

文化七日谈

第十二名“球员”也出彩

石 屏

“东北超”揭幕战上，沈阳队3:0战胜鸡西队。比分固然重要，但更动人的是客队球迷赛后主动捡拾垃圾的文明之举。输球不输风度，一声“沈阳鸡西一家亲”道出东北人骨子里的热情与团结。这场赛事，踢的是足球，传递的是亲情，温暖的是人心。

5月23日，“东北超”揭幕战打响。在沈阳赛区，主场作战的沈阳队3:0战胜鸡西队，赢得开门红。比赛有胜有负，自在情理之中，比赛过程估计很多人也都

看了，就不多说了。值得一提的倒是赛后客队球迷的表现。

终场哨音响起，比赛定格在3:0。这时候，远道而来的客队鸡西球迷并没有一窝蜂似的迅速离开现场，而是在座椅前后左右兜摸垃圾——不是平时我们看到的那种顺手带带，简单清理一下，而是真正地用心去找、特意去捡。垃圾随人走，鸡西球迷可不是心血来潮，而是有备而来。这事儿，在人家思维的“预算”里，早就规划好了，是人家看球的“标配”。

比十分重要不重要，当然重

要。东北人好面儿，这里面透着上进心，也透着“不差事儿”，更有一种集体荣誉感。要说鸡西不为赢球而来，那纯是瞎扯。赢鸡西球迷并不是说着玩的！就是一个幼儿园比赛，还要争个子丑寅卯呢，就更别说冠以“东北”二字的足球赛事了。

但从赛后可，比分又似乎不是很重要。客队，输球，从鸡西球迷赛后表现看，咱真切感受到什么叫文明观赛。鸡西球迷给铁西体育场留下的，是一片整洁和好印象！

有球迷说，看“东北超”就

像看明星演唱会。鸡西球迷喊出“沈阳鸡西一家亲”，那可不是剃头挑子一头热——沈阳球迷心里也是这么想的。赛后，鸡西队主教练专门带着队员跑到沈阳球迷区致谢，感谢主场球迷为客队加油。你看，别管是不是球迷，反正都在那儿呐喊，无论主队还是客队，好像都觉得球迷在为自己加油，整得就是一个氛围，要的就是那份热情。

其实，从当晚四个赛场的实况来看，鸡西球迷说“沈阳鸡西一家亲”，这“一家”的范

围还可以再大点，应该是“东北一家亲”。再应景点儿，干脆叫“东北超级亲”。

看台上，各地的球迷挥舞着家乡的战旗，穿着整齐的队服，喊着一声又一声“加油”。尽管现场只有4个，但是“第二现场”有千余个，10万人次观看。在哈尔滨阿城区文化体育中心赛场看台上，一名五六岁的小球迷举着自己画的一面队旗，整场比赛都在喊着“加油，东北！”这是孩子的爸爸教她喊的……

“东北超”，球迷也有看点；“东北超”，也超出了足球！

为一颗草莓立法，至于吗？

胡海林

一颗草莓，值不值得专门立一部法？不久前施行的《丹东市草莓产业发展促进条例》，有人认为小题大做，有人点赞精准护航。答案很明确：不仅值得，而且必要、紧迫，意义深远。

丹东草莓，早已不是一颗普通的水果，而是百亿产值的富民支柱、全国农产品地理标志产品。近20万亩种植面积，全产业链产值超150亿元，品牌价值超过400亿元，带动10万多农户增收。

丹东草莓产业繁荣背后，同样痛点丛生：种苗自繁自育导致品种退化，品质下滑；种植标准缺失，用肥用药不规范；冒牌侵权屡禁不止，“谁都能蹭”……

这些问题的出现由来已久，仅靠行政号召、行业自律难以根治，必须用“长牙带刺”的法规立规矩、划底线、强保护。

立法护草莓，核心是以标准化筑牢品质根基，推动产业从“粗放生长”向“精耕细作”转型。细看丹东“草莓法”，规范产业发展可谓全链条，比如商品化种苗要建立和保存生产经营档案，保证可追溯；严格种植管理，严控超范围、超剂量使用农业投入品；销售冒用丹东草莓质量标志的草莓，最高处货值20倍以下罚款，让仿冒者付出沉重代价。可见，这些条款不是束缚，而是赋能，终极目标是让守法农户“优质优价”，让违规者“寸步难行”，进而让丹东草莓产业长红久安。

放眼全国，为特色农产品立法已成为一个趋势，更是产业高质量发展的必然选择。吉林人参、延安苹果、池州九华黄精等特色产业，均通过专项立法破解发展瓶颈、护航品牌成长。而丹东为草莓立法，正是这一趋势的延续，借此打破“农业靠天吃饭、管理靠人说教”的惯性。以法治构建稳定、透明、可预期的制度环境，既守护当下产业秩序，更赋能长远科技创新、品牌提升、三产融合，为乡村振兴注入持久动力。

在现代农业竞争中，品质是核心，品牌是灵魂，法治是保障。

丹东为草莓立法，绝非“小题大做”，而是遵循特色产业高质量发展规律的生动实践；守护的也非“一时之利”，而是百年产业的长青、万千农户的福祉。

五里河谈天

“中国风”席卷韩国 彰显大国底气

宋东泽

当下，一股浓郁的“中国风”正在韩国持续升温，成为当地社会愈发鲜明的流行趋向。首尔街头，为喝上一杯霸王茶姬奶茶，年轻人不惧酷暑排起长队；雅致大气、色彩浓郁的中式红妆席卷社交平台，韩国进口中国化妆品激增84%；国产无人机、智能扫地机器人等好物，更成为韩国青年追捧的消费新潮流。

此番席卷韩国的“中国风”，绝非单一品类的偶然出圈，而是新时代国潮整体实力崛起的直观体现。这股风潮之所以能“刮”起来，是因为中国商品早就撕掉了“廉价”“土气”的旧标签，不仅颜值出众、意境通透，营销传播还不按常理出牌，踩中了当代海外青年的心理节奏。

走红成势，水到渠成，说到底拼的还是内功。“中国风”走俏海外，因为我们有五千年的文化底蕴做底气。辉煌灿烂的中华优秀传统文化，叠加清新灵动、简约鲜活的年轻化表达，深度对接全球青年群体的审美喜好。它将东方独有的诗意气韵与浪漫情怀，巧妙融入日常饮食、时尚穿搭与生活好物之中，以接地气、轻量化的传播方式打破地域隔阂，让国外青年自然而然心生喜爱、主动追捧。

“中国风”风靡全球，因为我们有硬核的制造业体系做底气。依托国内庞大的消费市场积累，中国品牌早已练就一身“绝技”：从研发到上市，部分新品周期甚至不到一年，这种惊人的迭代速度，极大地满足了青年消费者对“新鲜感”和“快时尚”的极致追求。在物流端，跨境电商配套体系日趋完善，中国商品最快3天即可送达韩国消费者手中，实现“隔海速达”。高效研发、快速上新、便捷配送的全链条优势，为“中国风”劲吹海外打牢了根基、畅通了渠道，让国潮不仅“走得远”，更能“立得住”市场。

潮流无国界，好物架桥梁。过去，我们追着韩剧做美食、配穿搭、学化妆；如今，韩国青年排着队品尝中国奶茶、化中式妆容、用上“中国智造”。中华文化从不强求价值趋同，而是秉持开放包容展现自身独特魅力。一股流行风尚虽难以抹平地域文化差异，却能搭建起文明互通、民心相通的便捷桥梁。

“中国风”劲吹海外，吹的是文化底蕴，扬的是民族自信，传的是文明善意。未来，“中国风”将以更丰富的形态、更强劲的势头，跨越山海、热成“顶流”。

锵锵汇

加油，东北！

事件源起：23日晚，“东北超”火爆开幕。广大网友通过开幕式现场视频，看到了东北的热情与底气，也让更多人发自内心的为东北加油！

玮玮道来 首战带给我的震撼，来自看台上的一个小女孩。她举着自己画的队旗，喊着：“加油，东北！”整整喊了九十分钟。

向往神鹰 看哭了，这才是我记忆里的东北。人山人海，热气腾腾，那股不服输的劲儿，又回来了。

张张好荣耀 作为一个在鸡西长大、在沈阳定居的东北人，这场比赛对我来说意义非凡。最让人难忘的瞬间，就是大家一起喊出“东北振兴！”的时候，热泪盈眶。

越战越勇 赛场上赢球不稀奇，稀奇的是赢完之后全场给对手鼓掌。咱东北人踢球，输赢不差事儿。就冲这格局，东北，行！

起锅烧油，拿回生活“选择权”

马诗棋

热评

“起锅烧油，加入葱姜蒜”，“豆包豆包，地三鲜怎么做？”一个有趣的现象正在发生：现在的年轻人越来越爱进厨房了。

关掉手机里的外卖软件，走进菜市场，系上围裙，亲手为自己做一餐。《中国青年报》的一项调查显示，在受访的1000多名年轻人中，87.1%的人每周至少下厨一次，更有25%的人几乎天天自己做饭。这股回归厨房的热潮，绝不是一时兴起，而是年轻人对生活态度的重新选择。

习惯了倍速看视频、刷资讯，甚至连等信号灯的时间都觉得漫长……现在的我们总是被生活推着向前，靠什么拿回自己的“选择权”呢？

这年轻人找到了答案——起锅烧油、热辣滚烫地做顿饭。不需要复杂的技巧，不需要过人的天赋，只需要一颗想要慢下来的心，就能在烟火气里，把生活过出自己的踏实感。

用风花雪月的心，做柴米油盐的事，这便是年轻人最朴素的生活哲学。在充满不确定性的日常里，如果能“主导”的事情越来越少，不妨走进厨房“掌勺”，让生活尽在“掌”握。

想吃牛肉还是鸡肉，主食选米饭还是面条，全由自己决定。再也不用进餐馆问：“番茄炒蛋是

甜口的，还是咸口的？”只要我想，甚至可以做辣口的。这种小小的选择权，看似微不足道，却能让人重新找回对生活的掌控力。

从挑选新鲜食材，到认真清洗，再到精心烹饪装盘，整个过程是动手的快乐，更是与自己对话的时光。

焦虑时，切菜的节奏可以让人专注；疲惫时，一碗热汤可以温暖身心；开心时，一桌家常菜能让快乐加倍。花十几分钟煮一碗热气腾腾的面，或用一下午慢火煲一锅鲜美的汤，不追赶时间，不迎合他人，只专注于眼前的食材和烹饪的美味。在匆忙的生活里，找到属于自己的舒缓节奏，把日子过得有滋有味，这本身就是一种高级的浪漫。

切菜的“嗒嗒”声，热油的“啦啦”声，汤汁的“咕嘟咕嘟”声，多么美妙，还有手机拍照的“咔嚓”声，发个朋友圈，顺路收获一群志同道合的友人。

一菜一饭，一朝一夕，烟火气里藏着最踏实的幸福。在柴米油盐中感受温暖，在一汤一菜里拥抱生活，亲手烹饪的不只是食物，更是“数字一代”对生活的热爱。

这种带着归属感和家庭传统的味道，让烹饪超越了单纯的营养摄入，成为连接过去与现在、自我与他人的情感纽带。

何乐而不为呢？

干事创业的过程，就是解决矛盾、问题的过程，要敢于直面痛点。各部门应实打实“对号入座”，对照问题清单找差距、挖根源，而非开“美颜”、加“滤镜”。唯有不遮掩、不绕道，从根儿上解题，才能以真整改赢得真满意。

不久前，某地召开了一次关于优化营商环境的执法检查汇报会。按会议要求，参会的相关部门要围绕8个突出问题整治情况作汇报。但在具体汇报中，一些部门却“跑题”了，只讲是做了哪些工作、取得了哪些成效，而对于要整治的问题，则不约而同地“屏蔽”了。

对于此种不切入主题、只在外围打转的汇报，也难怪检查组负责同志现场发问：营商环境领域里的这些问题难道发生在空中还是海里吗？这些实实在在发生的问题和谁

有关系？怎么就落不了地呢？

我们也不禁发问，汇报情况，咋就不往主题上唠呢？

究其原因，有的是“不能说”，上边要求的没落实，问题还在，只能揣着明白装糊涂，避重就轻，做表面文章，说点花团锦簇的事儿；有的是“不好说”，涉及多个单位或是历史遗留问题，都是“烫手山芋”，避之唯恐不及，更何况“家丑不可外扬”，说出来给本地区或单位抹黑，不说问题才“稳妥”；还有的是“不愿说”，开展了一些工作，取得了一些成果，自我感觉“良好”，哪能说问题，说了问题不就显得我白干了……

干事创业的过程，就是解决一个个矛盾、问题的过程。越怕事儿，越难成事儿。越是想要绕道走，越容易堵在路上。回避问题本身有更大的问题。开“美颜”、加“滤镜”，只是暂时的自欺欺人。问题不仅不会



扫码关注
“辽望观天下”



请扫码投稿

做有锐度的思考者