

“责任体彩·公益同行” 全国楹联诗词征集大赛活动启事

一、活动概述

为深入宣传中国体育彩票责任彩票理念和体彩公益金使用成效,现面向全国开展楹联诗词大赛活动。活动以“责任体彩·公益同行”为主题,征集以责任彩票、理性购彩、公益金用途等为创作内容的楹联和诗词作品,最终评选出优秀作品,统一汇编展示,用于体彩责任彩票宣传和公益金品牌传播。

二、活动背景与目的

中国体育彩票自发行以来,始终坚持“来之于民、用之于民”的发行宗旨,累计筹集公益金已突破 1 万亿元。体彩公益金严格遵循国家相关法律法规与管理制度,实行专款专用、专项管理、专项核算,主要用于体育事业发展与社会公益民生保障两大领域。

在体育事业发展方面,体彩公益金重点用于群众体育与竞技体育两大板块。2025 年,31.7 亿元体彩公益金投入群众体育领域,用于支持健身设施建设、赛事供给、全民健身普及推广、青少年体育、后备人才培养、主题活动、体教融合七大方向。在社会保障领域,体彩公益金成为筑牢民生根基的重要支撑,截至 2024 年底,已累计补充全国社会保障基金 5108.83 亿元。2025 年,中央财政安排彩票公益金支出 702.15 亿元,其中 417.84 亿元用于补充全国社会保障基金。与此同时,中国体育彩票持续推进责任彩票建设,倡导“快乐购彩、理性投注”的健康购彩理念,打造“负责任、可信赖、高质量发展的国家公益彩票”。

本次活动旨在以楹联、诗词等中华优秀传统文化形式为载体,生动展现体彩责任彩票理念和公益金惠民成效,让社会公众更加深入地了解体彩、支持公益,进一步擦亮“公益体彩 乐善人生”的品牌形象。

三、活动主题

“责任体彩·公益同行”——全国楹联

诗词大赛

四、组织机构

主办单位:河南省体育彩票管理中心三门峡分中心

协办单位:三门峡市楹联学会 三门峡市诗词学会

五、活动时间

作品征集阶段:即日起至 2026 年 10 月 18 日

初评阶段:2026 年 10 月 19 日—10 月 21 日

线上复评阶段:2026 年 10 月 22 日—10 月 28 日

终评阶段:2026 年 10 月 30 日

颁奖及作品展示:2026 年 11 月初

六、征集对象

面向全国楹联、诗词爱好者公开征集,不限年龄、职业、地域,个人或团队均可参加。欢迎海内外华人踊跃投稿。

七、作品要求

(一)内容主题

作品应围绕以下两个方面进行创作:

1. 责任彩票主题

倡导“快乐购彩、理性投注”的健康购彩理念

体现“公益体彩乐于心,理性投注践于行”的责任担当

传递“购彩有度,快乐公益”的理性消费观

展现“责任体彩,公益在心”的初心使命

宣传未成年人保护、防范购彩诈骗等责任彩票知识

2. 体彩公益金用途主题

宣传“来之于民、用之于民”的发行宗旨;

展现公益金支持全民健身设施建设(体育公园、健身步道、全民健身中心等);

展现公益金支持群众性体育赛事活动;

展现公益金支持竞技体育和后备人才培养;

展现公益金补充全国社会保障基金,助力养老保险、医疗保险等社会保障体系;

展现公益金支持扶老、助残、济困、助学、助医等社会公益事业。

(二)作品形式

本次活动征集两类作品:

1. 楹联类

作品需符合《联律通则》基本要求,对仗工整、平仄协调、词性相对、意境统一、单联字数一般以 7—20 言为宜,可配横批(不作强制要求)新旧声皆可,但同一联中不得混用。

2. 格律诗类(只限律绝)

体裁不限,近体诗需符合格律要求。

(三)原创性要求

作品必须为作者原创,严禁抄袭、剽窃他人作品,用典、引文等需注明出处,凡已发表或已获奖的作品,不在本次征集之列。

(四)投稿数量

每位作者楹联投稿不超过 3 副,格律诗投稿不超过 3 首,可同时参加两类作品征集。

八、投稿方式

1. 一律采用电子投稿,投稿邮箱: yldjssmx@126.com

邮件标题格式:责任体彩征集投稿+作者姓名+作品类别(楹联/诗)

作品请直接邮件正文中编排,楹联上下联各占一行;诗按两句一行编排。

2. 投稿信息

投稿时请务必附上以下信息:作者真实姓名、性别、出生年月、所在省份、联系电话、通讯地址、电子邮箱;

每副/首作品可附 200 字以内创作

说明,阐释作品立意与体彩主题的关联。

九、评审流程

1.初评:由评审委员会对全部投稿作品进行初步筛选,剔除不符合要求的作品(如不符合主题、不合格律、非原创等),确定入围复评的作品名单。然后在线上发布并邀请广大网友与购彩者进行线上评选。

2.复评:对入围作品从主题契合度、格律规范、结构布局、意境表达、艺术性、思想性等多维度进行评分,楹联类和诗词类各确定终评入围作品。

3.终评:由评审委员会对终评入围作品进行集体评议,楹联类优秀作品 14 幅和诗词类优秀作品 6 幅。

各阶段评审采用盲评方式,不显示作者个人信息。评审结果将在网上公示,接受社会监督。

十、奖项设置

楹联类:优秀作品 14 名,无线蓝牙耳机+证书;

诗词类:优秀作品 6 名,无线蓝牙耳机+证书;

十一、版权说明

1. 投稿作品必须为原创,如涉及著作权、版权、名誉权等纠纷,均由作者本人负责。

2. 主办单位对所有获奖作品有出版、发表、展览、使用等权利,不再另行支付稿酬。

3. 投稿即视为同意上述条款,活动最终解释权归主办方所有。

十二、联系方式

联系人:陈江峡

联系电话:0398-2816866

投稿邮箱: yldjssmx@126.com

联系地址:三门峡市康园街三门峡市楹联学会

2026 年 9 月 28 日

三大运营商全面暂停“0 元购机”

已经办了分期合约的老用户不受影响

不少消费者都遇到过运营商线下营业厅“免费领手机”“办宽带送礼品”的宣传,看似是办理套餐的福利活动,实则暗藏贷款套路,用户往往在不知情的情况下签订贷款合同,每月话费中暗藏还款金额。

长期以来,这类通信分期业务是消费者投诉的重灾区。近日有消息称,9 月 24 日起,三大运营商全面暂停新增金融分期购机业务,各类“0 元购机”活动全部叫停,恢复时间待定。

记者核实确认,中国移动“和包信用购”、中国电信“橙分期”、中国联通“沃分期”等主流分期购机项目,均已停止新增办理。梳理大量消费者投诉可以发现,此类套路有着高度统一的特征。

湖南株洲吴先生曾被业务员承诺在网三年即可免费领手机,最终却收到贷款成功短信,名下多出一笔 1950 元、分 36

期偿还的消费贷款。

浙江宁波王先生的遭遇则更为离奇,业务员以上门测网速为由进门,更换了他的宽带运营商,还给他办了一笔 1500 多元的全屋 Wi-Fi 设备,分 36 期。

诸多案例的核心问题在于信息不透明:用户主观上办理的是普通通信套餐,实则签署了金融贷款合同;日常缴纳的话费,实则包含分期还款金额。更严重的是,一旦用户手机欠费停机,不仅会断网,还会直接造成贷款逾期,对个人征信产生不良影响,无形中将通信消费风险转化为个人金融信用风险。

此次业务叫停并非偶然,恰逢监管新规落地关键节点。9 月 30 日,《金融产品网络营销管理办法》将正式施行,新规明确禁止金融产品虚假、误导性营销,为整治运营商分期购机乱象提供了合规依据。

据电信分析师付亮介绍,运营商分期

购机模式是行业发展的阶段性产物。3G 时代智能手机普及,运营商为抢占市场,最初采用“预存话费送手机”模式,但一次性高额缴费门槛劝退大量用户。随后迭代出的信用分期购机模式,以信用担保、按月缴费的方式降低参与门槛,一度成为运营商拉新锁客的重要手段。

从行业深层逻辑来看,存量时代下该模式已彻底失效。工信部专家盘和林表示,分期购机业务已然成为运营商的“负资产”。一方面,长周期套餐捆绑不符合用户消费需求,业务规模持续萎缩;另一方面,虚假宣传、隐形贷款等问题频发,不仅损害品牌口碑,还频繁触发合规处罚,得不偿失。

同时,“携号转网”政策常态化落地,彻底打破了长合约锁客的行业壁垒,让分期购机的锁客优势彻底消失。针对广大用户关心的存量合约问题,此次业务调整仅



针对新增用户,已办理分期合约的老用户不受影响,原有合约可正常履约,到期后可自由更换在售套餐。

业内人士提醒,业务叫停后仍可能有不法人员推销所谓“内部 0 元购机”渠道,消费者需提高警惕,谨防贷款陷阱。

据央视新闻