

# 一张“东北超”门票背后的热爱与诚意

李翔

文化七日谈

“东北超”沈阳赛区揭幕战门票，一张仅售19.9元，实名制预约、不搞特权。不仅如此，还有一系列“宠粉”操作，把诚意拉满。

都知道“东北超”会火，但谁也没想到会这么火！5月13日早8时，“东北超”沈阳赛区揭幕战门票开始预售。预约人次迅速突破6万，远超铁西体育场约3万个座席容量。恰如一条网络热评所言：“不是苏超，也一票难求！”

体育的热度，从来都是城市活力的晴雨表。这份火爆，绝非偶然，而是“热爱”与“诚意”的双向奔赴。

一边是球迷沉淀已久的足球热情，期盼本土赛事承载情感、凝聚情怀。

谁的记忆里不曾镌刻着东北足球的滚烫过往？辽足十冠王的传奇震彻绿茵，大连万达、实德称霸甲A的铁血荣光犹在眼前，延边球队凭着一股子韧劲在赛场上杀出一片天。冬日冻硬的土场、盛夏发烫的水泥地，都挤满了撒欢儿踢球的人，这份融入骨血的足球热爱，是东北最耀眼的底色之一。而沈阳，素有“足球沃土”美誉，五里河体育场的呐喊、世界杯出线的狂喜、球迷角的坚守，这些热血与热爱，早已成为一代辽沈球迷的集体情感，历经岁月，依旧滚烫。

此次，辽吉黑蒙四省区联手打造的“东北超”，以草根为主体、以城市为旗帜，瞬间唤醒了球迷心中

的足球热忱，让这份跨越岁月的热爱有了尽情释放的出口。

不难想象，当看台上3万人齐吼“加油！”时，必将是一场直击人心的热血狂欢！

一边是城市用心用情回馈球迷，真正把球迷放在心上，把赛事办到群众心坎里。

19.9元，只需一杯奶茶的花销，便能走进专业体育场，感受绿茵场的热血与激情。亲民的价格，实名制预约、抽签中签，拒绝炒票，不拼手速、不搞特权，最大限度地保障普通球迷的购票公平，让普通球迷成为赛场主角。这种摒弃商业化浮躁、回归体育本真的操作，让球迷看到了赛事的初心，让这份热爱有了可靠的落脚点。

不仅如此，沈阳赛区围绕门票实施的一系列“宠粉”操作，更是把

诚意拉满。凭赛事门票，免费景区，打折住酒店，免费乘公交，从观赛到出行、消费，全方位为球迷保驾护航。让观赛不止于看球，一张门票所带动的也不仅仅是文旅产业，而是城市凝聚力的进一步提升、东北地域文化的广泛传播。它以足球为纽带，打破了赛事与生活的壁垒，让球迷在感受竞技魅力的同时，深度体验城市风采、领略东北风情，也让更多人看到沈阳的包容与热忱，看到东北大地的生机与希望，让这场草根赛事真正成为连接城市、球迷与地域发展的桥梁。

当足球回归大众，当城市拥抱球迷，我们有理由相信，“东北超”不仅能点燃沈阳的夏日，更能为东北足球注入新活力，让这片足球沃土再次绽放荣光。

“东北超”，来了！

# 这届年轻人的婚礼不“演”了

王研

热评

“无彩礼、无司仪、无伴郎伴娘”——最近，湖南岳阳一场农家婚礼冲上热搜。没有豪华车队，亲家用车接亲；没有煽情主持，屋前摆10桌家宴，仪式20分钟，全程松弛。新娘母亲一句话亮了：“彩礼终究是留给你们小家庭的，何必多此一举。”新郎说得更干脆：“婚礼不是秀场，日子才是主场。”

无独有偶。无锡一对新人，宾客到齐“直接干饭”，吃完即走，全程两小时，轻松得像家庭聚餐。河南三门峡一对00后新人，婚车装饰只花两块钱，司仪新娘自己当，开场白就一句：“没有仪式，人齐就开饭。”如今，“三无婚礼”成了百度热门词条，抖音、小红书相关话题累计阅读量超50亿次，相关笔记超120万篇。这届年轻人，正把婚礼从“演给别人看”转向“办给自己爽”。

传统婚礼的套路，到底让年轻人哪里不适？答案其实很简单：累、贵、烦。凌晨化妆、堵门游戏、司仪煽情、挨桌敬酒……一套流程走下来，新人确实不轻松。数据显示，当下年轻人办一场婚礼的平均花费为17.4万元，是新人平均月收入的8.8倍，42%的人超预算。花了不少钱，却不一定收获想要的体验，这是许多新人选择“删繁就简”的现实原因。

但话说回来，传统婚礼之所以能延续至今，也不是没有道理。热热闹闹的接亲、亲友齐聚的喜宴、父

母见证的敬茶，这些环节里盛着情感与记忆，是亲情和祝福的实体化。有人就爱那种仪式感和烟火气，这同样值得尊重。

问题从来不在于婚礼是“繁”还是“简”，而在于选择权在谁手里。以前的逻辑是“不办不像话”，现在是“开心才叫话”。年轻人砍掉的不是仪式感，而是“不得不做”的负担。

有人担心：太简单，会不会没仪式感？其实，仪式感的核心不在花多少钱、请多少人，而是那一刻是否真正属于彼此。没有司仪，新人自己致辞，可能比职业套话更动人；没有敬酒流程，一家人踏实吃顿饭，可能比30桌的场面更温暖。所谓“毛坯的婚礼，豪装的快乐”，说的就是这个理儿。

你看，这股“新风”不是年轻人变抠了，而是他们活得更明白了。过去讲“有面子”，是排场越大越好、别人有的我也得有；现在不一样，婚礼舒不舒服，自己说得算。他们不再愿意为“演给别人看”透支自己的金钱、时间和情绪。这不是不讲面子，而是明白：里子舒服自在，才是真正的体面。

这种态度，早已溢出婚礼本身。买东西先问“需不需要”，不再为logo上头；社交看“开不开心”，不再硬凑热闹；生活嘛，问一句“值不值得”，不再盲目跟风。从“三无婚礼”到“反向消费”，从拒绝套路到拒绝内耗，年轻人只是在作一种更清醒的选择：不硬撑，不将就，真实一点，松弛一点。这样，挺好。

# 当“退群”的阿联酋遇上更开放的中国

史春阳

五里河谈天

进入5月，阿联酋正式退出石油输出国组织（欧佩克）及“欧佩克+”机制，结束近60年的成员国身份。这并非一次仓促的“退群”，而是一个海湾强国逐步摆脱外部机制束缚，以更自主、更自由的姿态，在全球能源格局重构中寻求新的战略定位。与此同时，中阿能源合作开启全新窗口期。

阿联酋的“自由”，是能源政策自主化、发展路径多元化的必然选择。退出欧佩克后，阿联酋将实现增产30%目标，从制度层面拿回自主制定产量政策的权力。更重要的是，“退群”后的阿联酋能够更灵活地对接全球广阔市场，具有完全自主的定价与贸易选择权。

从长期看，退出欧佩克的阿联酋会为国家积累更加充裕的财政资金，从而为其能源转型与经济多元化提供坚实支撑。这种战略上的“解绑”，也为中阿深度合作扫清了机制性障碍。

阿联酋的“自由”，为中国在供应韧性、议价能力和货币结算3个维度，创造了难得的战略机遇窗口。

在能源供应方面，阿联酋退出欧佩克后可自主扩大对华原油供应

规模，有利于中国优化原油进口来源结构，更加主动地加固供应链韧性与稳定性。

在进口议价方面，脱离欧佩克统一产量协调机制后，为抢占市场份额，阿联酋在面向中国等主要消费国时可能提供更具竞争力的价格和更灵活的贸易条款，这意味着中国可以在全球原油采购中占据更有利的谈判地位，告别“被动接受欧佩克定价”的时代。

在货币结算方面，“单飞”后的阿联酋在石油贸易结算方面将拥有更大的灵活性，稳固且高度互信的中阿关系，为双方在能源贸易中扩大人民币结算比例提供了理想土壤，是人民币国际化进程在能源贸易领域迈出的重要一步。

此外，超越传统的能源贸易，一个战略自主性更强的阿联酋，与一个坚持高水平对外开放、致力于高质量发展的中国双向奔赴，双方在投资、新能源、人工智能等更广领域的合作潜力将被进一步激活。

当自由的阿联酋遇上主动布局的中国，双方合作的广度和深度都将实现质的飞跃，其影响将超越两国范围，为全球能源市场的稳定与多元注入新的确定性。

（作者系辽宁社会科学院东北亚研究所研究员）

# 拆「围挡」，破「心」墙

赵静

“不仅眼里敞亮，心都跟着敞亮”，这是抚顺市民面对全市大力度拆“围挡”给出的评价，发自肺腑地点赞城市面貌焕新，也引发我们对政绩观的思考。

围挡，原本是施工期间的临时措施，却在许多地方异化为“一围了之”的治理惯性。围而不建、久围不拆，围挡后面藏着闲置的土地、废弃的工地、堆积的垃圾……表面上看，围挡遮住了“丑”，让城市看起来整洁有序。实际上，围挡只是把问题藏了起来，让大家“眼不见心不

烦”。这是一种典型的“治标”思维——问题还搁在那儿，并没有被解决。

治标终究治不了本。大风一来，尘土满天飞。夏天一到，垃圾散发恶臭，并且围挡让交通受阻，群众心烦。围挡越来越多，矛盾越积越深，最终演变成城市治理的“顽疾”。

其实，很多事情往往就是这样，你越想绕道走，矛盾就越堵着道。相反，只有直面问题，敢闯敢干，矛盾和困难才可能得到解决。抚顺的“拆围”行动，正是敢于向矛盾“亮剑”——领导干部下沉一线，逐一梳理围挡背后的问题，还绿色于民、还空间于民、还便利于民。

跳出围挡这个事儿，我们不难发现，“一围了之”这种“粉饰”和“回避”的思维在一些干部身上并不鲜见。有的干部热衷于搞“盆景”，扮靓一例做“示范”，少部分人“沾光”，大部分群众“吃土”。有的干部专门挑“俏活儿”干，遇到复杂点儿的问题就绕道走，以“拖”字诀应付。还有的干部嫌“历史遗留问题”烫手，想尽一切办法继续搁置，能往后推就往后推。这些做法，本质上是回避问题，用表面的“好看”掩盖深层的“难看”。

靠围挡“解决”问题，其危害可不可小。往浅里说，问题可能在暗处发酵，小问题拖成大问题，简单问题复杂化。往深里说，当“一围了之”成为习惯，人人效仿，不良风气蔓延，谁还愿意啃“硬骨头”？

因此，面对困难和问题，最需要的是解题思维，就像拆围挡这样，拿出啃“硬骨头”的劲头，以“再难也要干”的决心，奔着问题去，迎着困难上，这才是老百姓真正期盼的。

其实，物理意义的围挡好拆，心理上的“围挡”难拆。只有事不避难、义不逃责，真正把老百姓的事儿放在心上，出实招、求实效，才能创造实绩，赢得口碑。很多工作，道理都是一样的。

画里有话

# 安全吗？

漫画作者 邓婷婷



# 好东西得拿出来显摆显摆

经平

山海经

在省内的一些宾馆酒店、景区景点，大多数的商品是外地货，本地货很少见。是我们的东西不好，拿出来“掉价”吗？显然不是！

辽宁人好客，很多外地人都这么说，也的确如此。像过去，家里来了客人，总是把平时不舍得吃的好货拿出来招待客人，即便如此，还恐招待不周，让人挑理。不过，最近到过一些地方后，开始心里生起疑问了。比如，有一家景点，既可观光，也能用餐，还包办酒席。在餐饮大厅入口处的酒台上，各类白酒琳琅满目。夸张点儿说，我们平时知道的许多国内白酒品牌，上面都有，但唯

独看有一款辽宁本地酒。

辽宁14个市，基本上每个市都有自己的主打白酒品牌。闭着眼睛一想就能列出一堆，但在这家景点一个也没见着，连本地的品牌都没有，更别说本省的了。

按理说，以辽宁人的热情好客，这么多好东西藏着掖着不拿出来，不应该呀！但这事，就真地发生了，而且还不止在一个景点。

也曾经逛过一些大酒店里的小商场，印象最深的是一家商场摆了很多产自千里之外的瓷器，也是无一例外的，鲜有辽宁本地产品。

这就令人纳闷了，是我们的东西不好，拿出来“掉价”吗？显然不是！不说的，就说咱的土特产，从辽南到辽北，从辽东到辽西，山海林田湖草沙，各种生态场景辽宁一应俱全。在自然地理因素加持下，辽宁各类农林水产品不仅品类

丰富，而且品质更是杠杠滴。这么多好货，不拿出来招待客人，说不过去呀！深究原因，那只能说辽宁人“不好客”了，再就是辽宁人太“谦虚”了！

实际上，景点也好，酒店也罢，外地人来了，一般都想着吃点儿本地菜、喝点儿地产酒、带点儿土特产，总不会有人到辽宁旅游，想吃南方菜、想喝西部酒，想带一只咸水鸭给亲友吧？所以，在你的地盘摆满外地品牌，一是外地游客不买账，二是外地品牌不领情，三是经营也不合逻辑，反倒会笑话咱没啥好东西拿得出手。其真无耶？其真不往外拿也！

无论从哪个方面考虑，我们都应该把辽宁的好物、好货拿出来显摆显摆。这样做，既是为了让外地人到辽宁不虚此行，也是为了把咱的好东西推销得更远更广。

做有锐度的思考者



扫码关注“辽望观天下”



请扫码投稿

锵锵汇

# 国际家庭日，都回家噢~

事件源起：15日，“辽望观天下”发《今天下班，赶紧回家！》一文，短时间内便获7万次阅读量。网友纷纷留言、点赞。

进击的尚懿 一家人出去撸点儿串儿不行吗？

宁旭 家和万事兴！

Cui晓红 今天真是个暖心的日子，也是我大宝的生日，感觉平凡的日子升华又升华了。

芝士就是力量 早上7点买的肉馅，准备包饺子。

Summer 出差在外，想回锦州。

双城迹 今天就返家。