

# 因为真实，所以鲜活

□河北日报记者 田 恬

由河北省委宣传部、河北省广播电视局、河北广电传媒集团与福建省委宣传部、福建省广播电视局等单位联合摄制,河北广电影视文化有限公司、世纪长龙影视有限公司等共同拍摄制作的电视剧《一诺无悔》目前正在央视一套黄金档热播。该剧根据全国优秀县委书记廖俊波的事迹改编,展现了忠诚、干净、担当的优秀共产党员形象。

“可以说机缘巧合之下,我走进了廖俊波的世界。”导演欧阳奋强介绍说,2019年初冬的一天,他在高铁上接到《一诺无悔》制片人的电话,邀请他出任该剧导演。就在几分钟前,高铁的电视屏幕上刚刚播发了廖俊波同志先进事迹的宣传短片,他意识到这部电视剧是一部弘扬时代精神的当代主旋律作品。

开拍之前,欧阳奋强感受到了不小的压力,一个是时间紧迫,一个是如何拍好人物传记题材的影视剧。“真实的人物与事迹本身就感人,但如果完全纪实,虽然有了纪录片式的感动,却缺少了故事的可视性;情节虚构过多,则又偏离了人物传记题材的创作初衷。”在欧阳奋强看来,“再现”与“表现”之间是有区别的,前者偏向纪实,后者注重艺术感。“我们在真实的基础上进行适度的艺术加工,人物的轨迹和事件都源于生活的真实,具有典型性。同时,巧妙地用戏剧元素来构架真实事件,遵循了‘大事不虚,小事不拘’的创作原则,使艺术表现和历史真实得以和谐统一,这样就使得故事流畅、人物丰满,有戏剧感。”

“因为真实,所以鲜活。”欧阳奋强深有感触地说,廖俊波作为扎根基层、心系群众、无私奉献的优秀共产党员代表,是我们身边的一员,却又展现出平凡中的伟大。为了真实展现廖俊波的生活轨迹和先进事迹,主创团队专程前往福建南平等廖俊波生前工作生活过的地方进行实地采风,获取了鲜活的第一手素材。“我们接触了廖俊波的同事朋友,还有他帮助、扶持过的工商界人士、基层干部、普通市民……大家说起他,都是发自内心的怀念和敬重。我们被大家讲述的这些平凡琐碎却蕴藏着深厚情感的故事深深打动了。”

“廖俊波的车,四年行驶了36万公里,平均每天250公里。是怎样一种精神让他每天如此忙碌,却又快乐地工作着?”剧中廖俊波的扮演者郭广平时常这样问大家,也问自己。他表示,作为一名演员,一名共产党员,希望通过自己真实的演绎把廖俊波的精神传播出去、延续下去。“当下正值抗击疫情和脱贫攻坚的重要时期,我们需要榜样的力量,需要无数像廖俊波同志那样冲锋在一线、全心全意为人民服务的好党员、好干部。”

## 广宗发现四座千年古墓 专家初步推断均为宋朝初期

河北日报讯(记者邢云)日前,广宗县大王村村民在清理废弃池塘时,发现一座古墓。考古人员在对该古墓周围勘察时,又相继发现三座古墓。专家初步推断这四座古墓均为宋朝初期,距今约有千年历史。

据了解,当地文物部门正在抢险性挖掘,墓葬清理有条不紊。透过打开的墓室,能够看到墓室四周有保存完好的砖雕及墓主骸骨。考古人员暂未发现能够证明墓主身份和具体年代的陪葬品。考古队队长李明介绍,此次发现的古墓为小型单室墓,由墓道、墓门、甬道、墓室组成,推测原形是一处穹窿顶圆形砖雕墓。墓室东西长1.8米、南北长1.9米。墓室壁上有仿木结构斗拱,南部墓门处有拱圈,墓道长3.45米、宽1.3米,残高1.7米。广宗县教育文化广电体育和旅游局副局长沈林忠认为,这座砖墓对研究我省南部地区的历史文化、风土人情等有很高价值。

# 体育消费券如何“劝”火健身消费

□河北日报记者 陈 华

继2019年度在石家庄、承德、张家口、沧州四市试行体育消费补贴政策之后,今年,我省再次安排专项资金1500万元发放体育消费券,并将发放对象扩大到全省各市(含定州、辛集)和雄安新区健身人群。2019年度试行体育消费补贴政策的效果如何?健身爱好者和体育场馆对体育消费券的发放、使用有怎样的期盼?体育消费券如何才能更好地“劝”动体育消费?记者就此进行了采访。

## 2019年度带动个人运动健身直接消费4100多万元

“从2019年1月到2020年1月,体育消费券在我们滑雪场带动近5万人次参与冰雪运动。其中2019年春节假期最火爆,一个月就使用体育消费券近100万元。”石家庄西部长青冰雪小镇总经理郑旭波介绍。

家住石家庄市桥西区的王磊是西部长青滑雪场的常客,体育消费券让他切实感到了实惠。“每周只能用一次,有时候能抢到50元、80元甚至100元面额的,少的时候也能抢到30元的,使用体育消费券购买雪票价格要更低,这样,滑一天雪还花不了100元,真挺划算的。”

从省体育局了解到,截至2020年1月15日,我省体育消费券发放平台累计运行365天,注册用户15.61万人,累计使用体育消费券金额1477.36万元,日均使用约4万元;带动个人运动健身直接消费4126.34万元,带动比例约为1:2.86。

所谓带动个人运动健身直接消费,有关人士解释说,这是指2019年度体育消费

券带动的持券者购买健身场馆的门票费用,因为体育消费券只能用于持券者搭配一定数额资金购买健身场馆门票使用。而持券者进入体育场馆后的其他消费,比如滑雪爱好者租用装备、聘请教练的费用等,则未统计在内。因此,实际上体育消费券带动的健身消费比例应大于统计数字。而即便从现有数字也可看出,体育消费券既给健身爱好者带来了实惠,又增加了健身场馆的人气 and 效益,带来了双赢局面。

另据分析,在四个试点城市,健身积极性高的居民领取、使用体育消费券次数相对较多;在交通便利的滑雪场或者室内健身场馆等使用体育消费券比例较高;其中,滑雪场运动消费券使用589.18万元,约占总使用金额的40%。

## 期待体育消费券面额种类及匹配产品更丰富、使用更方便

另一方面,不少消费者反映,上年度体育消费券面额种类及与之相匹配的健身产品不够丰富。

“我们这里2019年度小面额的体育消费券使用多一些,对持卡或次卡健身爱好者的消费有一定刺激作用,大多应用在游泳、健身塑形、球类运动等项目;但体育消费券对年卡或季卡者的消费带动作用不大,因为这些卡使用中不按次结算,除非初次购买。”承德一家游泳健身中心的负责人表示。

对此,石家庄万拓健身服务有限公司总经理张昌表示:“今年,我们会根据体育消费券的面额,专门推出新的健身产品,比如次卡或者是课时卡等等,让领到小面额体育消费券的健身爱好者也能享受到相应的产品。”

此外,也有消费者觉得本年度领取体育消费券的程序不够便捷。“要领券需要先关注相关公众号,目前只此一条途径。如果再给相关健身场馆设置二维码,健身爱好者扫码就可以领券,那就更方便了。”一名消费者说。

“现在可以领体育消费券了吗?”“每天几点开始领取?”“一周能领几次?”……采访中,还有不少受访者表达了这样的疑问。

沧州市一家健身机构的负责人认为,2019年度体育消费券宣传不够,不少消费者是到健身房后才知道可以使用体育消费券的。另外,体育消费券的发放时间不固定,造成一些人想抢券却抢不到。希望今年加大体育消费券的宣传推介力度,同时,相对固定发放时间。

省体育局体育经济处相关负责人回应说,我省本年度体育消费券的上线时间还不长,会根据上年度体育消费券发放、使用过程中出现的问题以及各方建议逐步调整发放方式,增加合作场馆,丰富产品类型,让消费者使用更加便捷,吸引更多参与者到运动健身消费中。

## 更精准地投放体育消费券,进一步放大其杠杆效应

近期,发放体育消费券成为不少地方扶持体育产业、刺激体育消费的手段。

3月23日,山东省青岛市体育局推出的“你健身,我买单”全民健身消费券派送活动正式启动,首批6家健身经营单位共发放全民健身消费券3.4亿元。其中,总价值约1.2亿元的健身体验卡及总价值约1.6亿元的健身消费券,主要用于体育运动项目体

验、购买私教课程以及健身卡等。活动一推出便受到青岛市民欢迎,不到一天时间,就发出健身消费券12034张。

3月份以来,四川、江苏、浙江、辽宁、安徽等地也发放了不同形式的体育消费券,规模从数千万元到数亿元不等。

燕山大学经济管理学院副教授王韶华介绍说,消费是拉动经济增长的“三驾马车”之一。当前,疫情防控形势持续向好,发放体育消费券有助于激活被抑制的体育消费市场,促进部分受疫情影响严重的线下体育服务业快速回暖。从长远看,则可以拉动体育健身及相关消费,助力发展。

他同时表示,体育消费券是政府补贴券,资金来源源于财政,所以发放多少、如何发放、能起到多大带动作用,发放者应该做到心中有数,量力而行,最大限度激发消费潜力。

“体育消费券发放对象应当有所选择,尽可能实施精准投放。比如,可以因地制宜,在冰雪场馆较多的地方适当增加冰雪类体育消费券数量,对人们积极参与冰雪运动进行引导;或者通过大数据分析,将电子体育消费券推送到给使用较多的人群。”王韶华说。

据悉,在这方面,一些地方正在积极尝试。例如,3月18日,宁波市政府部门牵头组织千家企业,联合或独立发放消费券、代金券、优惠券,面向生产和生活消费市场让利促销。发放借助大数据分析,将电子券推送给相对精准的人群。

王韶华表示,体育消费券的领取使用群体、可以支付使用的场馆相对固定,更应努力实现精准发放。相应体育场馆可通过改善环境、增加服务项目等,增强消费者的消费欲望,进一步放大体育消费券的杠杆效应。



◀4月12日,参加2020石家庄云端马拉松赛的陪跑员们在河北体育馆内进行线上领跑。当日,2020石家庄马拉松春季赛(云端马)起跑仪式,在河北体育馆举行。参赛者使用任意可记录跑步数据的APP,单次完成跑步里程达到报名时所选距离,并将成绩上传,就可获得电子完赛证书和电子福利完赛包。河北日报记者 耿 辉摄

## 华夏幸福代理主教练谢峰“转正” 希望新赛季带队成绩更进一步

□河北日报记者 王 伟宏

4月9日,河北华夏幸福足球俱乐部宣布,上赛季担任了21轮代理主教练的谢峰,新赛季将以主教练身份率队征战。记者采访了刚刚“转正”的谢峰。

上赛季,华夏幸福在主教练科尔曼带领下开局不利,前9轮比赛仅仅拿到5分,提前面临保级的严峻形势。关键时刻,科尔曼下课,有过5次“救火”经验、时任助理教练的谢峰成为代理主教练。

谢峰上任后强调最多的是防守,球队进攻数据和比赛场面虽然不及此前好看,战绩却逐渐好转。业内人士认为,随着华夏幸福球员配置日趋去明星化,注重防守无疑更加务实。

在复盘上赛季执教表现时,谢峰说:“虽然一直强调防守,但球队整体丢球数还

是比较多,这说明球队在心态上还要加强。”

上赛季尾声阶段,华夏幸福宣布两名大牌外援拉维奇和马斯切拉诺离队。上赛季结束后,华夏幸福又送走了两名重要球员——外援“小摩托”费尔南多和被认为是国内同年龄段中佼佼者的18岁的陶强龙。

冬窗期,华夏幸福按照“实用不贵”的引援方针,引进了保利尼奥和梅里舍维奇两名外援,再加上租借回归的卡埃比和队内原有外援马尔康,新赛季手握4名外援。

虽然这4人都不是大牌,但年龄优势明显,其中两人25岁、两人26岁,这在中超球队中并不多见,有利于打磨较为固定的外援组合。同时,4人位置均衡、各有特点。谢峰认为,保利尼奥在禁区30米区域的传球、突破很有想法,但丢球后防守意识需要加强;梅里舍维奇中卫、后腰、边卫都能踢,

比较全面,希望能在防守上帮助球队;马尔康和卡埃比是两种特点,马尔康回防的效率高,希望他在攻防两端都能帮助球队;卡埃比回来后非常想通过新赛季证明自己,训练中是表现最好的。

本土球员方面,华夏幸福正式签下了上赛季租借球员潘喜明,同时迎来了租借回归的罗森文、廖博,队伍年龄构成呈现出老中新结合的特点。谢峰表示,希望董学升、姜至鹏这些老将能继续发挥自己的水平,同时希望年轻球员在新赛季崭露头角,形成“鲶鱼效应”。

面对新赛季,谢峰表示,希望队员能更好地贯彻教练的战术意图,在比赛中更加投入。希望球队在教练组带领下有所提升,特别是能在防守端有所提升,“从名次上一定要更进一步”。

# 河北五级联动防火患 首现清明森林草原零火情

3月以来,河北大部地区大风天气频繁,气温较常年同期偏高2-4℃,降水偏少5-8成,出现中度气象干旱,森林火险等级持续异常偏高。清明节期间,国家防火办向我省发布高森林火险橙色预警,防火形势严峻。对此,省林草局坚决贯彻习近平总书记关于加强森林草原防灭火工作的重要指示精神,按照全国森林草原防火紧急会议和省委、省政府工作部署,坚持预防为主、关口前移,全面强化人防、物防、技防措施,建立省市县乡村“五级联动”日调度、日报告机制,疏通基层防火“最后一公里”,首次实现清明期间“零火情”。

一是率先垂范,靠前指挥。省委、省政府高度重视森林草原防灭火工作,省领导多次作出批示,逢会必讲森林草原防火;4月1日起,省委、省政府领导每日调度各地森林草原防灭火工作。省政府连续召

开会议安排部署,省“两办”多次下发通知,提出明确要求。各地党委政府迅速贯彻落实中央和省领导重要指示精神,党政主要领导亲自批示抓落实,深入一线查隐患、堵漏洞、抓整改,全力以赴抓防火,集中精力抓扑救,确保不出问题。4月4日,省领导暗访检查石家庄市森林草原防灭火工作,6日,半月内再次亲临省林草局森林草原防火预警监测中心检查调度,视频连线有关重点防火区域,叮嘱各地要发扬连续作战作风,慎终如始、善作善成,坚决打赢春季森林草原防火攻坚战。

二是密集部署,倾力落实。省林草局局长刘凤庭于4月1日、3日、6日连续召开全省会议密集部署,要求各级把防火工作作为当前头等大事来抓,确保防火安全;4日、5日深入石家庄、雄安新区暗访检查防火工作。清明节期间,省林

草局副局长吴京坐镇指挥,协调调度全省防火工作。省林草局、省应急管理厅组成9支厅级领导带队工作组赴各地包联督导,并各自抽调多名正处级干部蹲守驻点,协助当地抓好各项防控工作落实,春防不结束、督导不停止、人员不撤回,督促指导各地参照省局做法,派出工作组对重点林区、高风险区进行明查暗访,及时发现隐患,消除火灾隐患,严防森林草原火灾的发生。

三是立足源头,严管重治。省林草局连续下发系列文件,传达贯彻中央和省领导重要批示指示精神,严防上坟烧纸引发森林火灾。指导各地全面升级防控措施,清明节前,全省范围内集中开展隐患排查整治专项行动,组成检查组1552个,出动10856人次,下发隐患整

改通知816份,排查整改隐患1272处;清明节期间,增加专兼职护林员达到12万人、增加临时防火检查站达到4000多个,2000余个工作组和4200多支巡逻队出动,动员全系统干部职工放弃休假,下沉一线,封堵火源;协调指导森林公安开展督促指导各地参照省局做法,派出工作组对重点林区、高风险区进行明查暗访,严防野外违法用火,见烟查,见火罚,成灾抓,截至4月3日,全省打击野外用火897起,罚款56万余元。

四是战时机制,常态运行。建立多级日调度制度,省市县乡村逐级调度,每日检查,每日整改,进展情况每日报告,工作进展每日调度,直到防火期结束。启动战时防火宣传,在全省防火宣传月基础上,清明节期间,河北卫视、河北公共新闻每日黄金时段插播防火公益广告,河北日报刊发防火专版,长城网开设防火专栏,全媒体开展“春风十里,防火有你”“冀防火、

护青山”系列宣传活动,推动思想禁火、群防群治。固化与省气象局火险会商机制,每日会商研判未来24小时火险形势,每日群发火险气象短信,及时发布高火险预警信息。截至目前,共发布9期火险气象等级预报和2期高火险预警信息。严格战时值班备勤制度,处级干部24小时带班,其余人员分为2个4人战斗小组,1组当天值守,1组全时备勤,时刻应对突发火情。

五是突出支撑,防小打早。全省率先建设覆盖全省视频监控网络,共建设安装5009个视频监控探头,可对全省80%以上林区进行实时监控,重点防火区域覆盖率达85%以上,并综合运用卫星遥感、高空瞭望等多种手段,重点区域采用“无人机+卫星小站”模式实时监测,并充分发挥无人机视野广、机动性强、不受时间空间限制等优点,将火场实时画面直接传回指挥

部,并可对灾后评估提供技术支持,初步形成“空、天、地”一体化监测体系,确保了火情早发现、早报告、早处置。为重点防火市、县购置列装一批高压远程水罐车、便携机具、无人机、灭火弹等先进灭火设备,并配备VSTA小站等火场图像传输系统,扑火安全系数和灭火效率大幅提升。同时,要求各地组织专业队伍带装巡逻,流动执勤,有火打火,无火预防,遇有火灾,积极配合应急管理部门,小火当大火打,重兵出击,打歼灭战,打早、打小、打了。

六是生命至上,安全第一。要求各地把扑火安全放在扑救指挥工作的首位,不能以行政级别决定指挥层级,落实专业指挥,切实把住“安全关”。组织各地开展扑火安全教育培训和扑火安全隐患排查整改,加强逃生面罩、阻燃服、急救包等安全防护装备建设,增加安全系数。将精细化勘察火场作为必做环节,扑救行动前要做好火情侦查、气象地形分析、地理位置分析,真正做到知己知彼、科学高效,避免人员伤亡和次生灾害发生。