

走一线 改文风

大青山下，“体育小镇”破圈记

8月9日19时30分，国家北方足球训练基地，2026年东北地区城市足球联赛（以下简称“东北超”）第六轮鸣锣开战，呼和浩特队主场迎战沈阳队。

夜幕降临，赛场灯火通明，主场球迷的呐喊助威声此起彼伏，远道而来的沈阳球迷也整齐列队、隔空互动。赛前民族特色文艺演出轮番上演，传统民乐、民族歌舞接续登台，把赛场化作流动的文化展示窗口。

自年初开始，赛事一场接一场，国家北方足球训练基地的灯光几乎没有熄灭过。

可若是把时间拨回十几年前，没人敢想，这里能和“足球”沾上关系。

9月7日，记者来到哈拉沁村，翻阅旧照片时看到，大青山南麓的坡地上，采砂坑东一个西一个，裸露着灰黄的砂土。村里一度挤着40多家石灰腻子粉厂、碎石场和拌和站。一刮风，白灰混着砂土劈头盖脸，院里晾的

被褥抖几遍都是灰。周边村民形容得直白：“这地方看着像得了斑秃病。”

2012年，呼和浩特启动大青山前坡生态综合治理，292家污染企业被连根拔除。施工队顺着采砂坑的地势放坡、蓄水、栽树，在废墟上建起一座1.2万亩的哈拉沁生态公园。

大青山前坡累计栽下1000万株乔灌木，新增林地7万亩，10余万平方米裸露山体重新披上绿装。

摄影师陈福强感慨：“10年前拍这里，镜头里全是黄土坑，现在再拍，满屏翠绿。”

生态底子打好了，国家北方足球训练基地依山而建，青翠山峦成了绿茵场的天然背景。截至2026年，基地已承办中国足协U-21联赛、CFA中国之队·“兴泰杯”国际足球锦标赛、东北地区城市足球联赛等赛事，单场最高观赛近5万人次。

每逢大赛，几公里外的哈拉沁村便迎来客流高峰。附

近12家农家乐座无虚席，铁锅莜面热气腾腾，农家包子一出笼就被抢光，许多餐馆的营业额直接翻倍。

但对哈拉沁来说，真正让村子“燃起来”的，还在后头。

2019年初秋，村委会把西侧闲置空地铺上水泥、画好白线、竖起篮球架。5支队伍、60号人，首届“村BA”热热闹闹开了张。看热闹的端着饭碗围过来，孩子们在人缝里钻来钻去。

这颗篮球一滚就是7年。

如今走进哈拉沁，常年打球的村民超400人，大小赛事办了150多场。

盛夏黄昏，篮球场成了全村最热闹的地方。老爷子在场边助阵，小伙子满场飞奔，半大孩子抱着球跑来跑去。

篮球撞击地面的闷响，成了这个村庄最带劲的脉动。

“第一届我还在台下拍巴掌呢，现在都成老队员了！”篮球队员李多抹了把汗，咧嘴一笑，“其实咱这儿不光打球，旁边还放露天电影、搞演出。

大伙儿聚在一块儿说说笑笑，比过年还热闹！”

今年8月，第七届“村BA”开打。24支队伍、近200名运动员，从种地把式到企业职工、从返乡青年到学生娃齐上阵。揭幕战上，三分远投唰唰入网，场边手机举成一片。

“看着那些娃娃跑啊、跳啊，心里头滚烫滚烫的。搁以前，农闲了能干啥？不是打牌就是喝酒。现在好了，都往球场上奔。”村委委员任小花对记者说，每年办赛她都在场边张罗。

为了让村里的赛事更加规范，村里实行“赛事积分—文明积分—消费积分”三积分互通制，当裁判、保秩序、搞环保宣传都能攒分，攒够积分可以兑换洗衣液、食用油等生活用品。

从足球基地到“村BA”，哈拉沁村拿赛事当纽带，把体育的“流量”变成消费的“留量”。

今年5月，哈拉沁村新打造的卡丁车体验基地投运，

引来众多游客。

一座占地约12亩的露营基地静卧在翠绿之中，基地由闲置石灰场改造而来，返乡大学生团队负责运营。该村串联长城文化博物馆、老爷庙、露营基地，打造“上午观赛、下午游山、夜晚露营”的全天候消费链。

现在，哈拉沁村文旅项目年均接待游客超50万人次。赛事期间，农家乐单日接待游客最高达800人次。

【记者手记】

这座大青山下的小村庄，正被一颗篮球、一片绿茵、一顶帐篷，一笔一画写进“体育小镇”的大文章里。

从挖山卖石到种树引资，从砂石裸露到绿茵争锋，哈拉沁用了十几年完成这场转身。村党总支书记杨毅说得也好：“多一块球场，少一张牌桌；多一场球赛，少一次酒局。”

这不仅是产业的更替，更是一座村庄精神面貌的重塑。

（据《内蒙古日报》）

星是星，钻是钻，酒店评级不可乱

出差、旅游，很多消费者都习惯了在线上平台预订酒店。近期不少消费者反映，明明是按四星级酒店检索预订，花了高价入住，却发现设施服务差了一大截。

这是咋回事？

原来，部分线上旅游平台玩起“文字游戏”，对酒店星级、钻级的展示边界模糊，筛选页面将两类标识混排，不仔细分辨极易混淆。

平台自己搭建的钻级评级与文旅部门认证的星级，本是两套独立的酒店评价体系，但平台在“钻级”标识样式、推广话术上刻意向星级靠拢，搞起“星钻不分家”那一套，存在模糊概念误导消费者的嫌疑。

平台为啥要这么干？搞清楚这个问题，先来看看“星”和“钻”到底有何差别。

酒店星级评定是文旅部门的行业统一官方认定资质，评定依据为《旅游饭店星级的划分与评定》国家标准。酒店取得星级需要自愿申报，接受专家现场评审，满足相应条件后方可获评，获评酒店须悬挂“长城与五角星”图案构成的星级牌匾。星级标识有效期5年，期满需要完成评定性复核；日常也会开展抽查检查，达不到标准将被限期整改、降星或取消星级。一旦出现货不对板，消费者可依据国

标维权，权责清晰、有据可依。

“钻级”则是各大在线旅游平台自主搭建的商业参考标签，没有统一的国标，也没有强制核验。平台“钻级”评定，大多数依靠装修水平、房价、用户评价、经营热度等算法综合打分。不同平台标准不一，同一家酒店在不同平台可能出现三钻、四钻的差异。“钻级”无实体牌匾，主要用于平台内档次参考。约束力仅局限于平台内，一旦产生消费纠纷，举证难度较大。

为什么各大平台要把两个完全不同的评级体系做得像“孪生兄弟”？背后自然有一套自己盘算的“小九九”。

刻意模糊二者差异、在筛选页面混排，一方面是因为客观上四星级、五星级酒店数量并不多，另一方面是为了方便平台自己掌握定价话语权。部分酒店明明没有星级评定，却靠着平台的“钻级”包装，打着“准四星”“豪华型”等旗号卖出高价。不少消费者本意预订四星级酒店，筛选页面中四星、四钻混杂，视觉上难以区分，被误导下单四钻酒店后，发现硬件配套、服务标准远达不到四星标准，心理落差巨大却面临维权难的困境。

这种混淆实质上是对消费者知情权的侵犯。平台把自家评级做得和星级标识高度相似、混排呈现，有意误

导消费者，已经涉嫌虚假宣传。更值得警惕的是，当商业评级靠的不是用户的真实评价，而是可以通过合作关系、推广费用等随意“注水”“贴钻”时，可能破坏酒店市场的健康生态。长此以往，不仅消费者钱包、酒店商家利益受损，更会影响整个行业的公信力，到头来沦为“多输”局面。

平台自主搭建评价体系本身无可厚非，海量民宿、特色酒店未参与星级评定，打上“钻级”“豪华型”等标签可以在一定程度上为消费者提供参考。但商业“参考标签”不能与官方“认证资质”刻意混淆呈现。平台经营者须尽到清晰告知、充分提示的义务，承担更多信息披露和审核的责任。一方面，优化页面展示逻辑，将星级酒店与平台钻级酒店分区展示，另一方面，公开钻级评定规则，杜绝“黑箱算法”。

与此同时，相应监管和规范也应跟上。监管部门不妨明确平台自主搭建评级的标注规范，从源头消除误导空间。把规则晒在阳光下，明晰展示哪些是星级认证、哪些是平台评价、评级的标准是什么。

四星≠四钻，让酒店评级成为可靠的决策依据，才能让消费者看得明白、住得放心。

（邱耀洲）



缺斤少两毁信用

近日，几家头部量贩零食品牌接连被曝出缺斤少两问题。有消费者购买4块牛肉干，店内称重后显示价格为64.58元，复秤后仅为17.29元，差价之悬殊令人咋舌。目前，监管部门已经介入，涉事品牌也明确表态将严肃整改。口碑积攒不易，一台不准的电子秤，足以动摇消费者的信任根基。管好加盟门店，把好计量关口，平价的吸引力才能立得住。

（苏昊/图 哈丽琴/文）