

“零门槛零费用欢唱团”背后的剧院革命

报名通道开启不到半小时，名额就被“一抢而空”；演出当天，最多可容纳900人的音乐厅内人潮涌动；活动相关话题在社交媒体上阅读量超百万，“难忘”“下次还去”成为网友自发分享的关键词……这股火爆景象并非来自某场热门剧目，而是合肥大剧院市民欢唱团的日常。

今年5月起，合肥大剧院以“零门槛、零费用、两小时、一首歌”为运营原则，创新开展市民欢唱团活动。“从观众变成舞台上的表演者，不仅丰富了退休生活，更点燃了我参与文化活动的热情。”64岁的市民廖阿姨多次参加欢唱活动，已是欢唱团的“铁杆粉丝”。截至目前，市民欢唱团已举办7场活动，吸引了超4000人次参与。

欢唱团的创建是合肥大剧院创新公共文化服务方式的缩影。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出，坚持文化

惠民，实施公共文化服务提质增效行动。如今，剧院正以一系列破藩篱、优服务、贴需求的创新举措积极响应要求，为市民搭建起“共建共创共享”的文化空间。

点开合肥大剧院在社交媒体的官方账号，评论区已变成网友的大型“许愿现场”——“等一个《暗恋桃花源》的定档！”“求公开卡司阵容！”……合肥大剧院创新剧目引进流程，探索“自下而上、以需定供”的公共文化服务供需对接机制，既让剧目与市民需求精准匹配，又打通双向沟通渠道，提升了市民参与感与获得感。如今，观众的“心愿剧单”正快速落地，今年以来，剧院累计收集观众需求超千条，《永不消逝的电波》《寻找李二狗》等市民期待已久的重磅作品陆续上演，真正实现了“观众想看什么，剧院就引进什么”。

合肥大剧院持续延伸公共文化服务边界，打造集剧目演出、文化娱

乐、休闲社交于一体的综合文化场所。一方面提升“颜值”，对主要出入口、木桥通道及周边绿化等进行氛围改造，夜幕下光影璀璨的剧院已成为天鹅湖畔的“视觉焦点”；另一方面修炼“内功”，引进江豚咖啡等店铺，提供餐饮、文创等多元产品丰富消费场景，将非遗市集、书画艺术精品展等搬进大剧院，让剧院成为城市文化的“展示窗口”。

合肥演艺集团总经理吴红说，《建议》绘制出文化发展新图景，针对性地提出一揽子新举措，我们要以此为遵循，与时俱进把握人民群众新需求，进一步深化文化体制机制改革，让剧院变成市民触手可及的文化“公园”，没事儿来这里逛一逛、坐一坐，轻松感受文化氛围。

今年是徽班进京235周年，“百戏入院 星耀合肥”戏曲主题活动正在合肥如火如荼开展，作为此次惠民展演的核心场馆，合肥大剧院围绕公共

“库存秒空”“销量过亿”……揭秘部分直播间热销数据背后套路

“3、2、1，上链接！”“只剩最后100单！”……“双11”大促期间，一些电商主播频频发布惊人销售数据、营造商品热销氛围，诱导消费者下单。然而有消费者反映，部分直播间内的“限时福利”并不“限时”，一些声称“已抢空”的产品仍然在售。

这些直播间的热销数据是真实的吗？直播电商环境如何治理？记者展开调查。

库存数字可伪造 互动用户“托儿”不少

“今天是主播生日场，特价只维持5分钟，卖完就没货！”记者近日在某平台直播间看到，一名主播正在推销一款号称是“骨折价”的羊毛衫。在该羊毛衫开卖后，直播间不停滚动着用户购买信息。

“卖得这么好，我再给人们延长5分钟，机不可失，时不再来！”该主播说。可第二天，这件羊毛衫又出现在同一直播间。

超高的在线人数、“秒没”的库存、“最后几单”的话术，极易让消费者冲动消费。“主播一说‘限时抢’，我就有紧迫感，不知不觉就下单了。”消费者周女士说。

真相究竟如何？“许多直播间里‘库存秒空’的情节都是精心设计的‘演出’。”江西一家主营直播业务的传媒公司负责人罗先生说，这是一种“饥饿营销”的手段。

广东佛山的吴女士说，曾在一个直播间蹲了十几分钟，发现评论区来来回回就是几个人，但一上说链接，库存很快被抢空。“抢到时我还以为自己很幸运，事后冷静下来才回过神，原来只有我是真消费，其他人都是‘托儿’啊！”

业内人士表示，为了获得更多曝

光，有的商家和主播会提前在系统后台设定好库存，找来水军在评论区互动刷好评，配合直播脚本制造“秒空”假象，进而吸引真流量进场，有的直播间真实成交率甚至不到5%。

“当前电商平台普遍采用‘销量越高、曝光越多’的推荐逻辑，这种算法机制容易使商家陷入‘数据焦虑’，在一定程度上加剧了数据造假。”天津市电子商务协会常务副会长李倩说。广州市荔湾区某皮具商行负责人朱先生坦言，直播赛道竞争激烈，如果没有数据和人气支撑，在直播账号创建初期的“起号”阶段很难“突围”。

专业团队招募“刷手” 形成造假产业链

在流量造假产业链中，直播间内的虚假库存和人数是如何操作的？

——一些专业团队声称可提供“数据‘加热’”服务，配合商家“带节奏”。

记者在多个社交平台搜索发现，有不少关于“直播间数据‘加热’”的宣传广告。一名博主发文称，可“手动刷推荐、配合带节奏”。由此还产生了行业“黑话”：用户购买服务被称为“买菜”，售卖直播数据的人称为“导演”，参与互动的真人称为“演员”，购买的总数称为“票房”。

“互动业务每人1小时5元，全部为不同IP地址真人演绎，发言可以定制。”该博主说，可以让真人流量提前20分钟先给客户作品点击播放量升温，在直播过程中点赞、评论并关注，然后加入用户粉丝团、亮灯牌，且一小时内不离场。

——“刷手”多以“兼职”为名招募而来。

一些社交平台上，有大量“刷手”招募帖。这些帖子打着“直播观

看薅羊毛”“兼职副业”的旗号，吸引用户加入社群，通过群组接收指令赚取任务金，再用任务金换取观看奖金。“主要任务是进入指定购买链接并完成‘15字+好评’，就是拿时间换钱，一单能赚几块钱。”广东东莞某大学学生朱莹莹说，自己身边有些同学参与过这类“兼职”。

“流量造假会导致平台算法误判，将流量倾斜给刷量者。这种行为是对市场公平竞争秩序的破坏，损害诚信经营商家的利益。”李倩说。

这一问题已引起监管部门的关注。中央网信办2025年初公布的数据显示，2024年以来，网信部门严肃查处网络水军组织招募、推广引流、刷量控评等问题，协调关闭、下架网站平台400余家，督促重点平台清理违法违规信息482万条，处置账号和商家店铺239万个、群组52万个。北京市市场监管局今年成功查办全国市场监管领域直播电商“职业弹幕人”首案，对某生物科技有限公司在直播中雇佣水军发布虚假用户评价误导消费者开出10万元罚单；深圳市市场监管局近期公布一起利用“直播+刷单”进行流量造假的案件，涉事公司被处以20万元罚款。

完善监管措施 打击流量造假

“部分商家伙同水军伪造直播间实时在线人数、制造商品虚假销量，涉嫌侵害消费者知情权，也有违公平交易原则。”中国社会科学院大学法学院副教授刘晓春说，治理直播间数据造假，可促使商家将资源和精力投入到提升产品品质上，有助于营造良好的消费环境、推动行业可持续发展。

记者获悉，多个主流直播平台正

文化服务提质增效，紧锣密鼓打造了系列惠民活动，推出最低10元的惠民票价，邀请不同戏曲种类的梅花奖得主带来近百场名家名剧展演，并同步开展百场安徽地方戏曲惠民演出。同时探索“票根经济”，打造链式消费新场景。观众可凭演出纪念票根免费游黄山、九华山等安徽标志性景区，以及合肥包公园、逍遥津公园等多家本地景点，同时享受餐饮、住宿、购物等全链条折扣，部分场次票根还可用于购车专属优惠、免费乘地铁。

“未来，我们将坚守文化为民、惠民初心，持续加大‘礼遇关爱’公益票、‘新生艺启’开学福利等惠民举措的实施力度。同时创新活动载体，打造更多像市民欢唱团这样有影响力的文化惠民品牌，让每一位市民都成为文化生活的‘主角’。”合肥演艺集团董事长赵斌说。

新华社记者 张紫紫 何晓（新华社合肥11月13日电）

在加强对直播间异常流量的监控。抖音发布公告，严厉打击违规提供有偿“刷粉刷赞刷量刷评”类服务的“网络水军”，近期平台共下架违规视频4万多条，对3万多个账号予以无限期封禁、短期禁言等处置。快手表示，通过风控体系实时识别和拦截直播销售造假行为，对协助商家等进行虚假交易的用户，将视情节严重程度采取删除交易数据、限制下单等措施。

广东南方福瑞德律师事务所律师向兰金认为，互联网技术的快速迭代，使造假行为更加智能化、隐匿化，特别是直播的即时性，增加了取证难度；此外，平台数据真实性与算法的关联性较复杂，需结合电子证据与主观故意综合判断，法律适用有待进一步细化。

刘晓春等专家建议，平台应进一步强化技术手段，健全对于流量造假的识别机制，通过实时监测交易链路异常行为精准识别刷单，建立商家信用档案，对造假者限制流量。对头部直播间、头部主播及账号、高流量或高成交额的直播带货活动实施重点监控，研发AI识别、区块链存证等反作弊工具。

今年年中，国家市场监管总局就《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》向社会公开征求意见，旨在规范直播电商行业乱象，进一步明确直播电商行业各参与主体的法定责任和义务等。专家认为，办法出台后，将进一步加强直播带货的全流程监管，促进直播电商健康发展。

市场监管部门提醒消费者，网购时要对短期内销量激增、评价雷同或过度美化的商品保持警惕，综合参考多方信息，理性作出消费决策。

新华社记者 胡林果 胡云云 栗雅婷（新华社北京11月13日电）

条。将森林防火列为防火期重要政治任务，县级领导深入包保乡镇、村，指导检查措施，队伍及经费落实，健全指挥体系，各乡镇明确现场指挥长，组建县级专家指导组，完善乡镇村预案，编制防火“一张图”，细化跨区域支援办法。建立奖惩机制，激发工作活力。对无火灾责任区的护林员予以奖励，明确县直包保单位经费支持责任。建立野外用火举报制度，鼓励群众监督举报。

强化长效保障，巩固防控成效。严格执行“三个一律”，县公安局加强违章用火稽查，对引发火灾者一律追责。建立“一案一档”，制作警示教育片，强化警示。制定经费保障计划，探索建立多元化投入长效机制。坚持“四不放过”原则，严格督导问责。对处置有力单位酌情鼓励，对预防扑救不力、瞒报迟报者从严处分，涉嫌违法的移交司法。

通讯员 卢启荣



11月13日，福建队选手廖桂芳在挺举比赛中。她最终凭借158公斤的挺举成绩超世界纪录，并创造新的全国纪录。

当日，在广东东莞举行的第十五届全国运动会举重女子76公斤级决赛中，福建队选手廖桂芳获得冠军，湖南队选手覃丽蓉和吉林队选手李梦凡分获亚军和季军。

新华社记者 杨晨光 摄



11月13日，江苏队组合秦泰悦/史思宸（右）在女双比赛中回球。她们2比1战胜广东队组合魏明玥/徐思怡。

当日，在深圳进行的第十五届全国运动会羽毛球18岁以下女子团体决赛中，江苏队3比1战胜广东队，夺得冠军。

新华社记者 张龙 摄



11月13日，福建队选手李诗婷在比赛中。最终，她获得冠军。

当日，第十五届全国运动会皮划艇激流回旋项目女子单人皮艇决赛在广州举行。

新华社记者 肖艺九 摄



11月13日，山东队选手张展硕在比赛中。最终，他夺得冠军。

当日，第十五届全国运动会游泳男子800米自由泳决赛在广东省深圳市举行。

新华社记者 夏一方 摄

太湖县：打出“组合拳”全面提升森林防灭火工作

为做实做细新一轮森林防灭火工作，太湖县提前谋划、周密部署，通过打出一套涵盖源头治理、基础建设、队伍强化、责任落实及长效保障的“组合拳”，全力保障森林防火形势持续安全稳定。

深化源头治理，筑牢火灾预防首道防线。严格火源管控，防火期内明确林区“四个严禁”：严禁一切室外用火、严禁焚烧秸秆、严禁放孔明灯、严禁燃放烟花。在林区入口设置检查站，执行“进山必查、火种必收”，形成管控闭环。对违规野外用火，坚持“从严从重从快”惩处。

丰富宣传方式，实现教育全覆盖。线下构建“立体网络”，利用宣传车、振兴夜校、家长会等场景宣讲，包保干部入户送达并解读禁火令。线上发布违规用火案例及防火短视频，强化警示。创新特色宣传，编排防火主题黄梅戏送戏下乡，结合森林研学、征文演讲比

赛，打造寓教于乐场景。

聚焦隐患清零，实施精准化管控。常态化开展“盯重点、查隐患、保平安”行动，建立隐患台账，实行“排查—整改—销号”闭环管理。紧盯重点乡村、山头坟场、关键时段（如冬至、清明）及重点人群（林区农户、老人小孩等），细化应急方案，加密巡护，压实网格责任，“一对一”落实监护。

夯实基础建设，提升防控硬实力。科学布局防火道、隔离带、视频监控、蓄水池等，构建“道路—水源—隔离—监测”四位一体防火体系。全面排查修缮现有设施，确保正常运转。强化科技赋能，部署智能识别设备，新增瞭望塔与高空摄像头，应用固定翼飞机、无人机，构建高低空结合的航空护林体系。制定物资装备分类配置标准，建立“分级储备、科学配置、高效调度”的保障体系。

创新灭火技术，提升应急处置效

能。组建县级“以水灭火”专业队，普及装备，推动灭火方式向“风水结合、以水为主”转变。制定气象预测与增雨能力提升方案，建设地面催化剂发生器，提高人工影响天气作业能力，推进山区人工增雨基地建设。

加强队伍建设，锻造专业防控力量。严把生态护林员选聘关，健全管理、培训、考核制度；各村选拔熟悉地形的村级向导员。引导社会力量参与，组建“应急先锋队”“青山卫士志愿队”等，形成群防群治格局。防火期内，县级专业队伍24小时战备，优化年龄结构，整合乡镇消防员强化扑火力量。

抓实培训演练，提升专业能力。组织乡村干部防灭火培训，依托国家森林消防机动大队对县级队伍进行全员轮训。县、乡、村每年至少开展1次实战演练，适时举办半专业队伍技能比拼。

强化责任落实，压实防控责任链

任店社区开展“黄梅戏进社区”活动 居民乐享文化盛宴

“树上的鸟儿成双对，绿水青山带笑颜……”11月12日下午，迎江区龙狮桥乡任店社区党群服务中心外人头攒动，掌声不断。一场精彩纷呈的黄梅戏演出在这里温情上演，为社区居民带来一场“家门口的文化大餐”，让大家近距离领略传统戏曲的独特魅力，也拉近了邻里之间的距离，营造出浓郁的文化氛围。

活动消息一经发布，便受到社区居民的热烈欢迎。不少戏迷早早带着小板凳来到现场等候，老人们呼朋引伴，孩子们也好奇地围拢过来，不大的空地上很快坐满了观众。伴随着锣鼓点响起，演员们身着华美戏服、妆容精致，以婉转的唱腔和

生动的表演，倾情演绎了《天仙配》《女驸马》等经典选段。熟悉的旋律、动人的情节引得现场掌声连连，不少观众情不自禁跟着哼唱，沉浸在黄梅戏的动人韵味之中。

“不用跑远路，在家门口就能看到这么地道的黄梅戏，真是太贴心了！”社区居民王阿姨笑着说。此次活动不仅丰富了居民的精神文化生活，也为邻里交流搭建了平台。任店社区相关负责人表示，下一步将继续围绕居民需求，开展更多形式多样、贴近生活的文化活动，推动传统文化走进千家万户，让社区生活更加温暖、更具活力。

通讯员 胡婷婷