



《祖传秘方》的“秘方”是啥

王丛辉



《祖传秘方》是一部12年前首演的话剧，今年再度入选国家艺术基金传播交流推广资助项目，开启全国巡演。有人说，这是“老戏骨扛住了时间”。这话不假，但还没有说透。老演员当然重要，可一部戏能走过12年，靠的当然不会只是阵容。

《祖传秘方》讲的是九一八事变后奉天北市场的故事。医馆“正德堂”守着一张祖传秘方和乱世里中国人的气节。东北方言、奉天落子、关东市井，全辽班底、十位一级演员，这些都是看点。

但真正让这台戏立住的，不只是这些标签，还在于它没有把地方味当成摆设，也没有把家国情怀写成空话。戏里有一句话“正心正气方能正骨，行善行德才是行医”，说的是医道，也是教人做事。主人公卜振堂守的不是一张方子，他面对的是亲情、人情、乱世压力和民族大义。主创谈到这个人物时，说他最终大义灭亲，守住的是民族底线；也有演员说，这部戏动人的地方，不是传统意义上的英雄叙事，而是市井小人物也有挣扎和坚守。这个说法很贴近这部戏的气质。观众被打动，往往是因为看见普通人在乱世里如何选择，又怎么扛住。

这也是《祖传秘方》没有被时间磨去光彩的地方。在戏里，奉天北市场不是一个热闹背景，医馆里的

规矩、街面上的人情、东北话里的硬气，都和人物命运绑在一起。那张秘方如果只是一件道具，戏就轻了；可它连着一家医馆的名声，连着乱世里人还能不能守住底线。卜振堂的难处，不是简单的“交不交方子”，而是在亲情、人情和大义之间，被一步步逼到墙角。戏有了这种劲儿，观众才坐得住又看得进去。

现在有些传统题材作品，一遇到“年轻观众”四个字，就先慌了。怕人家不爱看，赶紧加流行梗；怕节奏慢，赶紧堆热闹；怕话题不够，赶紧换包装。改来改去，作品好像是年轻了一点儿，可人物轻了，故事虚了，整部作品的感染力也就弱了。

年轻人真的不爱老戏吗？不一定。很多时候，他们不喜欢被哄着看，被解释着感动。一个故事有没有真东西，一个人物是不是有血肉，一句台词是从人物嘴里说出来的，还是硬挤出来的，观众并不傻。他们需要的不是被降格迎合，而是真实、有质感、经得起琢磨的表达。

《祖传秘方》的“秘方”，大概就在这里。它没有急着把自己改成更轻、更潮、更好入口的样子，它还在那间医馆里，还在奉天北市场的烟火气里，还在东北话一出口就带出的脾气里。它的老味道不是拿来展示的，而是从人物身上、从故事缝里透出来的。观众记住的，可能是一句带劲的东北话，也可能是卜振堂那一刻的难处和决绝。能留下来的戏，靠的就是这些具体的人物、感情和味道。

要堵“入口”更要建“出口”

沈晓轩

电动自行车“进楼入户”屡禁不止，根源往往在于服务缺位。大连海青街街道的经验表明：与其硬堵，不如先解决好“去哪充、便宜充、方便充”等合理诉求。基层治理，不能把“堵上了门”当成“解决了事”，当合理诉求有了出口，治理成效自然水到渠成。

过去，很多地方搞电动车治理，往往掉进越禁越乱的死循环，今天贴通知，明天查楼道，后天装充电“等问题，也着实令很多人头疼。

最近大连金普新区海青街街道的一套操作，让人眼前一亮。据《半岛晨报》报道，该街道一边推动

物业给188部电梯装上智能识别阻车系统，电动车一进梯即能语音提醒、自动停运；一边科学选址、新建改建标准化充电桩，一口气建成414个带过载保护和消防设施的充电桩，不仅执行惠民电价，还能扫码充电、充满自停。电动车上楼难题得到有效破解，辖区居民的安全感也大幅提升。

过去，很多地方搞电动车治理，往往掉进越禁越乱的死循环，今天贴通知，明天查楼道，后天装充电“等问题，也着实令很多人头疼。

最近大连金普新区海青街街道的一套操作，让人眼前一亮。据《半岛晨报》报道，该街道一边推动

端口价格偏高，充一次电比坐一趟公交还贵，老百姓自然要算这笔经济账。

海青街街道恰恰摸准了老百姓的痛点与需要，先把“去哪充”“便宜充”“方便充”这三个急难愁盼的事儿打实解决了，电动车不上楼成为居民的安全共识，自然就水到渠成了。这不是严堵的成功，而是供给的胜利，因为所有屡禁不止的治理顽疾，背后往往藏着未被满足的合理诉求。

对问题，不仅要堵住“入口”，更要给个“出口”。一说到“管”，从来都不应只是堵上、关上、封上之后就可以扬长而去了。基层治理涉及千家万户的烟火日常，面对的

生活中，电动自行车带给人很大便利，但“进楼入户”“飞线充电”等问题，也着实令很多人头疼。

最近大连金普新区海青街街道的一套操作，让人眼前一亮。据《半岛晨报》报道，该街道一边推动

过去，很多地方搞电动车治理，往往掉进越禁越乱的死循环，今天贴通知，明天查楼道，后天装充电“等问题，也着实令很多人头疼。

最近大连金普新区海青街街道的一套操作，让人眼前一亮。据《半岛晨报》报道，该街道一边推动

热评

你被手机套餐「杀熟」了吗？

胡潇文

天下苦手机套餐“杀熟”套路久矣！权威媒体引用了一位投诉人的留言：“用了快20年的号，每个月交159块钱，流量80G；朋友39块钱的套餐，补贴拿着，流量110G。想要换套餐，跟客服磨了无数次，就是不给办。最后说了句‘那我携号转网算了’，折扣立马来了。”这个“诉苦”的背后，站着太多的人。

运营商手中的大数据，原来是用来“杀熟”的。又有多少人想问“大数据”，我和你都不熟，何故“杀”我？

套餐里的坑，比流量还多。很多高性价比的套餐，要么被运营商刻意隐藏，要么设置了特定的身份、年龄才能

办理。普通消费者即便费尽心思，也难以享受同等优惠，选个实惠套餐堪比“闯关卡”。当你还是手机套餐的“新人”时，各种优惠、福利不断，可一旦绑定了套餐，成了老用户，马上就能体验一把“只见新人笑，不见旧人哭”的待遇。想与“新人”同权，换更低资费、更优内容的套餐？想携号转网？平台以各类严丝合缝的术语、套路应对。老客户深感被“背刺”，向监管部门投诉“吓唬一下”，才能争取到与新人同权的优惠待遇。

套餐变套路，是运营商之间的“内卷”，守住存量规模成了最大的命题。但“拉新”不能“踩旧”。同时，消费者权益保护法要求，消费者可以享受公平的交易权利。不能因为资格“老”，入网早、使用时间长，就被排除在优惠套餐之外。

套餐变套路，是运营商之间的“内卷”，守住存量规模成了最大的命题。但“拉新”不能“踩旧”。同时，消费者权益保护法要求，消费者可以享受公平的交易权利。不能因为资格“老”，入网早、使用时间长，就被排除在优惠套餐之外。

消费者是怎样被套路的？答案很直接，增加用户转网或改套餐的环节与成本，让“逃跑”成本增高。电话号码与生活深度绑定，解绑麻烦……一套“无缝”衔接的招数后，换号等于“换命”，消费者成了被收割的冤大头。

“杀熟”成本低，运营商自然有恃无恐。说白了，背后还是运营商对资源的垄断导致的傲慢，表面上在“深情挽留”，骨子里还是“割韭菜思维”，“真金白银”进库，哪管谁和谁“熟不熟”。

长久不变的手机号是“社交货币”，是靠谱和实在的代名词。利用信息的不对称给消费者挖坑，辜负了老顾客信任，不折不扣是一种短视行为。

设置层层给人添堵的关卡，试图把用户“捆绑”在高价套餐里，也许保住了眼前的利益，却在透支消费者的信任。信任这东西，不能靠“故弄玄虚”，它建立起来需要长久的感情基础，毁掉却如水流沙。当吐槽在增量，一个充满怨气的流量池，如何养得出发展的“常青藤”？这世上，又哪有“焊得死”的铁杆用户？

真正以客户为中心，不是把客户当成“韭菜”，一茬一茬地割；而是把用户当成一棵树、一朵花，精心呵护，浇灌雨露，少一些套路，多一些真诚，提高消费信息的透明度。

守住信任，积极破除行业乱象，消费者才能更长情。



一杯奶茶

漫画作者 王晨同



早市出圈，不能只靠邻里默契

孙依白



早市上“两根油条21元”的风波，表面是价格纠纷，实则是游客的认知与售卖习惯的“信息错位”。当早市从熟人市场变为旅游地标，烟火气里也要有看得见、听得懂、问得到的服务细节。消费体验透明可感，才能长久留客。

这几天，一地早市上“两根油条21元”的短视频引发热议。游客冲着“经济实惠、量大管饱”而来，却在购买时发现两根油条价格偏高，事件很快在网上发酵。随着更多信息披露，争议的焦点逐渐清晰：这家油条并非普通按根售卖的小油条，而是分量较大的特色油条，采用按斤称重方式计价。也就是说，问题不在于价格，而在于外地游客对“油条”的日常认知，和本地摊位的售卖习惯之间出现了信息错位。

这个错位值得琢磨。对熟客来说，哪家卖什么、怎样称重、价格大

概多少，早就心里有数。早市原本就是本地生活的一部分，许多交易不需要复杂说明，而依赖长期形成的默契。摊主和老顾客彼此熟悉，规则藏在日常经验里，买卖也能顺畅运转。

可早市一旦出圈，消费习惯就变了。外地游客很多没有这些经验，也不掌握本地语境。游客看到的是“早市”“油条”“实惠”这些标签，心里自然会有自己的预期。若现场信息不够清楚，哪怕商家没有宰客，游客也可能产生“是不是被坑了”的疑虑。争议由此产生，未必是恶意碰撞，更多是熟人市场进入陌生人消费场景后的不适应。

这正是市井文旅出圈后要面对的新课题。早市最动人的地方，是它保留了本地生活的烟火气。但当一个早市从街坊日常变成游客打卡地，它出售的就不仅是早点和小吃，也是一座城市的消费体验。游客买到的不只是两根油条，也是在判断这座城市是否实在、友好、让人放心。

所以，早市出圈后，不能只靠邻里之间默契继续运转。便宜很重

要，量大也很重要，但陌生游客更需要的是确定性：价格怎么算，分量需不需要复杂说明，而依赖长期形成的默契。摊主和老顾客彼此熟悉，规则藏在日常经验里，买卖也能顺畅运转。

可早市一旦出圈，消费习惯就变了。外地游客很多没有这些经验，也不掌握本地语境。游客看到的是“早市”“油条”“实惠”这些标签，心里自然会有自己的预期。若现场信息不够清楚，哪怕商家没有宰客，游客也可能产生“是不是被坑了”的疑虑。争议由此产生，未必是恶意碰撞，更多是熟人市场进入陌生人消费场景后的不适应。

真正困难之处，也在这里。早市不能过度景区化，不能一规范就失去原本的松弛和热闹，更不能停留在“本地人才懂”的熟人市场状态。它需要的是低成本、轻量化的服务升级。比如特殊规格的商品说清楚，称重计价单位标明白，游客容易误解的地方多一句提醒。市场管理也不必事事大动干戈，关键是在容易发生误会的环节，把信息补全，把解释做在前面。

烟火气不是糊涂账。越是有人情味的地方，越要让消费体验清清楚楚。本地老规矩可以保留，但当它面对越来越多外地游客时，也要变成看得见、听得懂、问得到的服务细节。早市要从一时出圈走向长久留客，靠的不只是一腔热情，更要靠这些看似不起眼的清楚和周到。

教育为桥 让青年从“相识”走向“相通”

董玲



今年是中俄战略合作伙伴关系建立30周年，也是“中俄教育年”启动之年。作为中俄两国首个以教育为主题的国家级年度活动，“中俄教育年”绝非单纯的人文交流活动，而是两国新时代全面战略合作伙伴关系的深度延伸与内涵升级。

中俄教育合作是双方战略合作的重要维度。过去我们谈中俄合作，视线多停留在经贸、能源、外交等领域。这些层面的合作很重要，但还不够。真正成熟的大国关系，既要有硬核利益的联结，也要有软性价值的认同，而教育

与产教融合的精准对接，两国的知识体系、技术标准、创新生态不断产生交集。这种交集越深入、越紧密，双方在未来科技治理、多边辐射引领上的默契度就越高，“全面战略合作”便有了更多可落地的实质内容。

最牢固的战略合作伙伴关系，扎根在青年一代的深度认知与情感认同里。青年是国家的未来，是世界的未来，也是中俄友好事业的未来，“培养中俄友谊接班人就是

要从青年人抓起”。当前，国际形势动荡不安，国与国之间的坚实关系，不仅需要更高质量的互利合作，还需要更高质量的民心相通。“中俄教育年”的核心价值，便在于以教育合作夯实社会基础和民意基础。教育是国与国之间连接民心、传承友谊的重要桥梁，将教育置于主题年的“前缀”，充分体现了中俄两国对青年在国际竞争、创新发展、人文合作中关键作用的深刻共识。

为迎接“中俄教育年”，在向北开放前沿的辽宁，大连外国语大学举办“以文为桥携手互鉴”中俄文学交流活动，辽宁师范大学启动俄罗斯教育科学院院士工作坊，辽宁大学与俄罗斯科学院以智库合作推动留学规模的不断扩展，到联合实验室的协同攻关，再到职业教育与产教融合的精准对接，两国的知识体系、技术标准、创新生态不断产生交集。这种交集越深入、越紧密，双方在未来科技治理、多边辐射引领上的默契度就越高，“全面战略合作”便有了更多可落地的实质内容。

最牢固的战略合作伙伴关系，扎根在青年一代的深度认知与情感认同里。青年是国家的未来，是世界的未来，也是中俄友好事业的未来，“培养中俄友谊接班人就是



安全容不得“做样子”

事件源起：6月10日，辽望天下微信公众号发布《中央考核巡查组怒斥！人命关天，谁在做样子？》，直指形式主义、官僚主义在安全生产中的严重危害，发布后迅速引发广大网友共鸣。

寿清 安全生产月本该是集中排查隐患的时候，可有些人反而盼着这个月早点儿过去，只求应付检查不出事。这种心态本身就是最大的风险。

小力 每一次弄虚作假，都是在拿别人的命赌自己的侥幸。

杨杨 希望基层管理者能少一点儿纸上谈兵，多去现场走一走，看一看，别等出了事再后悔。

卓琰 安全不能靠运气，而是要靠制度刚性，靠人较真。

做有锐度的思考者



扫码关注“辽望天下”



请扫码投稿