁化的能源结构、坚守底线的发展理念，为绿色工厂培育提供了丰厚沃土，让企业有条件、有动力完成绿色升级，顺利通过国家级认证。

另一方面，批量涌现的绿色工厂，重塑了贵州产业的发展形态与核心竞争力。过去，传统工业常被贴上资源依赖、粗放低效的标签，产业附加值不高、低碳竞争力不足。如今133家国家

级绿色工厂，成为撬动全省产业整体转型的关键支点。对企业个体而言，绿色转型不再是成本负担，而是提质增效的核心抓手——通过节水节电、固废循环、绿电替代，有效降低生产成本；凭借绿色认证突破国际壁垒，抢占高端市场。对产业整体而言，龙头绿色工厂发挥链主效应，带动上下游产业链同步绿色改造，从单点绿色升级延伸为全链条、全产业链的绿色变革，推动传统产业迭代升级、新兴产业聚力成势。

生态优先、绿色发展，是新时代工业高质量发展的主旋律，更是贵州差异化竞争的核心赛道。133家国家级绿色工厂，见证的是贵州工业破旧立新的转型蜕变，彰显的是坚守两条底线的战略定力。