

放歌“东北超”

胡海泉

文化七日谈

胡海泉与足球渊源很深,从小就他就喜欢踢足球;“东北超”开赛之际,他应组委会之邀,作词作曲写下歌颂足球和体育精神的歌曲《You are my hero》。今天,他作为“东北超”的推广大使,在本报发文,让更多人关注“东北超”,为这片热土呐喊助威!

我和足球的渊源很深,从小我就喜欢踢足球。那个时候,我和同

学经常在放学后去北一经街小学、沈阳市第四十八中学、沈阳市第二十中学的操场上一起踢球。这份年少时的热爱,让足球成了我生命中一个重要的组成部分。

小时候为了看球,我常常熬夜甚至整夜都不睡。那时候,如果拥有一双足球鞋,真是神气极了!有一年过生日,爸爸妈妈带我到五爱市场,买了一双早就看好的球鞋,当时心里别提有多高兴了。

到北京以后,最令我难忘和开心的,就是和志同道合的音乐伙伴一起踢球。几乎每周,我们都会在东单附近的一个足球场踢上几场。我在场上的位置是后卫,因为

基本功扎实,我不仅是中国明星足球队的后右卫,还是梦舟足球队的后卫。

这些年,我参加过很多公益足球比赛。有一次,中国明星足球队在沈阳五里河体育场组织了一场重要比赛,我为此放下手头的工作,特意飞回沈阳参赛。在香港回归祖国10周年的重要时刻,我跟随梦舟足球队去了香港,和香港明星足球队进行了一场对抗赛。看台上的欢呼助威声此起彼伏,气氛热烈极了。

这次“东北超”开赛,应组委会之邀,我作词作曲写下一首《You are my hero》,以此歌颂足球,歌颂

体育精神。

5月23日,在能容纳4万人的沈阳铁西体育场,我演唱了这首专门为“东北超”沈阳区开幕式创作的歌曲。当我站在绿茵场上,望着看台上翻涌的人浪,听到家乡球迷海啸般的欢呼声,我感到现场的空气都被点燃了。

这让我既兴奋又深感责任重大。作为这首加油曲的作者和“东北超”推广大使,能用自己的能力,为家乡做一些力所能及的事,为推广“东北超”尽一分力,让更多人关注“东北超”,我感到十分骄傲。

绿茵场上,我手持麦克风,双手高举合掌打拍,演唱了那首大家耳

熟能详的《奔跑》。看台上数以万计的球迷朋友随着音乐节拍,和我一起高声合唱。灯光璀璨、音乐激昂,人潮涌动、热浪滚滚……一下子把现场的气氛推向了高潮。

当晚,我还和同样是沈阳老乡的歌手张玮,主持人杜海涛,著名篮球运动员郭艾伦,辽宁足坛名宿、前国足队员肇俊哲一起演唱了“东北超”赛事官方主题曲,也是沈阳赛区开幕式的主题歌《东北雄风》。

“大东北,风浩荡。绿茵场,贼敞亮。龙腾虎跃,呐喊震天响,兄弟并肩,你攻我来防。看一看,东北浪。吼一吼,往前闯。风里雨

里,大家一起扛……”

当东北方言与白山黑水的壮阔意象融为一体,当热血摇滚与东北民间音乐元素合二为一,东北人的爽朗、刚毅、坚韧跃然而出。现场如同一个充满激情与梦想的熔炉,每个角落都弥漫着滚烫的赤诚,让人感受到一种难以言喻的激动与期待。

演出结束,我因为后续工作不得不紧急赶往桃仙机场,没能看到沈阳队和鸡西队的比赛。对我来说,这真是一个莫大的遗憾。

当飞机飞行在沈阳上空,回想起铁西体育场宏大热烈的现场画面,一幕幕如在眼前……

热评

『反杀熟』不能只靠哭穷

王刚 有些时候,“哭穷”也是生产力。过去几周,几个大型社交平台“反杀熟”攻略被热捧,评论区里集体研究如何通过“反向驯化”去干扰大数据,有的去“哭穷”,有的伪装成新用户,意图给算法一个误判,主要目的就是为了省钱。

这种攻略好使不好使不知道,但无疑意味着“大冤种”们开始醒来了。

这种醒,可不是“自然醒”,是“惊醒”。当人们意识到“大数据杀熟”这个概念的时候,事实上是已经“中招”了。就像通信套餐算计我们的时候,我们起码要表现得自己“很穷”,实在不给优惠,“携号转网”去诀别,走人!

面对“同网不同权”,有网友吐槽,新用户像是亲儿子,老用户倒像是充话费送的。他们就像套牢的股票,被拿捏,被认定无法轻易“割肉止损”。可怕的是,因循这一逻辑,新用户也大可不必沾沾自喜,你迟早也会成为老用户,新一茬“韭菜”成熟时,等待你的很可能是只升不降的套餐。

一些老用户纷纷在网上祭出“反杀”绝招,比如有人花8元办个套餐保住老号,只用来接打电话和收验证码,另外再花二三十元办了流量卡专门上网。套餐看人下菜碟,逼得用户只能是“游击战”了。

好消息是,监管部门已经开始“上手”了。运营商的种种做法已引起了监管部门的注意,今年春季,湖北省通信管理局开出了20万元的罚单,原因是“以不在网期限限制和违约责任的协议阻碍用户携号转网”。还有重庆市通信管理局专门开会,主题直指“电信市场合规与服务提升”,从源头规范资费行为。

从“杀熟”到监管“反杀”有个过程,不会一蹴而就,在这个过程完成之前,运营商不妨审视自身商业道德并反躬自问:大树长得高,是因为根子扎得深,而老用户就是扎得最深的那些根,不悉心护根,树还能挺多久?

很明显,靠攻略去迎战“杀熟”,顶多解决“一点一线”的问题,消费者手中的筹码还很可怜,解决不了“一面”的问题。算法本身不是坏东西,它只是一种工具,其使用方向决定善恶。只有让法规“长出牙齿”,督促企业平台主动自觉、优化调整,让算法技术始终在规范化、法治化轨道内高效运行,这是人民群众的普遍期待。

画里有话

成长的烦恼

漫画作者 张 威



“考后三件套”，别被套住

胡海林

山海经

高考落幕,“后高考经济”随之火热升温。适度消费,是对多年苦读的应有奖赏,但若被商家营销和攀比心态裹挟,演变为盲目狂欢与过度支出,便背离了初衷。高考后的消费,是一堂珍贵的成长课,学会在欲望面前清醒选择,才是真正的成熟。

高考落下帷幕,关于高考的话题却远未结束。

聚会、健身、旅游、购买“考后三件套”电子产品……塞满十几载,一朝“得闲”之后,1200多万考生开始释放压力,一场火热的“后高考经济”消费浪潮开始奔涌。

高考结束,适度消费有其积极意义,且这种意义远不止于“花钱买快乐”。

高中三年,学子们长期处于高压备考状态,娱乐、消费、社交需求被全面压制,生活被试题和考试填满,个人兴趣爱好被压缩到极致。考试结束

后,用一次旅行放松身心,用一部新手机开启大学生活,用几场聚餐告别青春——这是对多年苦读的自我奖赏,也是一种必要的情绪释放。从这个角度看,消费,承载着仪式感与过渡意义,帮助年轻人完成从高中到大学、从少年到成年人的心理转换。合理范围内的消费,是对身心健康的必要投资,而非挥霍。

然而,当“狂欢”演变为“攀比”,“消费”异化为“过度消费”,便是一个值得深思的问题了。

高考后的消费狂欢不乏非理性消费的推手。商家精准捕捉考生心理,以“青春纪念”“大学标配”“准考证专属优惠”等为噱头制造消费焦虑,将普通电子产品、服饰、旅行等包装成“入学必需品”,诱导学生冲动下单。聚餐从简餐变为高档餐厅的“豪华谢师宴”,美容整形、购买奢侈品等也成为部分高考生的“标配”。更值得警惕的是,社交平台的攀比氛围,让消费逐渐沦为同龄人身份比拼的工具,出现“别人有我也要有”“不买就亏了”等扭曲的消费观,大大偏离了犒劳自我的初衷。

多数考生尚未经济独立,消费资金全部来自家庭积蓄,不少家庭为了

孩子的高中教育已经投入巨大,高考后的“狂欢式支出”对于普通家庭而言,是不小的负担。当孩子理直气壮地索要最新款手机时,是否想过父母在烈日下的奔波与不易?理性消费,不仅是财务管理的能力,更是一份体谅父母的责任感。

考后消费的理性重塑,需要家长、青年、社会三方协同。首先是家长要转变角色,从无条件满足的“输血者”变为引导规划的“训练者”,和孩子共同研究制定消费预算,区分刚需消费与欲望消费,教会孩子量力而为。其次是青年学子要主动破局,摒弃“考完即放纵”的短视心态,把漫长暑假当作财商训练场,树立“性价比优先、成长性为重”的消费观。平台与商家应多推出贴合学生成长的优质产品与服务,引导正向消费风尚,而非刻意制造焦虑、收割青年流量;监管部门则需重拳整治市场乱象,严查虚假优惠、隐性消费、低价陷阱等问题。

高考后可以犒劳自己,但不必狂欢无度。理性消费不是吝啬,而是一种成熟的人生态度。学会在欲望面前保持清醒,对高考学子来说,也是珍贵的成长礼物。

聊

政 / 事 / 儿

柔性执法和“和稀泥”是两码事

黄 岩

前两天,上海街头晚高峰的斑马线上,上演了一堂自带流量的“法治公开课”。一段执法短视频刷屏:面对未按规定礼让行人的司机,交警始终语气平和、法理清晰,却在对方吵嚷“你这样罚我肯定不认”甚至拍摄警号以施压时,仍以一句“我不需要你认”硬核回应,彰显了法治应有的姿态,评论区毫不吝啬地为交警叫好。

是非曲直一看便知:民警依法开出罚单,司机非但不认错,反而刻意纠缠讨要“说法”。民警没有被对方情绪裹挟,也没有因抵触而放宽罚款,而是冷静“摊开”法条:斑马线是行人的“安全岛”,路权天然优先;堵车再严重,也不是漠视生命的理由。这份“刚柔并济”,确实值得点赞。

有人或许会问:“至于这么较真吗?”现在提倡柔性执法,难道不应该“软一点”“让一让”?这起鲜活的执法案例,恰好纠正了对柔性执法的这种认知误区。

全面推行包容审慎的柔性执法模式,意在摒弃“一罚了之”的粗放,注重教育引导、源头纠偏。但在落地过程中,不少地方和群众却产生误读,将柔性执法视为“宽松执法”,甚至觉得可以

模糊边界、折中了事。

同样,加强和规范行政执法工作,促进严格规范公正文明执法,正是为了防止这两种极端倾向:一是“硬邦邦”,将执法变成“我说了算”,二是“软塌塌”,把“柔性”异化为“和稀泥”。真正的柔性,是法理讲透、温度到位,决非责任稀释、是非模糊。关键时刻,必须“较真”。

“法理讲透”“温度到位”,不是“罚少点”“算了吧”,更不能“各打五十大板”。试想,如果执法总是习惯“和稀泥”,结果会怎样?司机会觉得“不让行也没事”,下次更敢抢行;行人会觉得“反正我弱势”,照样乱穿马路。当违法成本在一次次“打折”中被稀释,守法者的安全感便会持续流失,法律的权威也会在一次次妥协中被消解。

所有领域都一样,每一次基层执法,都是一次面对面、接地气的法治宣讲。要会说“请配合”,更要会讲“为什么”,基层治理的路上,我们需要更多这样的执法者,把逻辑链条亮出来,把责任归属说清楚。有理有据,才能让当事人认清过错、敬畏规则,也能让围观者听懂法理、明晰底线,不白“看热闹”。

世界足球盛宴处处有“中国”

卢立业

五里河谈笑

2026 美加墨世界杯的战幕今日拉开。中国男足再度无缘四年一度的世界足球盛宴,令亿万国内球迷难免唏嘘。但打开电视转播,你会发现另外一番景象——看台上是义乌生产的周边产品,广告牌上滚动着中国赞助企业的 LOGO,赛场上奔跑的是来自中国的裁判员……“世界杯”中国元素含量之高,已是不争的事实。

这种存在感并非一日之功。早在 1994 年美国世界杯,中国企业就靠代加工纪念品初涉赛场,彼时不过是大赛经济的“边缘点缀”。30 多年过去,中国元素早已从单一的小商品输出,升级为对赛事全链条的深度嵌入:完备产业链包揽全球约七成赛事周边商品,AI 技术直接服务于赛事科技与数字基础设施。从“世界超市”低价量产到“技术底座”品质智造,这条上升的曲线,恰是中国制造业由大向强、中国企业由跟随到引领的生动缩影。

如果说优质制造是基础支撑,那么中国品牌“组团”亮相,则彰显了中国开放发展新底气。在“世界杯”球场这一全球顶流传播平台上,中国企业占据“C 位”:蒙牛、万达、海信、联想跻身赛事顶级官方赞助商,妙可蓝多、五粮液等企业也以品

类合作伙伴的身份亮相。从早期的单纯输出产品,到如今主动塑造品牌形象,中国企业正以更加自信、成熟的态度融入全球市场。它们向世界传递的不仅是商业符号,更是中国企业转型升级、深度参与全球经济的自信与担当。

更为引人瞩目的,是中国科技正以“硬核”姿态创造新场景,升级新体验。从增强裁判视觉画面、规避判罚争议的智能视觉系统,到还原球员奔跑动作的 3D 数字建模;从横跨美、加、墨三国联动调度的跨国智能指挥中心,到覆盖全部 48 支参赛球队的 AI 智能战术分析平台,中国前沿技术全面嵌入赛事运转的各个环节,用成熟可靠的“中国方案”,为全球体育赛事数字化转型赋能注入新的澎湃动能。

缺席赛场,但却从不缺席时代。“中国制造”由一件件周边产品成长为全球全产业链的重要一环。“世界杯”舞台上愈发亮眼的中国元素,从来不是偶然的流量加持,而是中国对外开放持续提升、创新活力持续激发、共享发展持续扩容的真实轨迹。这些耀眼的中国元素不仅是一场足球盛宴的见证,更是中国与世界的双向奔赴。

未来“世界杯”的故事里,中国元素只会更多、更浓,而中国足球再次登场的那一幕,也值得更多期许。

做有锐度的思考者



扫码关注
“辽望观天下”



请扫码投稿