



政/事/儿

与“尖子生”同桌，我们该怎么学

关艳玲

与京沪苏这样的“尖子生”对口合作，是我们的机遇，把“尖子生”的先进理念、思维方式、宝贵经验学到手，并结合自己实际用好，才不枉与“尖子生”同桌一场。

这几天，辽宁来客人了。上海市代表团到我省考察调研，推进与辽宁对口合作工作。

上海与辽宁虽相隔千里，却是相交多年的老友。上海与大连牵手以来，双方跨越山海，务实合作的成果可不少：产业合作更加紧密，港口联动组团出海，关键技术联合攻关，干部人才交流广泛……“十五五”开局之年，两地来往更密切，合作之手握得更紧。

根据中央有关部署，除了上海市和大连市外，江苏省与辽宁省、北京市与沈阳市也是对口合作关系。首都北京、改革开放排头兵上海、勇挑大梁的经济大省江苏，他们都是实打实的“尖子生”。中央把辽宁和一批“尖子生”安排在一起，为我们匹配了全国最优质的资源、对接了最先进的经验，这是莫大的支持和激励。

依靠对口合作这样一个平台，我们该怎样向“尖子生”学习呢？毫无疑问，坐等“辐射”只能虚度时光，主动学习才能抓住机遇。放着现成的可以借鉴复制的经验，对方不藏着、不掖着，我们更不能端着，必须虚心求教。补上打基础这一课，尽快跟上全国发展步伐，向别人学习不是没面子的事，特别是向先进学习，更是机遇难得。放着好资源不去用、不想用、不会用，或者用不好、没用好，那才没面子呢！“入宝山不能空手回”。诚

然，与京沪苏相比，辽宁在经济发展等方面还有不小的差距，但在眼界、思维和理念上，我们完全可以和先进看齐。积极主动地学习借鉴，下功夫把“尖子生”的先进理念、思维方式、宝贵经验都学到手，并结合自己实际用好，转化为符合本地实际的发展思路、务实举措、实干成效，这才不枉与“尖子生”同桌一场。

对口合作是一场“双向奔赴”，不光主动学，还得牵着手干。对口合作地之间，产业发展契合、互补性强。因此，双方也是向新

向优、实现突破的“发展搭子”。方向要保持一致，瞄准制高点，发挥好各自比较优势，互通有无、扬长补短、精准对接，把优势变胜势，搭出乘数效应。步调要保持一致，强化协同联动，把好政策研究透，用足用好政策，因地制宜把项目谋划好、力量整合好、措施细化好，实现优势互补、双向赋能。

“与凤凰同飞，必是俊鸟”。借着对口合作的东风，辽宁已与“凤凰”一同站在了高冈上。借势而为，乘势而上，我们才能飞得更高、更远。

热评

浪漫海滨容得下「修脚」

智曼卿

前几天，在大连跨海大桥旁，一栋高楼打出楼体灯光秀广告——“朋朋修脚”，蓝底4个白字引发争议。有网友表示：“浪漫感被打断。”甚至有人直言不讳地说：“跨海大桥本来挺浪漫，看着这个广告好像闹到怪怪的味道。”

“反感派”调侃“隔着屏幕都记住品牌了”，“接受派”则力挺“朋朋”：修脚是正常生活服务行业，不必带有偏见，合法合规打广告，又妨碍谁了？更有熟悉“朋朋”的网友留言：“以实际行动助力地方经济发展，应该值得肯定与鼓励。”

评判一个现象，无非是站在合情、合理、合法角度思考。一些网友认为“修脚”与浪漫景色不搭，某种程度上可以理解，但思考不应拘泥于“脚”上。

这则户外广告首先合法合规，没有哪条规定“修脚”广告不能发布。不能因为“这处户外广告紧邻城市地标”，就不让“朋朋修脚”4个字堂堂正正出现在大众视野。

知情方能知其意，方能共情。在大连，很多人了解“朋朋”，不仅是因为遍布街头的门店，更是因为“朋朋”背后的故事。2002年，18岁的高广东揣着267元钱从丹东来到大连，做起了修脚学徒，后来创办了“朋朋修脚”。目前，“朋朋修脚”在全国已有400多家门店，有1600名员工，并为其缴纳社保，还长期支持公益事业、体育事业，斥资百万元赞助大连足球、马拉松等赛事，组织员工参加志愿服务等。高广东获得“全国岗位学雷锋标兵”“辽宁好人”等荣誉，值得敬佩。在很多人眼里，“朋朋”已成为反哺城市的鲜活样本。

修脚行业在有些人看来也许并不“高大上”，但这并不影响企业体现经济价值、践行社会责任。从创造的经济价值和社会价值来看，“朋朋修脚”有足够资格登上自己付费的户外广告大屏幕。

浪漫海滨容得下“修脚”二字。我们可以“惊讶”，也可以“不喜”，但请仔细了解，然后再评判。别让简单粗暴的“有色眼镜”，挫伤一个创造经济价值和社会价值的企业信心。良好的营商环境，是开放的、包容的，脱离了烟火气的“高大上”，换不来市场经济的繁荣。

委屈归委屈，“朋朋”也听劝。就在争议成为热点的第三天，5月12日，企业第一时间修改了广告语：“朋朋二十二年一起爱大连”已经点亮大楼楼体，继续诉说着“朋朋”对城市不变的爱。

对于“修脚”“挖耳”之类，城市的“大雅之堂”不仅能够容得下，还要多一些民生共情。就让我们从“脚下”开始，走好热爱之路。

五里河谈天

杨东 赵雨薇

四十二份跨国铁证彰显国际正义

42份来自法国的珍贵档案，再证日本侵华历史。当法国友人白士杰将1993页外交文献郑重移交给侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆时，这不仅是个人的正义之举，更是国际社会共同捍卫历史真相的有力回响。

这些泛黄的文件严谨且多源互证，形成一条无可辩驳的证据链。其中有法国外交官与英、美、意同行的往来函电，有转译自日本同盟通讯社的原始电讯……同一份外交档案里，不同来源的信息相互印证，再次证明南京大屠杀等日本侵华暴行早在抗战时期就已被国际社会所了解。它们的存在证明，历史的真相从未被掩埋，只是在静待适当的时刻发出更响亮的声音。

这份跨越国界的捐赠背后，是一群正义之士的坚守与付出。从美国青年埃文·凯尔捐赠日军罪证相册，到法国人马库斯·弗雷特捐赠数百张抗战照片，再到此次白士杰移交42份关键档案，越来越多的国际友人加入到征集历史证据的行动中。他们的行动不仅是对历史的敬畏，更代表了国际社会坚守正义的力量。他们用自己的行动宣告：历史真相具有穿透国界的力量，正义信念是人类共同的价值追求。当不同国家、不同立场的记者不约而同地记载下同一段黑暗历史，这本身就是对人类良知的确认，也是对试图篡改历史者的集体审判。

反观日本，始终拒绝深刻反省。从篡改历史教科书，否认南京大屠杀到政客频频参拜靖国神社、向战犯供奉祭品，日本右翼势力不断试图洗白侵略罪行、歪曲历史定论，甚至在东京审判80周年之际仍在开历史倒车。他们妄图通过淡化侵略历史、割裂国际记忆逃避战争罪责，却不知历史真相早已被无数跨国铁证牢牢锁定，国际社会的集体共识不容挑战。

大道不孤，众行致远。如今，这42份跨国档案静静地陈列于纪念馆中，它们不仅是定格日本侵华罪行的实物新证，更是国际社会跨越国界、携手捍卫历史真相的有力宣示。



呵护

漫画作者 王晨同



做有锐度的思考者



「辽望观天下」
扫码关注



请扫码投稿

文化七日谈

这封情书，打开看看

李子衿

已经是很知名的作家，却是第一次当导演的沈阳人郑执说，《森中有林》是写给沈阳的一封信。

从“五一”档期计划里慢下来，改到“东北超”足球赛开幕那天——5月23日全国公映，这份深情，就像影片中的一些情节一样，看似巧合，实则必然。

电影既是大众的艺术，也是导演的私人宇宙。许多世界级导演，都深谙用镜头和叙事将时代的洪流、宏大的故乡与内心的独白，均匀地搅拌在一起展现出来。

所以这封情书，我们感到既陌生又熟悉。

陌生的是，《森中有林》处处写的是沈阳，处处拍的是沈阳，却不是现在的沈阳。这座城市今天的样子，是浑河晚渡，是故宫红墙，是西塔中街的人潮，是车水马龙的早和璀璨灯火的夜。而在影片里，则是倒骑驴、锅炉房、老菜市场、外墙有楼梯的家属楼，“走一个”的干杯声和“你瞅啥”的万顺啤酒屋……好像是记忆的旧相册，早已被时间洗过一遍。老沈阳人翻开来，依稀仿佛，会心一笑。

故事也有点陌生，横跨上世纪80年代、新世纪初、当下3个时期的悬案，像一根线，把两个普通家庭三代人四十年的命运穿在一起。于和伟演的康加海，高圆圆演的王秀义，韩庚演的吕新开，张天爱演的康

婕，还有乔杉、宋小宝，那些角色好像曾经就在我们身边，那些故事又好像从未发生过。多年前种下一棵树，不知不觉长成了林，再茂盛盛地蔓延成了森林。

熟悉的是，这座城市里的人，骨子里的东西一点儿没变。康加海在身份的转换与身体的变化中，一言不发地坚守着亲情和正义；王秀义在炽热的爱与为母的执念中，近乎残忍地隐忍着也明媚着；吕新开孤儿多年，底色仍是善良与感恩。哪怕面临最大的爱恨情仇，千钧之重，也是举重若轻。“浓情、重义，乐观、坚韧”，郑执在接受采访时突然被问到沈阳人的特点，顿了顿，脱口而出8个字。这8个字，一字不差地落在了电影里。那些看似普通的、在大时代里浮沉的小人物，都有那股子劲儿，从难与苦中生长出来的善与爱，热气腾腾，虚心又暖心。沈，不只是养育了他们的水，也是深沉、有千钧之重的历史，有扎进泥土里的深情。忧，是热忱，是对家乡的爱，对亲人滚烫的心，对爱人多少年都不熄灭的那团火。

这是电影里的沈阳，也是今天的沈阳。街道变了，日子变了，但人没变。所以，不断有人怀念，有人书写，有人走了又回来。森中有林，沈中有忧，生生不息。

这封情书，打开看看？

锵锵汇

热议“取消科长否决权”

事件源起：13日，“辽望观天下”微信发《辽宁一地拟取消科长否决权，何意？》一文，短时间内阅读量过万，网友纷纷留言。

猫猫 符合就办，不能办告知理由(办法)！无法可依就往上反馈。这个植入每一个办事人员的行为里，就不可能做不好，就不可能不满意。

周波 把基层工作人员的专业素养提高上去，让专业人才下沉到基层，给待遇，给职称。

liawadedie 不论对群众还是对基层，遇事研究“怎样能行”的态度都非常重要。

螺蛳粉在逃酸笋 很好啊，这是真心打造营商环境的态度。

Timmycruise! 辽望观天下！真不错！能扛硬话！支持！

“心机商标”迟早把自己忽悠瘸了

林间鹿



近日，国家知识产权局宣告1127件带有欺骗性的商标无效。企业玩文字游戏，打出有欺骗性的“心机商标”忽悠消费者，破坏了市场的诚信基础，最终被忽悠的一定是商家自己。

冲着“手擀面”买的挂面，结果“手擀面”是商标，面条是流水线生产的，跟手工擀制没有半毛钱关系；想买跑山鸡下的土鸡蛋，没承想“山里来的土”是商标，蛋还是养鸡场那个蛋；买包方便面，你以为多送了半袋，其实“多半袋”只是商标……

这类令消费者当冤大头的文字游戏套路，被称为“心机商标”。而你以为这都是些不知名的小企业干的？错了，这些套路竟是多家知名企业的集体“默契”。以挂面行业为例，国内知名企业几乎无一例外地踩进了“手

擀即商标”的“同一条河里”。在这个行业，似乎不忽悠忽悠消费者就显自己智商低。

近日，国家知识产权局一口气宣告1127件带有欺骗性的商标无效，其中仅“手擀”“手擀面”相关商标就有40多个。监管部门这一记“电炮”，打醒的不只是这些企业，更是所有想在商标上动歪脑筋的商家。

“心机商标”这场戏，再演下去，迟早把自己忽悠瘸了。

从法律层面看，《中华人民共和国商标法》明确规定，带有欺骗性、容易使公众对商品质量等特点或产地产生误认的标志，不得作为商标使用。但在现实中，那些耍心机的企业正是钻了“单个词本身未必具有欺骗性”的空子。比如，“手擀面”仁字就是个正常的词，如果把它当作电视机的商标，虽有违和感，但毫无欺骗性可言。可若是用于面条制品，则必然会有欺骗感，而商家所依仗的，一是消费者不会深究，二是消费者无法辨别。也正因此，此类的擦边球打得是越来越溜、

越来越多。

对于此类忽悠消费者的戏法，监管部门是不会惯着的。除了前面提到的宣告带有欺骗性的商标无效，我国的商标法也正在新一轮的修改，将从法律层面遏制“误导性商标”的滥用。国家知识产权局也提出将加大对“心机商标”整治力度，情形严重的直接撤销商标。

市场经济的本质是信用经济，互相信得过才能形成买卖关系，不要把消费者都逼成“侦探”才能避免被忽悠、被套路，长此以往，而是靠产品品质和服务体验一点一滴积累起来的。把心思花在怎么忽悠消费者上，最终被忽悠的一定是商家自己。

与其费尽心机琢磨一个“擦边球”，不如踏踏实实把产品做好，这才是对消费者、对行业、对自己最负责任的选择。