

在暑期档光影中铭记历史

□本报评论员 李晓星

今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,一批以铭记抗战历史、赓续抗战精神为主题的影视、戏剧、音乐、舞蹈及美术作品正陆续推出。其中,电影《南京照相馆》上映6天,累计票房已超5亿元。

在满目疮痍的南京城,狭促的暗房与肮脏的地下室几乎成了人间炼狱里最后的避难所。死里逃生的邮差阿泰、想靠着日语混口饭吃的王广海、龙套演员林毓秀、巡警宋存义、照相馆老板老金……这些角色没有惊天动地的壮举,初衷不过是为了活着,却在不断目睹日军暴行的照片后觉醒,拼死反抗,成为历史的见证者与守护者。

影片的故事原型是一个15岁的少年,名叫罗瑾,在南京市估衣廊附近的华东照相馆里当学徒。他在冲洗日军送来的胶卷时,被底片上触目惊心的画面震惊,冒着生命危险,偷偷加洗了30

“

一部部反映抗战精神的电影承载着厚重历史,凝聚着创作者的历史责任感与艺术匠心。这个暑期,让我们走进影院,于光影中感悟历史,自往昔中汲取力量,以史为鉴,开创未来。

”

余张照片并选出16张制作成一本相册,小心封存。在颠沛流离的日子里,他与青年吴旋接力守护这些珍贵影像,这份浸染着鲜血与勇气的“京字第一号证据”,最终在军事法庭上,成为审判日本战犯的重要证据。

这部影片,没有宏大的叙事,以小人物的视角切入,通过群像戏将不同阶层、职业与年龄的南京百姓浓缩于吉祥照相馆这一方天地中,对屠城阴

影下南京人的心理状态进行细致挖掘。林毓秀从懵懂无知抱有幻想到认清现实,阿泰从极限求生到义无反顾选择赴死,宋存义从苟且偷生到孤注一掷拼死抗日……这些普通人的转变,没有刻意的英雄化呈现,但当这些平凡人选择在绝境中站出来时,他们已然成为英雄,他们的壮举也正如冲洗照片时显影液中逐渐清晰的影像,在日军罪行不断被曝光中,显露出人性最坚韧的底色。电影

用克制的叙事方式展示了主题,影片没有刻意渲染血腥场面,那些日军暴行的罪证,更多是通过暗房里的光影、角色颤抖的眼神间接呈现。这部聚焦南京大屠杀的影片,在历史与艺术的交汇处写下了凝重的一笔,在铭记历史、吾辈自强的主题之下,彰显着伟大的抗战精神。

正如参加东京审判的中国法官梅汝璈所说,我不是复仇主义者,我无意于把日本帝国主义欠下我们中国人民的血债,记在日本人民的头上,但是我相信忘记过去的苦难可能会招致未来的灾祸。今夏,还有多部重磅历史题材影片陆续登场,这些电影传递的不是延续仇恨,而是以史为鉴的清醒,当一个民族能直面自己的伤痕,才能真正守护好脚下的土地。

一部部反映抗战精神的电影承载着厚重历史,凝聚着创作者的历史责任感与艺术匠心。这个暑期,让我们走进影院,于光影中感悟历史,自往昔中汲取力量,以史为鉴,开创未来。

舆情应对要经得起反复打量

“

舆情应对这场考试的考题不断革新,我们既要高度重视,又要审慎处之;既要快发声,又要发对声;既要掌握方法策略,又要把握真诚这个必杀技,坦诚、公开、负责回应舆论关切;既要有效应对舆情,更要解决事情。

”

□段伟利

情况通报是回应群众关切的重要手段,字里行间连着民心。近年来,一些官方通报却因不够严谨周全反而让舆情热度进一步上升,“灭火”变成“浇油”,这样的情况值得认真反思。

截至2025年6月,我国网民规模已达11.23亿人。这意味着,每一份官方通报发出后,都可能被置于放大镜下审视,一个事实的真假,一处表述的详略,都有被公众关注、讨论、推敲的可能。

处理舆情时,不少单位和部门认为自身拥有“最终解释权”,其实换个角度看,这更应是“最终解释义务”。群众有疑问,就有责任说清楚;公众有困惑,就有义务讲明白。一次解释不到位,就会浪费一次解释问题、解决问题的机会,更会让后续的处理陷入被动。

没有调查,就没有发言权。把道理讲透彻,前提是把事情查清楚。有些通报回避关键问题,绕着矛盾走,跟公众关切躲猫猫、兜圈子。群众心里有杆秤,哪些是核心关切,大家看得明白白。越是遮遮掩掩,公众的疑问就会越拖越大,简单的事情也可能变得更加复杂。舆论背后往往是公众的关心与在意。大家愿意关注、议论,更多的是政策是否落地,公平是否彰显,当事人的权益是否得到充分保障,关心干坏事的人是否被依法惩处。把这些关心与在意当作改进工作的动力,比急于辩解、匆忙过关更有意义。

回应舆情虽然讲究方式方法,不少地方也精心设计了应对指南、进行沟通技巧培训,但实际情况是,群众的疑问往往具体又实在,公众期待的不仅是理有有据的说明,也是有情有义的态度,更是解决问题的行动。

行胜于言,话说得再好听,最终也要看事办得怎么样。“笔杆子”“发言人”的背后,得有一帮人老老实实去调查事实和真相,发现疑点和问题,补上短板和漏洞,让公众看到问题真解决、责任真追究,质疑自然会转化为信任。

随着移动互联网的蓬勃发展,舆情应对这场考试的考题不断革新,我们既要高度重视,又要审慎处之;既要快发声,又要发对声;既要掌握方法策略,又要把握真诚这个必杀技,坦诚、公开、负责回应舆论关切;既要有效应对舆情,更要解决事情。

抓住文化消费的风口

□董娟

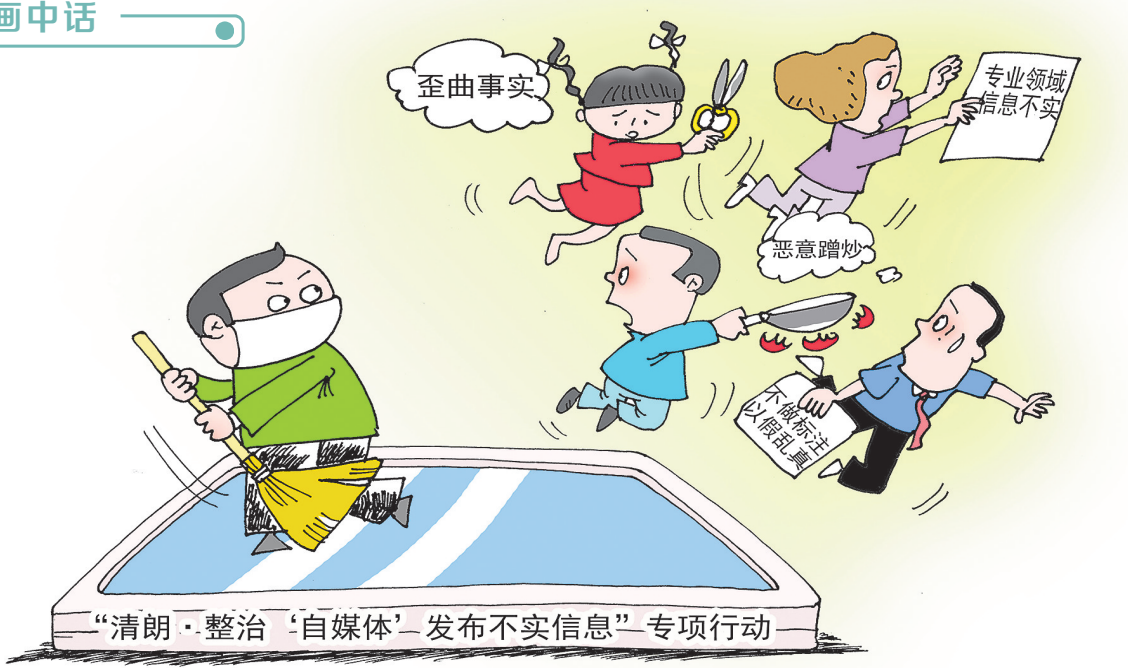
近日,上海、西安的媒体相继出品“痛报”特刊,动漫人物贯穿版面、二次元浓度拉满的报纸点燃了读者的热情,漫展上派发的“痛报”特刊很快便供不应求。“痛报”的诞生既是媒体拥抱Z世代的写照,也让我们看到Z世代的圈层爱好从小众走向大众,带动消费新潮流。

要想真正理解当今的年轻人,“痛文化”可能是个合适的切入点。“痛文化”是一种起源于动画、漫画、游戏等的亚文化现象,其核心是通过夸张的装饰和密集的周边产品表达对二次元角色的热爱,它的流行揭示了年轻一代对个性化、情感化消费的强烈需求。喜爱二次元的年轻人通过这些充满个性的物品,表达自我、寻找共鸣、结交同好。这不仅仅是一种文化现象,同时促进了周

边产品消费增长、定制服务需求旺盛、跨界合作IP产品、二手交易市场活跃、线下漫展活动火热等消费领域的新变化,由此生发的谷子经济持续升温。

实际上,真正可持续的消费潮流,不仅仅是追逐热点,更在于创造能让用户产生归属感的文化场域。如何更好理解把握瞬息万变的潮流文化,打造让更多人喜爱的文化产品,需要 we 们不断挖掘本土文化的故事,精准把握年轻群体消费需求,从而引领潮流,进一步做大相关产业。

不可否认,围绕二次元做生意的企业当前仍以中小微企业为主,这也意味着行业仍有较大的提升空间。在把握相关文化消费动向的同时,企业开发联名产品尤其需要注意提高版权意识,增强创新能力,注重开发原创IP形象,在持续释放文化魅力中激发产业活力,为消费者带来更多惊喜。



据新华社报道,近日,为期2个月的“清朗·整治‘自媒体’发布不实信息”专项行动在全国范围内启动,集中整治自媒体发布不实信息、多种手段歪曲事实、不做标注以假乱真、专业领域信息不实等突出问题,督导网络平台建立健全技术识别发现、信息来源标注和专业资质认证等功能机制,进一步规范自媒体运营行为,持续营造清朗网络空间。

图/沈海涛

泡泡玛特的崛起密码



□薛世君

胖东来、蜜雪冰城、泡泡玛特,这三家在新消费领域崛起的企业,被称作从河南跑出的“三头象”。尤其是泡泡玛特,近年更是迎来爆发式增长和现象级崛起。

《因为独特》这本书,恰恰披露了泡泡玛特的崛起密码。这本书是知名商业记者李翔对泡泡玛特创始人王宁的访谈实录,分五部分全面展现了王宁的创业故事、商业智慧和泡泡玛特的发展历程,不仅探讨了品牌定位、IP商业模式、市场运营理念,还涉及管理核心、全球化战略等话题。

读完这本书,能感觉到泡泡玛特的崛起,既在意料之外,又在意料之中。

所谓意料之外,是说泡泡玛特的崛起,出乎很多人的意料,甚至连很多投资机构都看走了眼。泡泡玛特上市之前所有轮次的融资加起来不过几千万元,彼时的创业投资风口是移动互联网,但是那个时候的泡泡玛特,是一家在线下开

店的零售公司,未免显得过于传统。

就像这本书中所评价的,泡泡玛特的上市是一场出乎意料的胜利:一个出身于城市普通家庭的普通男生,读了一所普通大学,毕业之后创办了一家普通的零售公司,没有时髦的风口概念,后来竟然成为潮玩行业的代表人物,让很多投资人懊恼自己错过了这样一个高回报的投资标的。

显然,泡泡玛特能如此快速地崛起,一定是做对了什么。所谓意料之中,是因为消费趋势到了潮玩崛起的阶段。

一位投资人告诉《因为独特》的作者李翔,他早年投资泡泡玛特的原因之一,就是看到了一个趋势——随着经济发展和人均GDP的增长,城市的年轻人开始对有着“无用之用”的潮流玩具感兴趣。从本书的访谈内容来看,泡泡玛特成功的因素,除了个人努力、团队配合、经营理念稳健等,主要源于对Z世代情绪消费与潮玩社交属性的精准把控。

Z世代作为网络与新消费的“原住民”,愈发重视圈层认同与情绪表达。而潮玩兼具收藏与情感寄托功能,能在年轻人追求个性化、悦己消费的趋势下,潮玩被赋予“情感陪伴”价值,成为释放情绪、获取治愈能量、构建“精神小宇宙”的重要载体。

于是,从郑州西亚斯学院旁的格子铺到北京的杂货店,从签约Molly的设计师再到签约一系列艺术家,从一个线下的潮流杂货铺演变成潮玩领导品牌,从线下店全国遍地开花到海外开店精心布局……泡泡玛特从一家杂货店成长为渠道代理商,再进化为潮玩公司并向IP公司迈进,慢慢从一家小众公司变成大众公司,从一个有几万到几十万粉丝的公司变成有上千万用户的公司。

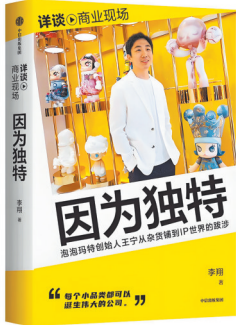
在王宁看来,泡泡玛特这些年主要做了三件事:第一件事是实现了艺术的工业化生产。潮玩之前一直处在小众状态,属于艺术家玩具、设计师玩具,但泡泡玛特实现了潮玩真正的工业化生产,奠定了潮玩从独特到普遍的基础。第二件事是构建了潮玩的现成渠道,把潮玩推到了大众视野里,让大家知道这种东西不只是会蹦、会跳、会唱歌的玩具、摆件,还是一种陪伴,是一种艺术类、精神类消费。第三件事是把潮玩市场从男性市场转换成女性市场,把潮玩从一个爱好品类转化为一个消费品产业。

而泡泡玛特成功的关键,还在于中国制造的“强”和中国市场的“大”。为什么泡泡玛特出现在了中国?在这本书中王宁认为,“中国进入了红利2.0阶段,改革开放给了我们两个武器,一个是中国制造,一个是中国市场。中国制造已经被

全球市场锻炼得很成熟,它可以制造出全世界一流品质的产品。然后中国市场经过这么多年发展,也在慢慢变大”。

当泡泡玛特的潮玩出现在埃及金字塔前、巴黎埃菲尔铁塔下,这种“可触摸的文化符号”,正在书写属于中国的潮流文明史。而这场始于郑州的商业革命,或将成为国货出海的新起点。

通过《因为独特》这本书,你能看到一家创新公司是如何长出来的。在创业中,并不一定要加入一场公认的契合投资趋势的大合唱,你也能够用自己的方式收获巨大成就。就像胖东来扎扎实实把商品质量关把一家超市做到极致,蜜雪冰城老老实实把一杯饮品做到极致,泡泡玛特的故事里,也没有闪电扩张和快速成功,《因为独特》这本书呈现的,是一个关于耐心、关于常识,以及对需求的满足、对成功的渴望的故事。就像王宁说的,泡泡玛特“是尊重时间和尊重经营的结果”。



靠前监督 筑牢防汛堤坝

“要扛牢工作责任,做好隐患排查、预案演练、值班值守工作。”近日,鹤壁市淇滨区纪检监察干部在检查防汛备汛工作时,向有关部门负责人要求。

淇滨区纪委监委将防汛备汛监督作为重要民生任务,坚持防汛工作部署到哪里,监督检查就跟进到哪里,以强有力监督压实各方责任,筑牢安全度汛纪律屏障。

该区纪委监委统筹“室组地”力量,

以专项检查、重点督查等方式,跟进监督各乡镇(街道)、区直部门防汛责任落实,推动防汛备汛工作细化到岗、落实到人。同时,相关纪检监察组通过多种形式传导责任压力,督促区应急、水利等30个成员单位协同构建“统一指挥、分级负责、部门联动、社会参与”的工作格局,夯实防汛备汛组织基础。区纪委监委紧盯责任落实与风险防控,督促区应急管理局组织修订“全区防汛布防图”,针对山

洪灾害隐患点等重点区域和工程,建立全要素责任清单;各乡镇(街道)纪(工)委聚焦基层防汛关键,通过“查资料、看现场”的方式,对各村(社区)应急预案严格把关,确保在突发汛情时能够快速响应、高效处置。

防汛备汛,责任重于泰山。区纪委监委将持续强化监督执纪问责,以“时时放心不下”的责任感织密监督网,全力守护群众生命财产安全。(尚翔)

临颍县王岗镇“小板凳+”解锁基层善治新密码

临颍县王岗镇创新推出“小板凳+”基层治理模式,将服务延伸至群众家门口,有效提升治理效能。该镇组织386名专(兼)职网格员深入网格之中,坐“小板凳”倾听民声,累计走访5000余户,收集

民意856条,梳理民生问题78项,群众诉求办结率达99%。网格员每日“串门式”巡查,通过“小板凳”拉家常及时捕捉矛盾“微信号”,村级网格主动介入,镇村协同处置复杂问题,今年以来成功调解纠纷

18件,成功率100%。此外,依托“小板凳”组建各类群众组织,完善村规民约,开展“文明家庭”等评选活动表彰50余人,营造文明乡风。通过“小板凳+”,累计开展志愿服务40余次,惠及群众5000余人。(齐子博)

临颍县城关街道“六小”网格工作法 激活基层治理新动能

临颍县城关街道党工委坚持把加强党的全面领导贯穿基层治理全过程、各方面,以提升组织力为重点,创新推行“六小”网格工作法,从细做处着手,精准发力,激活了治理资源在网格集聚、服务

效能,在网格提升、民生诉求在网格解决新动能,探索出一条党建引领基层治理现代化的“城关路径”。织密“小网格”,筑牢治理根基,让组织体系“一网覆盖”;建强“小阵地”,延伸服务触角,让党群关

系“一线相连”;开好“小会议”,化解矛盾纠纷,让群众诉求“一触即应”;用活“小积分”,办好“小活动”,让社区共建“一呼百应”;树牢“小榜样”,引领文明新风,让先锋力量“一马当先”。(杨丽丽 杨晓宝)

爱心义诊进乡村 巡察惠民送健康

——汝州市委巡察办联合市人民医院开展“送健康进基层”义诊活动

“赵主任,您来我们村太好了,我这老支气管炎又犯了,正愁去城里看病不方便呢,您可得帮我看!”7月25日上午,汝州市纸坊镇陶村党群服务中心广场人头攒动,村民丁大爷握着平顶山市首席科普专家、汝州市人民医院呼吸与危重症医学科主任赵素省的手激动地说。

为深入落实汝州市委“以巡察实效惠民生,以健康保障促振兴”的部署要求,八届市委第十轮巡察期间,市委巡察办联合市人民医院、纸坊镇党委共同举办“送健康进基层”大型义诊,把市级优质医疗资源送到群众家门口,切实缓解农村群众“看病远、看病难”问题。

提前谋划,专业团队精准下沉。市委巡察办牵头,市人民医院、纸坊镇党委成立工作专班,提前一周完成需求摸排、场地布置、

物资调配。市人民医院抽调心血管、神经、呼吸、肾病、消化内分泌、外科、骨科、儿科、中医、康复等11个科室的资深医生及其他医务工作者参与,携带彩超、心电图机、血糖仪等便携设备,确保“小病当场看、慢病现场管、急病及时转”。纸坊镇党委组织陶村党支部通过“大喇叭+微信群+入户通知”立体式宣传,辐射本村及周边近邻村,实现群众知晓率100%。

多元服务,健康关怀一站式到位。活动现场设置分诊区、检查区、咨询区等功能分区,医务人员有序引导群众就诊。专家们耐心解答各类健康咨询,针对高血压、糖尿病等常见病提供个性化的健康指导和建议,并为群众建立健康档案;活动现场同步开展免费体检、健康讲座和急救技能培训,指导群众掌握必备的急救知识,全方位满足群众健康需求。

群众点赞,长效机制持续发力。此次义诊活动,为120名群众提供了免费医疗服务,现场还发放各类健康宣传资料260份。群众纷纷表示,这样的义诊活动让他们在家门口就能享受到优质的医疗服务,不仅解决了看病难的问题,还学到了很多健康知识,希望以后能多举办这样的活动。据统计,活动当天群众满意度达100%。

汝州市委常委、组织部部长,市委巡察工作领导小组副组长黄彬表示:“举办这次‘送健康进基层’爱心义诊活动,是深入落实汝州市委决策部署,解决群众看病难题,提升群众健康意识的重要举措,也是推动市级优质医疗资源服务乡村,开展便民利民活动的有力抓手,今后,还要不定期开展此类活动,让更多群众感受到党和政府的温暖和关怀。”

(陈志欣 王婉璐 杨依涵)