

# “东北超”没抢到票，咋办？

刘璐



当数万人的赛场一票难求，真正的借赛事聚人气，不在扩容看台，而在重塑场景。当澡堂、夜市变身“第二现场”，一屏直播串联起市井烟火与集体狂欢，让观赛从孤独的客厅走向沸腾的人海。最好的主场在人声鼎沸的看台，更在热气腾腾的生活里。

“东北超”即将开赛，不少球迷已经开始提前焦虑：客场去不了现场，主场抢不到票咋办？

别急，观赛不止赛场一隅。这次比赛除主赛场外，东北三省一区还设置了随处可见的“第二现场”。其中，辽宁首批筛选确定了434个

“第二现场”点位，涵盖商业综合体、酒吧餐饮、街区夜市、洗浴温泉和公共休闲空间；吉林联动商圈、夜市布设直播大屏；黑龙江打造“撸串看球、夜市观赛”沉浸式体验；内蒙古则将观赛点搬进了A级景区。

不难发现，这些遍布各地的“第二现场”，不仅是球迷观赛的优选之地，还是彰显消费活力的重要窗口。主办方的心思也正在于此——借赛事之势，集聚人气、激活消费，推动文旅商深度融合。而这一切的落脚点，正是为球迷打造那份独特的“第一感受”。

“第二现场”的经济拉力，已在苏超等实践中得到印证。2025年苏超期间，600余个“第二现场”吸引超74.3万人次打卡，1元门票带动7.3元周边消费，全省异地文旅消费超100亿元。

这“第一感受”该从哪儿入手？首先，氛围感肯定得拉满。不仅要有观赛点这个“硬装”，还得精心设计“软装”。正如辽宁提出打造“泡澡看球、逛街看球、夜市看球”等时尚IP，既有咱大东北的热乎劲儿，又各具各地特色。

足球的热血共鸣，是独自观赛无法复刻的。当球迷选择走进商圈、夜市、社区广场与陌生人一起呐喊，他们渴望的是那份只有线下才能获得的情绪共鸣。想想看，夜色渐浓时，洗浴温泉里挂起大屏，商业街摆好椅子，夜市摊前支起音响，烧烤摊位旁备好直播设备，全方位营造沉浸式观赛氛围，赛场激情与日常烟火悄然相融，“第二现场”变成人们可以卸下疲惫、感受球场热血与城市个性的专属空间。

其次，体验感必须给足。“第二现场”的核心是“观赛+消费”的融

合，唯有以精细化服务、多元化供给、特色化产品，打造“一站式”优质体验，才能让球迷“愿意来、留得住、还想来”。比如可以举行竞猜比分活动，球迷解说比赛、趣味足球游戏等，一份实实在在的体验感、参与感，远比单纯看直播更打动人心。

看完比赛也别急着散场，暖心保障也要做到位。在一些重要交通节点、人群密集场所，增设咨询服务台、便民补给站，优化交通衔接、完善住宿配套，让来往球迷不用为返程奔波、为落脚发愁，才能让这份来之不易的“第一感受”不打折扣。

说到底，“第二现场”从来不是复刻的热闹。当每个观赛点都有烟火气、每位球迷都有参与感、每份体验都有温度，“第二现场”便是兼具赛事氛围、市井烟火与消费热度的“第一主场”。

## 中式养生风行，羡慕即认同

丁春凌



最近从外国网友的热播视频里看到一个有趣的现象：不少外国网友正铆足了劲儿，把自己往“中国人”的样子上打扮。

怎么打扮？挺简单——戒掉凉水，端起保温杯；一早不懒被窝，跟着养生视频比画八段锦；晚上雷打不动泡脚，还有，煮粥、泡茶生茶之类的。一社交软件上，有位美国小哥每天直播喝热水、练八段锦，半年涨粉50万；还有个伦敦姑娘专门拍“中式养生周记”，从煮红枣茶到拍八段锦跟练，弹幕里常飘过“明天我也试试”。

咱这边在想着“走出去”，而那边也同时“走进来”了，而且是从灶台边、从卧室、从客厅那儿走进来的。

我们总爱把文化想象得很深奥，认为长城故宫是文化，唐诗宋词是文化，书法京剧是文化。

这当然没错。可是，对于文化圈之外的人来说，真正理解认同并喜欢上我们的传统文化精华要跨过山越海，隔着好多层。

于是，咱们就很努力地去解释，去展示，有时候甚至有点儿着急，生怕别人看不懂我们到底有哪些好。

现在呢？别人感兴趣的，偏偏是那些我们觉得很表面很浅层很“拿不出手”，或者压根没想过要“拿出手”的东西。一杯热水、一锅热粥、一套养生操，这些太平常了，平

常到几乎成了生活的背景板。可就是这些，别人瞧见了，觉得好，挺认真地学了起来。

为什么？我猜，是因为咱们习焉不察的这些琐碎里，藏着一种如何“安顿身心”的智慧。

在一个地球人都喊AI、“加速”，被海量信息流冲得找不着北的当下，能优哉游哉地喝杯热水，能用一套舒缓的动作调匀呼吸，这本身，就是一种温和的“焦虑抵抗术”。外国网友羡慕的，或许就是我们这种能把日子过得“不慌”的能力。这是一种独属于咱们骨子里的耐心与淡然，却很意外地成了被效仿的东西。

所以，一种文化想要被人接受、认同，有时候真就是耳语般的渗透，更有用。它不是你追着别人喊“快看我多好多好”，而是别人主动凑过来问：“哎，你这不错，教教我呗。”这是朴素的“实用主义”的胜利。东西好，就用。生活方式舒服，就学。

这给我们提了个醒儿。或许，文化更深厚的力量，早已沉淀在每一天的衣食住行、一呼一吸间了。而当我们的日常，成了别人眼中的风景，甚至是想搬回家的生活样板，这文化，才算落了地，生了根。

你如果还是“杠”，人家只学了个皮毛，不值得唠叨这么多。那我也能“杠”起地球：哪一次深刻的懂得，不是从“表面”的触碰开始的？

咱们要做的，就是活出自己舒展的样子，别人觉得好，羡慕，自然会沿着你的轨迹，慢慢找来。

## 三星家电退场 不意味中韩经贸合作降温

孟月明



5月6日，韩国三星电子正式宣布，全面停止在中国大陆销售电视、冰箱、洗衣机、空调等所有家电产品。消息一出，迅速引发公众热议。

很长一段时间里，三星家电不仅是国民消费升级的热门选择，更是中韩经贸往来、民间产业互补的鲜活缩影。依托家电、轻工等民生产品的双向流通，两国经贸纽带持续拉紧，民间联系愈发紧密。如今三星家电悄然退场，让人感慨：一个属于外资家电的高光时代，真的翻篇了。

时移世易，如今中国家电产业早已今非昔比：从早期跟跑模仿、追赶突围，到今天与国际品牌同台竞技、领跑市场，国货品牌强势崛起，除了技术硬、款式新、性价比高，更因适配中国家庭生活习惯，牢牢抓住了本土消费者的心。

反观三星家电在华发展，这些年确实有些“水土不服”。定价长期居高不下，产品创新迭代迟缓，智能系统与国内主流生态兼容不足，用户体验难以跟上消费潮流。再加上线下门店收缩、售后网点覆盖弱化，导致其被大众消费市场淡忘。

说到底，不是市场无情，而是固守旧有模式、不愿本土化适配，让曾经引领潮流的大品牌失去了光环。此次，三星主动退出终端家电销售赛道，实则是及时止损、聚焦主业、优化全球布局的明智选择。

更理性看待的是，三星家电退场，不等于三星撤离中国，更不意味着中韩经贸合作降温。三星只是放下了竞争白热化、利润空间收窄的民用电领域，转而将资源重心投向半导体、显示面板、汽车电子、精密元器件等高精尖赛道。这些领域恰恰是韩国产业优势长板，也是我国产业转型升级亟须攻坚补齐的关键环节。传统消费品赛道错位竞争、高端科技领域深度合作，正成为中韩经贸转型升级的鲜明特征。

品牌起落是市场规律，产业更迭是时代大势。当下，中韩经贸合作已驶向新能源、人工智能、智能制造、跨境物流、绿色经济等新蓝海。单一用品类的进退取舍，影响不了中韩经贸深度融合的基本盘，更挡不住东北亚区域经济协同合作、互利共赢的前行大势。

(作者系辽宁社会科学院东北亚研究所所长、研究员)



王海涛

### 接不接，怎么接？

面对陌生号码来电，你是不是也和大多数人一样心里犯合计：接，还是不接？然后本能地皱起眉头，一键挂掉。

拒接的原因，一是烦了，烦的是无止境、无边界的推销、骚扰；二是怕了，怕的是层出不穷的新型电信诈骗。而且，一旦接了陌生人甚至假冒亲人的电话，就有可能摊上事儿。

前不久，最高人民法院披露了这样一个案例：湖北黄石，三位独居老人在家接到“孙子”的哭诉求救电话后，毫不犹豫地拿出积蓄，打款给电话里的骗子。老人们哪里知道，“孙子”的声音是骗子用AI技术伪造的。

当下，这些骗局都用上了“科技狠活儿”，将真人录音与预设话术融合，智能外呼系统将其拟声之后，不间断地拨打用户号码，一个人拒接，它会立刻打给下一个人。以前我们坚信“耳听为虚、眼见为实”，但在以假乱真的技术面前，还是溃不成军。

新型电信网络诈骗不仅图财，更损伤了社会信任。看到陌生号码，很多人的第一反应不再是“有人找我”，而是“骗子吧”，于是下意识地挂断了电话。这种不信任在人群中互相“传染”，悄然蔓延，进而形成对“陌生来电”的集体拒接。由不信任形成自我保护的防线，正在推高整个社会的联络成本，所有陌生号码都被视为潜在的威胁，迷路老人打出的求助电话、患者家属情急之下拨出的陌生备用号等等，也一并被挡在了外面。

重建信任，必须从源头着手斩断黑色产业链，守住技术向善的底线。平台与运营商要扛起自己应有的责任，严格落实实名认证，彻底封堵虚拟小号非法流通渠道，强化外呼系统监管。与此同时，加快完善AI应用的伦理准则与法律边界，明确合成内容的标识与使用规范，确保其始终服务于社会，而非反噬于人。

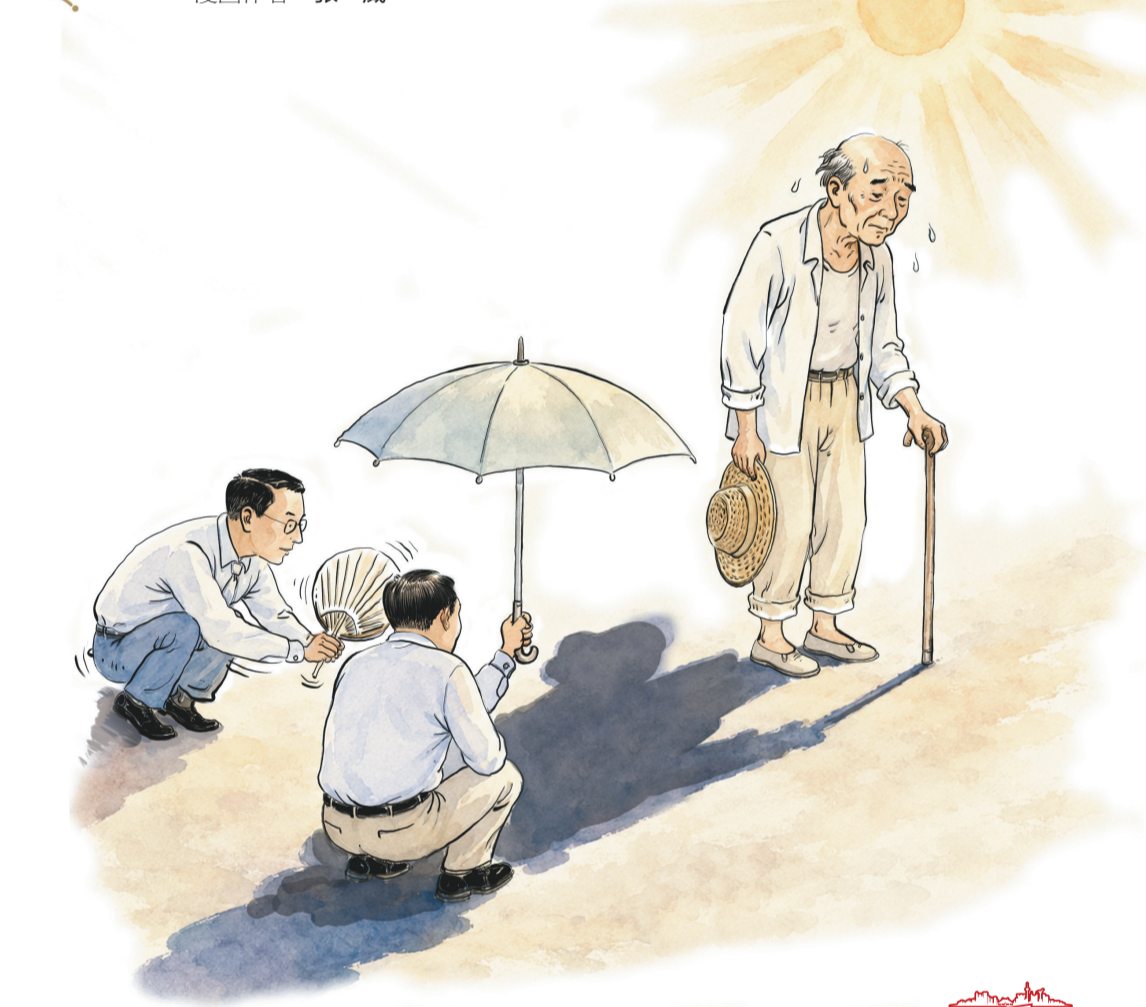
技术与制度封堵电信诈骗漏洞的同时，每个普通人也并非只能被动等待，更要主动筑牢一道无法被算法攻破的心理防线：约定一个只有家人之间知道的暗语，它可能是一件旧事，也可能是一句专属的口头禅。AI复制不了这类私密

的共同记忆，凡是涉及转账、求助的电话，不管对方的脸和声音多么真实，先对一暗语，电诈过不了这道关。

封堵漏洞、规范技术以及严惩电诈，最终的目的，不仅是守住百姓的钱袋子，更是为了找回那份丢失的信任感。到那时，当手机铃声响起，我们就能放下所有戒备，坦然按下接听键，让电话回归联络的初心，让善意与信任重新填满生活的每一个角落。

## 如此“作为”

漫画作者 张威



## 听得进民声方能办得好民生

刘乐

信访是送上门来的群众工作，群众每一次反映都是检视短板、改进治理的契机。回避推诿只会让小问题拖成麻烦，正视诉求、接诉即办，才能把“丢分项”变成“加分项”。民声连着民心，敞开门、听进去、办到位，方能赢得认可。

近日，某省一地通报了起典型信访不作为案例：当地群众多次就宅基地审批、确权纠纷等切身利益问题向乡镇及相关部门反映诉求，却被以“不归我管”“程序未到”等理由一拖再拖，导致群众反复奔波、诉求长期搁置。

信访是送上门来的群众工作，这般消极应付、推诿扯皮，寒的是民心，伤的是公信。这也令我们深思：面对群众诉求，党员干部究竟该以怎样的站位、作风和态度去对待。

听得进民声，方能办得好民生。可现实中，个别干部却听不得

一点儿“逆耳”之言，把群众正常信访当作“找麻烦”，把正常投诉看作故意“找茬”，不想着如何回应群众、怎么解决问题，反倒搞起推拖绕、躲怕怕，甚至用简单粗暴方式封堵民意、漠视群众。如此行事，根源是群众立场不稳、宗旨意识淡薄，折射出对待群众诉求的麻木与冷漠。

平心而论，群众反映诉求，事关的都是切身利益。正视诉求、主动对接、依法处置，群众自然看在眼里，记在心上。倘若一味回避、层层推诿，甚至关上大门“不理不睬”，看似暂时躲开了麻烦，实则自断民意通道，只会让小问题拖成麻烦、小矛盾积成大问题，其危害不可谓不大。

很多时候，工作中的偏差、服务中的短板、治理中的漏洞，依靠部门自查自纠未必能找得精准全面。反倒群众感受更真切，反映的每一项诉求、每一条意见，都是检视工作、改进作风、提升治理的绝佳契机，更是帮助我们补短板、强弱项的“清醒剂”，珍惜都来不及，岂能推诿拒之？

民声连着民生。面对群众诉求与民生关切，正确的做法，从来不是回避遮掩、敷衍应付，更不是推诿扯皮、冷硬相向，而应广开言路、开门纳谏，珍视每一条民情线索、善待每一次群众发声。各级各类公共服务机构，都应自觉把群众的投诉当作改进工作的抓手和“捷径”，接诉即办、查实立改、闭环处置，用实打实的反馈、改进和完善回应群众期盼。

如此一来，本来是工作中的“丢分项”，经过及时接受、修补、查改，反倒可能成为我们的“加分项”，“坏事”变好事，何乐而不为？民声连着民心。只要始终站稳群众立场，心里装着群众、工作围着群众、事事想着群众，何惧民声有非议，何愁群众不认可？您说，是不是这个理儿。

## “东北超”凭啥这么火

事件源起：近日，“东北超”沈阳揭幕战门票预约刚一启动，热度就直接“爆表”，预约人数迅速突破6万，远超铁西体育场约3万个座位的容量。引发网友热烈讨论。

南风 19.9元一张票，实名抽签防黄牛，还送景区门票、免公交费用……这哪是办比赛，这是真心实意请球迷过节。沈阳这波操作，值得所有城市抄作业。

别抢我奶茶 不拼手速、不搞特权，凭诚意抽签，就冲这，必须给沈阳赛区竖大拇指。

老张说 读到最后有点儿眼眶发热。五里河、十冠王、水泥地上踢球的少年……这些记忆不只是东北的，也是中国足球最滚烫的篇章。想去现场听一次三万人齐吼“加油”。

用户7321 “让普通球迷成为赛场主角”，被这句话击中。了。“东北超”把门槛降到一杯奶茶钱，大懂球迷的心了。

做有锐度的思考者



扫码关注 “辽望观天下”



请扫码投稿