



流量时代 踏实永远是真正的底气

王研



站上领奖台，杨紫的一番话戳中了无数普通人：“人生没有白走的路，每一步都算数。我以前很不自信，总觉得自己差一点，幸运离我很远。但这座奖杯告诉我，有梦想又努力的人，终会走到想去的远方。我想告诉平凡且有梦想的人，坚持初心、不惧眼光，终能抵达彼岸。”这番感言，早已超越演员个人的获奖感悟，成为对当下所有奋斗者温柔的鼓励。

不只娱乐圈，许多行业都充斥急切功利的焦虑。太多人渴望速成、畏惧深耕，害怕付出没有回报，担心坚持无人看见。大家追逐短期利益、追捧流量捷径，渐渐丢了踏实专注的初心。可杨紫用亲身经历证明：所有光鲜的登顶，都源于长久的蛰伏；所有实至名归的荣耀，都来自日积月累的沉淀。

流量从来不是原罪。为什么很多人手握流量却守不住？因为流量本质上是一台“放大器”——它放大的既有光芒，也有短板。若没有扎实的功底托底，热度越高，暴露的缺陷反而越刺眼；而杨紫的可贵之处，恰恰在于她用20年的踏实积累，把短板一一补齐，让流量真正放大了自己的实力，而非虚浮的人设。真正的强者，懂得驾驭流量，而非被流量消耗。把公众的关注转化为精进自我的动力，把外界的掌声化作脚踏实地的底气——这才是流量真正的价值。

时代从不辜负踏实者，市场终将认可硬实力。从来没有偶然的登顶，只有必然的深耕。杨紫的故事告诉我们，无论身处哪个行业、何种境遇，守住初心、默默耕耘，所有平凡的坚持，终会开出不凡的花。祝福杨紫，也祝福所有努力向上的人。

白玉兰奖尘埃落定，杨紫成为颁奖史上首位90后最佳女主角。从数次提名陪跑，到如今稳稳登顶，消息刷屏之后，收获的是清一色的祝福与认可。大众之所以由衷为她高兴，早已不只是因为她获奖了，更是肯定一种久远的坚守——在流量为王的时代，踏实耕耘，终不会被辜负。

很多人迷信流量、追逐速成、热衷热度，仿佛曝光即实力，数据即底气。于是，不少年轻影视从业者沉迷速成、扎堆话题、追逐热度，久而久之，行业里生出一种刻板偏见：流量演员约等于无演技，高热度基本上不专业。流量，几乎成了浮躁与快餐的代名词。

杨紫的逆袭，恰恰打破了这个成见，也为当下的时代提供了一份珍贵的正向样本。

童星出道，自带国民滤镜；常年霸屏，手握顶级流量。她拥有多数演员梦寐以求的关注度，却始终选择一条更踏实的路：扎根剧组、打磨作品、迭代演技。她并不排斥流量，却也不依赖流量；坦然接受热度带来的机遇，但从不被流量裹挟。当许多同类演员吃老本、守舒适区时，她主动剥离偶像光环，跳出偶像剧框架，转向现实主义题材，用一部部作品完成自我突破。

从流量小花到被主流奖项权威认可的实力派，20年演艺路，跌跌撞撞，从未停歇。面对质疑，她不炒作、不白；身处低谷，她不浮躁、不放弃。正是这份纯粹的坚守，让她在《生命树》中彻底蜕变，以质朴、克制而富有力量感的表演征服了观众与评委，最终实至名归。

从毕业寄语中读出家国情怀

赵静

毕业离别，难免有惆怅，但满屏的寄语，沉甸甸而深厚，让我们看见了信任、嘱托和期盼。

6月的校园，总是被一种特别的情绪包裹着。

毕业典礼的背景墙上，梧桐树间的横幅上、图书馆前的长廊上，一句句专属2026届毕业生的寄语，写满前程似锦的祝福与期许，沉向而深厚。

你看，南京大学一句“从南大出发，向祖国报到”，将毕业离校化作一场奔赴使命的坚定出发。杭州电子科技大学的“国家大事，千万尽

力”，朴实话语尽显赤诚。中国科学院大学的“做国家最需要的科研，创世界未见过的技术”，彰显当仁不让的豪迈与担当。天津大学更是以“祖国的需要就是我的志愿”作别，字字千钧。每一句，都让人热血沸腾、热泪盈眶。

仔细读，你会发现，每一句寄语背后都站着一辈人，连着家和国。他们在用最深沉的牵挂与期许，送别自己的孩子。

正如东北大学毕业典礼最后那感人的一幕，全体教师起立，微笑着挥手，目送学子一个个走出会场。看着羽翼丰满的雏鹰展翅翱翔，那份不舍和骄傲，全在挥手里。

毕业离别，难免有惆怅，但满屏的寄语、深情的目送，更让我们看见了信任、嘱托和期盼，以及青年的坚定、自信与担当。

寒窗数载，伏案耕耘，求学的汗水不会辜负负路人。有师长期许，有挚友相伴，有志同道合者同行，追梦之路，从不孤单。

褪去学生身份，奔赴人生新程。有人志愿去西部，有人扎根乡村，有人走进实验室，大多数人会步入平凡岗位，说不上多显眼，却实实在在被需要。这些选择，未必都轰轰烈烈，但每一个都踏实，因

为我们知道，只要能把个人价值融入家国发展，都会是一件幸福的事。

也许有人会记得，“服务家国”是宏大遥远的叙事，其实，家国担当从来都藏在点滴之中，它是立足本业的踏实坚守，是日复一日的认真耕耘，是做好每一件小事，扛起每一份责任。所以，不必畏惧风雨，也不必急于求成，只要心怀向前，终会拔节生长、成为栋梁。

正如华中科技大学的寄语“你我向上，家国向前”，奋斗是这个时代最美的样子。愿每一位奔赴山海的毕业生，不负期许，不负韶华。

热评

入学就入学，凭啥查家底

最近，两则招生通知引发家长“不遑”。某地一所小学将“近三个月工资流水单”列入积分入学评价表，且明确要求工资流水应为银行对账单或企业主微信、支付宝等转账记录；另一地一所公办幼儿园则要求家长提供工资流水，必要时还需提供个体工商户经营流水，在本地购房家庭甚至要上传物业费、水电费缴费凭证。

消息一出，舆论哗然，当地教育主管部门马上出来认错。认错归认错，需要思考的是，几张表格、几项材料，为何引发如此大的反感？

工资流水、经营流水、物业费、水电费，这些信息当然能反映一些情况。但问题在于：它们与孩子接受义务教育有什么关系？证明就业，有劳动合同；证明经营，有营业执照；证明居住，有房产证、居住证。既然已有相应依据，为何还要层层加码？这也让很多家长担心，孩子还没入学，大人倒先被“摸底”了。

比起多交几份材料，更让人不安的是：学校收集这些信息，到底为了什么？

家长的顾虑从来不只是隐私泄露。他们担心的是，查完家底之后，家境一般的孩子会不会被另眼相看；收入不够稳定的家庭会不会天然处于劣势；那些拿不出漂亮流水、没有体面职业、缺少社会资源的父母，会不会在无形中被打上标签。

这种担忧并非杞人忧天。近年来，学校、幼儿园过度收集家长信息“打明牌”的事件时有发生。深圳曾有幼儿园调查孩子家庭的房屋户型；山西忻州长征小学西校区的家校联系卡，要求填写“家长擅长的项目或可提供的社会资源”；四川某小学面试时，要求家长携带学历证书……类似事件层出不穷。

看似常规的信息收集，实则一次次触碰着公众敏感的神经。谁都不希望，孩子还没进校门，就先被一张“家庭画像”划分了三六九等。

一些学校究竟是在了解学生，还是在打量家长？

更大的担忧是，一些校（园）方并不满足于正常的招生审核，而是希望通过提前摸底，寻找那些能提供帮助、带来资源的家长。

如果真如此，那就不仅程序出了问题，教育观也出了问题。义务教育首先是一项基本公共服务，而不是一种奖励机制。

教育资源紧张，不能靠几张流水单解决；管理存在难度，也不能靠不断增加材料来转嫁成本。说到底，公共服务最忌讳的，就是把方便留给自己，把麻烦交给群众。

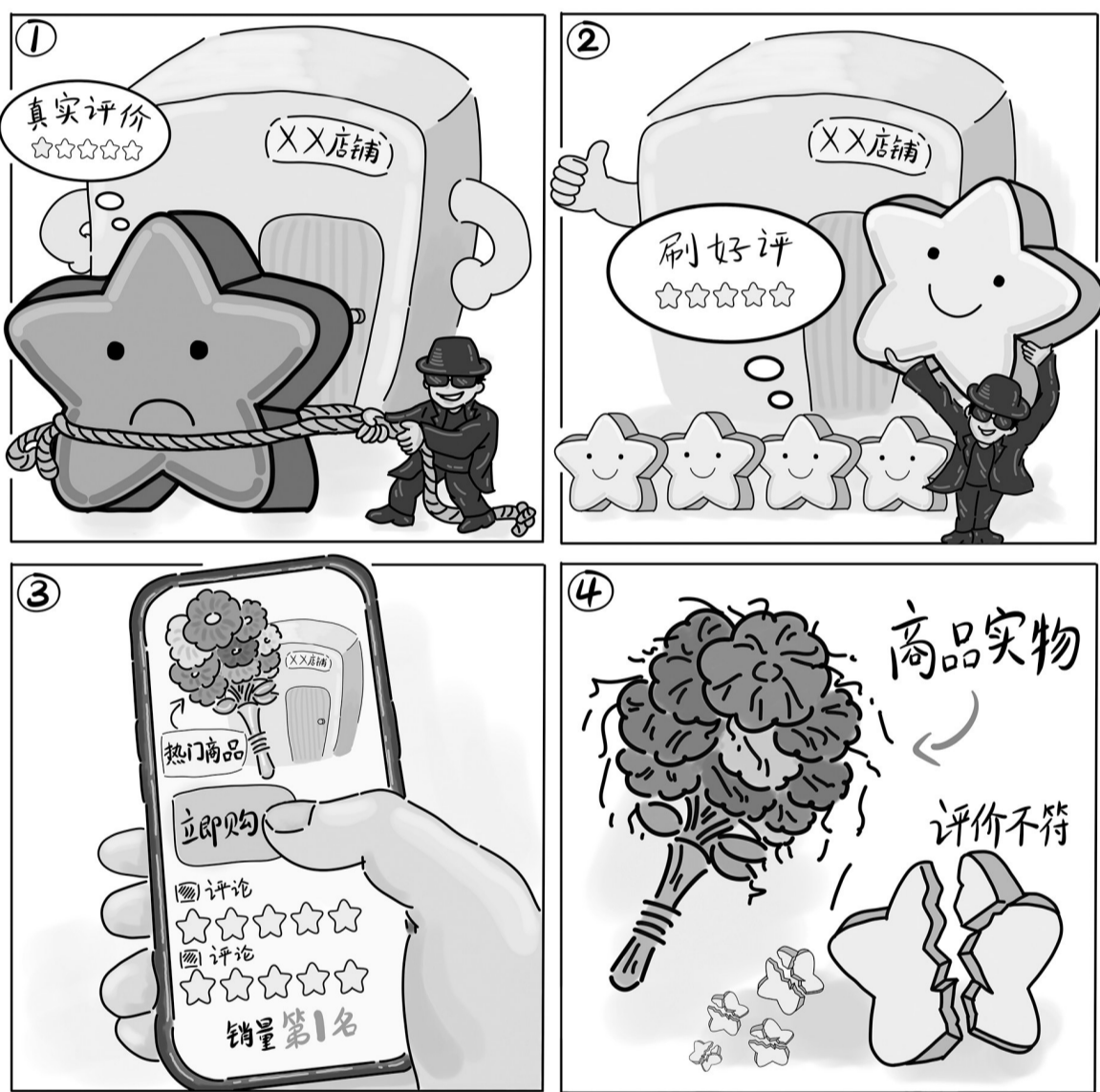
教育部早在2022年就明文规定，严禁采集学生家长职务、收入信息。教育部的规定之下，为何有些学校还是“按捺不住”？

对于学校而言，最应该关注的，是孩子是否符合入学条件，而不是父母收入几何、资源多少；最应该守护的，是教育公平，而不是资源交换。

毕竟，教育的目光应平视每一个孩子，而不是仰头打量他们背后的父母。

买卖不能全靠“演”

漫画作者 沙兴淼



理性看待近期震情刷屏

刘璐



网传的“全球地质异常”“地震频发预警”都是毫无科学依据的不实谣言。抛开情绪干扰，秉持科学心态，才是面对震情的正确打开方式。

近两个月，全球地震频发，相关信息持续刷屏，牵动着大众神经。国内，5月18日广西柳州连发两次5.2级地震，6月16日青海海西州直辖区发生6.3级地震；国外，俄罗斯、印度尼西亚、菲律宾群岛纷纷出现震情，6月25日委内瑞拉与日本更是在短短25分钟内接连发生强震。

密集的震情通报，让不少网友心生焦虑、过度揣测。事实上，阶段性地震活跃只是正常的自然现象，抛开情绪干扰，秉持科学心态，才是面对震情的正确打开方式。

“地震越来越频繁”其实是典型的主观认知偏差，而非客观事实。

辽宁省地震科技创新中心主任王亮依托权威监测数据给出的专业解读，也许会帮助公众拨开这层“看似频繁”的面纱。

从全球震情来看，今年全球7级以上地震共7次，相较于历史半年9次的均值，频次反而略低，整体处于正常波动范围。之所以大家觉得地震密集，核心原因并非地质活动异常，而是关注度的选择性偏差。

近期几次强震均发生在人口密集区域，伴随人员伤亡和社会影响，经过网络传播迅速发酵，被更多人知晓。而今年3月、4月发生在海城、无人区的同等级地震，因未影响人类生活，没有舆论热度，几乎被大众忽略，也就造成了“近期地震扎堆出现”的错觉。

国内震情数据同样打破了恐慌传言。今年全国5级以上地震共13次，低于同期17次的平均水平，整体震情平稳可控，完全符合地质活动常态。最近几次震情引发广泛热议的原因在于特殊性叠加：广西、青海的中强震造成了人员伤亡，且柳

州属于地震弱发区域，打破了当地民众的固有认知，进一步放大了大众的紧张与焦虑。

归根结底，地震是地球释放内部能量的正常地质活动，板块运动本身就存在阶段性起伏波动，有活跃期也有平稳期，属于自然规律。结合专业研判不难看出，无论是全球强震还是国内中强震，今年发生频次均处于正常甚至偏低区间，网传的“全球地质异常”“地震频发预警”，都是毫无科学依据的不实谣言。

面对震情，无谓的焦虑毫无意义，掌握科学避险方法才是最靠谱的做法。与此同时，地震预警技术也为大众安全增添了保障。辽宁省地震局上线的“辽宁地震预警”小程序，可根据当地预估烈度实现分级精准预警，凭借毫秒至数十秒的提前避险窗口，有效规避高空坠物、建筑坍塌等风险，最大程度减少人员伤亡。

朋友们，理性看待震情，拒绝谣言焦虑，学好避险常识，我们才能从容、更冷静地抵御危险，守护自身安全。

世界杯商战，拼IP也拼硬实力

崔东胜



2026美加墨世界杯小组赛刚开打就爆出冷门——瑞幸咖啡“押宝”的西班牙、葡萄牙双双被弱旅逼平，网友立马甩锅给赞助商：“都怪瑞幸冰加太多了”。

玩笑归玩笑，这也印证了一个事实——世界杯的战场从来不只是绿茵场上。瑞幸拿下西班牙、葡萄牙两支球队的中国区赞助权，库迪则坐稳阿根廷队全球赞助商席位，两大国产咖啡品牌早早把商战搬到了世界杯的“外围赛”。

场内拼脚下功夫，场外拼的是注意力。梅西、C罗这对老对手，这届大概率是最后一次同战世界杯，俩人较劲20年，背后球迷阵营也对峙了20年；西班牙18岁新星亚马尔刚刚登顶世界足坛身价榜，精准拿捏新生代球迷。两家品牌把球场对抗搬到了咖啡杯上，玩出了德比战的火药味——“支持哪队就喝哪家咖啡”，球迷的情怀顺势变为门店客流和社交平台热度。

场上胜负90分钟就能见分晓，场外的比拼则更像一场漫长的联赛。同样是押注球队，两家路子完全不同：瑞幸打“防守反击”，稳守本土基本盘，签西葡形成“双保险”；库迪则“全攻全守”，借阿根廷全球赞助商身份瞄准海外市场。这倒不是单纯的策略选择，更多是企业发展的现实考量。

当然，“外围赛”的翻车风险一点不比场内小。押宝的球队要是爆冷早早出局，就像主力被红牌罚下，攒的热度说凉就凉；要是海外市场的本土化运营跟不上，爆着再好的IP也落不了地。更核心的问题是，这类营销始终是“借势”而非“造势”，品牌自身的价值主张没有真正立住。不管是踢球还是做生意，最终拼的仍是硬实力。

世界杯总有闭幕的那天，但品牌之间的较量从来不会吹响终场哨声。能把一时的流量热度沉淀为长期的品牌影响力，才是这场“外围赛”的真正赢家。至少现在来看，中国品牌已经在全球体育商业的版图上，踢进了颇具分量的一粒球。

招生先摸家底，你怎么看？

事件源起：6月27日，“辽望观天下”发布文章《新生入学先查家长工资流水，这是什么教育观？》，引发网友热议。

干饭团子唐 查家长流水触碰隐私，也容易给人留下“嫌贫爱富”的口实，不妥。

异才 材料能简就简，非要搞复杂了。有的学校还登记过家长的车牌号，学校不累，家长还担心被区别对待，何必呢。

做有锐度的思考者



扫码关注
“辽望观天下”



请扫码投稿