

运动会主媒体中心投入使用

海南日报 融媒看点

海南日报新媒体推出 创意短视频《三亚，上场！》

本报三亚11月20日电（海报集团全媒体记者范平昕）备受瞩目的第十二届全国少数民族传统体育运动会（以下简称运动会）日益临近，日前，运动会主媒体中心正式投入使用，为即将到来的民族团结盛会提供坚实的媒体保障。

主媒体中心位于三亚市体育中心内，作为运动会重要的非竞赛场馆之一，是赛事注册媒体工作的大本营。其主体空间2层，总面积约2000平方米，赛时期间将每日运行12小时，是媒体运行、新闻宣传和媒体接待等重要活动的核心枢纽，同时也是运动会新闻宣传指挥中心、官方融媒体中心团队的办公场所。

区域规划方面，主媒体中心根据大型体育赛事的使用要求，进行了全面改造建设。规划了文化展示区、咨询服务区、茶歇区、机房区、媒体工作区、会议室、采访室、医疗室、指挥中心及工作人员办公区等12个功能区，以满足媒体工作的各种需求。

运行规划方面，参照近期国内大型综合性赛事经验，运动会主媒体中心整体运行工作设5个岗位、配备30余名工作人员。其中，咨询服务区为媒体提供全方位信息服务，包括注册、抵离、餐饮、住宿、班车、赛事、新闻发布会等，还设有白板及时公布各类信息。媒体工作区配备80个常规工位，每个工位均有齐全的电源和接口，公共区域设有储物柜、LED大屏及文印点。采访间则配置完善，为采访提供便利。

主媒体中心具有诸多亮点。其网上新闻中心是面向注册媒体的互联网服务平台，提供“新闻素材”“信息发布”“采访报名”等一站式服务，设有丰富栏目，可多端访问；中心内空间利用高效，能快速切换新闻指挥中心和新闻发布厅；中心整体氛围营造活泼实用，充分体现运动会文化要素，与场馆环境和服务功能完美融合。



运动会主媒体中心一角。 海南日报全媒体记者 李天平 摄

“主媒体中心的投入使用，将为媒体提供优质的工作环境和服

务，有助于全方位、多角度地展现运动会的精彩，传递各民族运动员的风采，让全国观众共同感受这场民族体育盛会的魅力。”运动会新闻宣传指挥中心相关负责人介绍。

本报海口11月20日讯（海报集团全媒体记者严兰青）第十二届全国少数民族传统体育运动会（以下简称运动会）开幕在即，11月18日海南日报新媒体中心推出创意短视频《三亚，上场！》，视频一经推出迅速出圈，实现跨平台跨媒介传播，生动展现全民运动热情。视频精心选取天涯海角、鹿回头、崖州古城、崖州湾科技城等近40个点位，以“运动”为逻辑线，既捕捉运动员为上场奋力拼搏的精彩瞬间，也展示三亚这座城市上千名市民“上场”的高光时刻，通过“张”“弛”的对比，点燃全民运动“热度”。同时，短片巧借运动会中的珍珠球、藤球竞速、木球等项目的运动轨迹巧妙串联出三亚城市特质，主要包括展示“开放三亚、创新三亚、绿色三亚、幸福三亚、人文三亚、活力三亚”等六个方面，进一步提升三亚城市旅游形象。

该视频发布后反响强烈，大家纷纷转发点赞，同时还被人民日报、潮新闻、南方+、广西云、川观新闻等客户端转载，社会反响良好。



扫码看视频。

第十二届全国少数民族传统体育运动会媒体采风活动走进洋浦 在自贸港“样板间”感受海南速度

本报讯（海报集团全媒体记者王晓峰）近日，“来自吉贝的邀约”第十二届全国少数民族传统体育运动会媒体采风活动走进洋浦，了解自贸港“样板间”最新进展。

作为西部陆海新通道的重要组成部分，洋浦港承担着“北货南下、南货北上”的功能。随着海南自贸港建设的推进，洋浦港的外贸航线年年新增、不断加密，2020年以来，洋浦新开通航线27条，截至目前，累计开通内外贸航线46条。

“感到很震撼，我觉得洋浦港发展的速度就是自贸港蓬勃兴起的缩影。”

民族团团结社记者牛志男一边记录着数据，一面感慨道，“我第一次来海南，但是对自贸港的发展一直比较关注，今天来到这里直观感受到了自贸港速度。”

和牛志男一样感到欣喜的，还有中国民族报记者郑涵月，“看到如此现代化的智慧码头，能感受到海南‘向海图强’的扎实举措和巨大潜力，我相信海南未来将会更好。”

当天下午，采风团一行还走进海南澳斯卡国际粮油有限公司，作为全国首家享受加工增值免税政策的试点企业，澳斯卡的诸多“不一般”吸引了记者们的眼球。

“正常建一座同类型、同体量的工厂，至少要两年至两年半时间，我们在海南半年就建成了，建厂速度创同行业之最。”海南澳斯卡国际粮油有限公司副总经理曹又华介绍道。

据悉，海南澳斯卡国际粮油有限公司是一家集食用植物油、植物蛋白和磷脂产品的研发、生产、加工和国内外产、贸、销于一体的综合型粮油加工企业，目前主要从巴西、加拿大等地进口大豆、菜籽等原料，在保税港区加工后，产品销往海南市场和其他省份。

“在这里我见识了品质更高更好的山柚油。”黑龙江电视台记者梁巍钦说，海南在优化营商环境方面也是卓有成效。

青海广播电视台记者曹亚琳认为，通过第十二届全国少数民族传统体育运动会的举办，有机会亲历自贸港建设一线，对于做好本次运动会宣传报道大有裨益。“我感受到海南在推进中国式现代化进程中有自己的独到之处，我也会在本次报道任务中更加重视海南自贸港建设、旅游业发展、产业转型升级等方面的内容。”

海南日报新媒体推出 创意视频《薪火相传》

本报海口11月20日讯（海报集团全媒体记者陈楚宁）第十二届全国少数民族传统体育运动会即将开幕，11月19日，海南日报新媒体中心策划推出创意视频《薪火相传》。

从1990年北京亚运会南端圣火在天涯海角点燃，到2008年北京奥运会圣火在三亚开始中国境内首站传递，到2023年海南省第七届少数民族传统体育运动会在三亚开幕，再到第十二届全国少数民族传统体育运动会接力传递“同心之火”……创意视频《薪火相传》通过倒计时+实景演绎的转场方式，展现了三亚的体育圣火在火炬手的接力传递中，薪火相传，生生不息。

创意视频发布后，众多网友转发点赞，同时还被第十二届全国少数民族传统体育运动

会融媒体中心各平台，以及川观新闻、大众新闻等省级媒体客户端转载，取得了良好的传播效果。



扫码看视频。

观点

以赛事活力激发文旅热力

陈奕霖

时也为游客开启了领略海南多元魅力的窗口，以赛事活力激发出巨大的文旅热力。

体育因旅游而丰富，旅游因体育而多彩。赛事活动作为一种特别的旅游资源，能将运动的激情活力与旅游的休闲惬意完美融合，让游客在欣赏精彩赛事的同时，深入体验举办地的自然风光、人文风情和特色美食，极大丰富旅游的内涵与体验感，有着独特的魅力与价值。当前，“跟着赛事去旅游”逐渐成为大众热衷的休闲新方式。

作为热带岛屿省份，海南地理和气候条件优越，举办各类赛事活

动的先天优势得天独厚。同时，海南旅游资源特色鲜明、种类齐全，推动体旅深度融合的资源要素禀赋、特色文化底蕴独一无二；环岛旅游公路等旅游基础设施不断完善，为体旅融合发展提供了更加坚实的支撑。可见，以“赛事+旅游”模式推动文旅产业高质量发展，展示城市形象、拉动地方经济，海南大有可为。

推动“赛事+旅游”融合发展，要注重立足地实际、赛事特点，营造独特的旅游体验。如在火热开展的东方“村BA”，将体育竞技与农村传统文化活动相融合，以

独有的“村味”“土味”吸引了大量游客。纵观海南近期开展的系列赛事活动，既有民族风，又有国际范，还有田园风，差异化、特色化的旅游体验，充分满足了游客多层次、多元化的需求。

推动“赛事+旅游”融合发展，要注重赛事组织与旅游服务的协同，提供完善的旅游服务。在体旅消费升级、产业深度融合背景下，只有坚持“谋赛”也“谋城”，实现赛事活动与举办地文旅产业的紧密联合，才能有效构建旅游消费的新热点。在进一步提升赛事的专业性、规范性和安全性的同时，要

针对不同的赛事内容、群体，推出更多体现赛事特色的旅游产品和主题活动、优惠举措，提高酒店、餐饮、交通等行业的服务水平和接待能力，让广大游客“参加一场赛、玩遍一座城”，将赛事流量转化为经济增量。

“跟着赛事去旅游”已成为海南旅游发展的新亮点和新趋势，更多赛事活动的广泛开展以及体旅融合的不断深入，必能将赛事带来的“流量”转化为源源不断的“留量”，以赛事活力激发文旅热力，为海南文旅高质量发展注入更多动能。

来论

不开心就在网上找人哄、睡不着就找找人唱歌、起不了床就订个叫醒服务……随着社会节奏的加快和生活压力的增大，情绪消费逐渐成为年轻群体的新宠。记者调查发现，如今情绪消费服务项目销量惊人，但是个人隐私泄露、价格、服务不明确、不透明等风险和问题存在。部分商家甚至存在打“擦边球”，明确提供违法违规的服务。

情绪消费悄然兴起，是年轻消费者高度重视情感满足和精神享受的产物。在城市生活快节奏的当下，年轻人面临着学业、工作、家庭、社交等方面方面的压力和烦恼，且越来越大、越来越多，使得他们渴望在疲惫的生活中寻得一丝慰藉，一份能够即时安抚情绪的“良药”。应运而生的情绪消费，为年轻人提供了一个寻求精神安慰的渠道，让年轻人在孤独、焦虑或疲惫时有所依靠，有助于帮助年轻人缓解压力和负面情绪，获得心理上的满足，追求内心平静。正因如此，年轻人越来越热衷情绪消费，越来越多的年轻人选择情绪消费，情绪消费有望成为今后一个时期新的消费热点。调查显示，近三成受访年轻人会因为情绪价值疗愈身心而进行消费。

然而，情绪消费市场需求快速增长的同时，个人隐私泄露、价格不透明、服务不明确等诸多令人难堪的问题逐渐显现，不仅扰乱了情绪消费市场的正常秩序，而且损害了消费者的隐私权、知情权、公平交易权等合法权益。特别是部分不良商家为了牟取暴利，不惜践踏法律和道德底线，公然打“擦边球”，打着提供情绪价值的幌子，夹杂涉黄等违法违规服务。这就超出正常经营范畴，严重违反了法律法规，违背了社会公德，不只是将情绪消费市场搅得乌烟瘴气，更是污染了社会风气，尤其对年轻人的身心健康造成极大的危害。

情绪消费市场想要走得长远，决不允许打“擦边球”。监管部门应及时跟进，抓紧为情绪消费市场立规矩、定标准，出台情绪消费市场行业标准和规范，厘清情绪消费产品的合法边界，明确相应的服务流程、计费标准等。同时完善监管机制，加大监管力度，压减隐秘角落、监管盲区，对情绪消费市场进行全面清查，严厉打击存在违法违规行为的商家，净化情绪消费市场秩序。

网络平台要压实主体责任，严格规范商家提供合法合规的正规情绪消费服务，强化对情绪消费商品服务的审核，及时下架相关商品、封禁相关账号，让低俗、不良甚至违法违规的情绪消费商品服务无处容身。消费者在购买情绪消费服务时，也需保持警惕和理性选择，特别是下单前应仔细辨别，尽可能选择正规、信誉良好的商家，别因一时的情绪需求盲目消费，掉进不良商家的陷阱之中。

情绪消费不容打「擦边球」

何勇

揭开“表演式自律”的虚假面纱

魏燕

习和工作，而是演技和流量。而这些演技和流量，可以为他们带来真金白银的收入。据报道，有自律博主月销售额超100万元，“表演式自律”利润空间之大，由此可见一斑。

自律是一种美好的品格，自律视频的流行，折射出当代年轻人对提升自我管理能力和自律能力的渴望。而“表演式自律”利用人们对自律生活的追捧，通过弄虚作假的方式欺骗网友，混淆他们对自律的真实认知，还容易引发或加剧受众的焦虑情绪，其危害不容小觑。

对于分享类的短视频而言，真实是底线。博主可以自律，也可以通过发布自律视频获得商业利益，但必须遵守真实性原则，以真实的自律赢得观众。倘若做不到真自律，那也应该按照相关规定做好标记，以免对观众造成误导。2023年7月，中央网信办发布的《关于加强“自媒体”管理的通知》明确要求，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。表演“自律”的博主，就应该按照该规定，在视频上做好标记，把选择权和判断权交给受众。切不可心存侥幸，为了一时利益企图瞒天过海，糊弄观众。须知玩弄套路者，最终都会有“翻车”的一天，或遭到流量反噬，或被平台封杀，面临处罚，最终鸡飞蛋打，得不偿失。

对各种“表演式自律”的短视频，相关部门也不能听之任之，任由其破坏健康的网络生态，助长虚假之风。一方面，各视频平台应加强审核，建立明确的规则准则，为创作者明确创作红线，包括对什么样的视频内容需要进行怎样的标注等，教育引导博主们选择正确的自律打开方式。另一方面，相关部门也应加强监管，加强对自律视频的甄别、筛查，确保自律视频的真实性，同时还应畅通投诉举报渠道，发动广大网友一起揭开“表演式自律”的虚假面纱，还生活以真实，还网络世界一片蓝天净土。



“特别优秀”不能自说自话

近日，某国企公开招聘工作人员，报名门槛是大专以上学历，仅有高中学历的岳某却被录用，引发关注。面对网友质疑，有关方面回应称，涉事应聘者符合此前招聘公告中“特别优秀者，年龄、学历要求可适当放宽”的要求。

国企招聘，对特别优秀者，可适当放宽年龄、学历要求并无不

可。但既然是公开招聘，就应秉承公平公正公开的原则，对“特别优秀”作出清晰界定和详细说明，如应聘者获得过什么样的荣誉、取得过哪些业绩等，如此才能让人信服，避免争端，而不能自说自话。以一句“特别优秀”来应付大众，难免会让人怀疑有因人设岗、量身定做之嫌了。

（图/陈元才 文/魏燕）

今日热评

“4点起床能干多少事情”“月入5万早起自律日常”……近年来，互联网掀起一股“精致自律”潮，在各大短视频平台上，以“自律”为标签的视频很受欢迎，播放量动辄过万，许多自律博主的粉丝高达百万。巨大利益驱使下，出现了不少经过精心剪辑与拼凑的“表演式自律”。

所谓“表演式自律”，指的是某些专业机构或团队按照事先安排好的剧本、场景以及人设，精心拍摄、剪辑视频，营造出一种看起来非常“自律”的生活，以此博取流量，进而推销相关商品。在这类视频里，博主们非常“自律”，晨起夜寐，奔波不息，刻苦学习，认真工作，但这种“自律”并不是真实的。所谓的“凌晨四点”起床，实际上是调整了手机内部的时间系统；所谓的“认真学习”，放慢观察就会发现只是重复性抄写……他们的“自律”，拼的不是学