

不仅仅是一场狂欢

肖复兴

无奈和未泯的激情与渴望。那不是赛场内外旗帜的猎猎飘扬和商业的红火火所能一言以蔽之的。

所有球迷都清楚，中国足球的残酷现实是，我们缺乏自己发展的根基，这不是请几个外国教练来就能立刻奏效的，也不是一代球员努力就能立竿见影的。

也正因此，我这样认为，“东北超”才有了区别于别处“城超”的意义所在。我一直觉得，东北人，尤其是辽宁人，对辽宁人，对中国足球的认知理解和投入的感情更为深切。所以，我们才会看到东北人对“东北超”超乎寻常的热情。

作为球迷，每个人心里都有属于自己的足球。这个足球，有时候可以大声嚷嚷出来，与别人分享；有时候却只能独自一个人嚼碎了细细品

尝。球迷有各自喜欢的球队和球员，为其异地奔波，摇旗呐喊。尽管“东北超”比赛的同时，世界杯在墨西哥三国盛装上演，但我相信，在“东北超”的赛场上，球迷暂时会把那些世界级球星的位置，让给“东北超”这些还未成名的本地球员。如今的球迷，不再“看别人家娶媳妇自己放鞭炮”去凑热闹，而是关心自己家“孩子”的成长，能不能早点儿盛装隆重地“嫁出去”。

这些年来，世界杯的赛场上，马拉多纳、贝利、贝肯鲍尔、小贝、齐达内和小罗、C罗，还有梅西、罗本、内马尔……走马换将，眼花缭乱，出现一代代的球星，从中可以泾渭分明地区分出几代球迷来。但是，我相信，“东北超”的球迷，在面向这一届世界杯的时候，已经和他们前辈球迷的心态与心情有所不同。因为他们同时

面对正在如火如荼进行的“东北超”。远水解不了近渴，世界杯赛场上的毕竟是人家的球星，“东北超”的球迷更在乎的是自己的球星横空出世。我不敢说，这是所有“东北超”球迷的心中所愿，但我想一定是很多球迷的梦想，是他们在观看“东北超”比赛狂呼呐喊时的画外音和潜台词。在“东北超”的赛场上，球迷是主角。

当然，我知道球迷是多种多样的。不少球迷就是来“东北超”赛场看热闹、图痛快、宣泄一番的，心里并不会翻腾起许多的多愁善感。这很正常，奥林匹克运动比赛中的“比赛”，英文是game，意思就是游戏。球迷这种观看比赛的游戏心理，没有任何对错。正是有了这样的心理，才会有更多人参与到比赛中；“东北超”才有了广泛的群众基础，才会众人拾柴火焰高，越来越热闹、火爆。

不怕任务重就怕要求空

张晓丽



近来，看到网上有位基层干部谈起工作中的困惑：上级布置任务，要求“活动有氛围”“报告有分量”，但氛围如何营造、分量怎样体现，往往缺少明确的参照。基层同志认真准备，交出的成果却时常与预期存在差距，反复调整之间，大家都感到有些吃力。这种情形，与那个流传已久的“五彩斑斓的黑”颇有几分相似，要求是对的，却让人无从把握。

究其根源，问题不在任务本身，而在究竟如何下达任务。一个普遍却容易被忽视的原因是：我们习惯用概括性、原则性的语言描绘目标，却少了将大概念“翻译”成具体步骤的关键环节。所谓“大气”“扎实”，落到纸上仍是形容词；所谓“氛围”“分量”，全凭主观感受裁决。任务下达者心中若只有模糊轮廓，传递到基层便难免笼统含混。更有甚者，将这种笼统误认为“留有余地”或“给足空间”，殊不知，没有清晰坐标的空间，只会让执行者处处茫然，汗水流了不少，却总打不中靶心。

以其昏昏，很难使人昭昭。布置一项任务，若自身都没想清楚“做成什么样算好”“走哪条路能到达”，又怎能指望执行者“心领神会”、一步到位？任务是具体的，表述是模糊的，要求是空洞的，反映的是对思考工作任务的浅尝辄止。基层的困惑很多也由此而生。

据此，一位基层同志的话发人深省：不怕任务重，就怕要求空。任务重，多流汗水总能完成；要求空，却让人有力无处使。让实干者的汗水滴在实实在在的土壤里，而不是消弭在“五彩斑斓”的迷雾中。这需要从每一次任务部署做起：自己先想清楚、弄明白，再把目标“翻译”成具体坐标，让执行者一目了然、精准发力。

实际上，工作要求是否具体，本质上折射着作风好坏，也体现着政绩观。无论是谋划工作、布置任务还是执行落实，最忌玩虚的，必须实打实，绝不能搞“水上漂”。干工作，从来不在于口号有多响亮、场面有多热闹，而在于问题解决了多少、群众满意了几分。

我们常说，凡事一具体就深刻，也能深入。以其昭昭，使人昭昭，这样下任务，基层欢迎。

分裂的欧洲撑不起对华的强硬

满岩



6月的布鲁塞尔，欧盟峰会拉开帷幕。与以往不同的是，这次会议的议程上，一项针对中国的所谓“全球宏观经济失衡及其对欧洲竞争力和繁荣的影响”调查格外刺眼。

欧盟正酝酿新的一揽子对华贸易限制工具，不仅打算扩大关税、配额，还想学美国搞一个“欧版301条款”，以应对中国“产能过剩”和“不公平竞争”。而就在欧盟高层沉浸在“战略自主”幻想中时，其内部分歧愈发凸显，外部盟友更是靠不住。这场看似针对中国的“围剿”，实则暴露出欧盟的战略焦虑与内部裂痕。

所谓的“统一战线”不过是海市蜃楼，欧盟不得不面对一个四分五裂的欧洲。当前欧盟27国已形成四类完全不同的利益阵营：以德国为代表的务实派始终坚持务实合作，对话优先、谨慎对抗；以法国为代表的摇摆派虽高呼“欧洲战略自主”，但在对华贸易立场上却反复无常；以西班牙等南欧国家为代表的合作派坚定支持自由贸易，多次在欧盟内部抵制对华增设贸易壁垒；至于以东欧国家为代表的“强硬派”，则出于地缘安全考量主动靠拢外部同盟，跟风炒作对华对抗议题以换取政治筹码。欧盟四方阵营诉求对立、利益冲突，导致欧盟任何统一的对华“强硬政策”都无法落地。

跨大西洋的“友谊”则再次被证明是靠不住的。近期结束的G7峰会就是一面照妖镜，暴

露欧盟与美国在对华议题上的底层目标根本无法同频。尽管G7领导人勉强就中国是“失衡源头”达成共识，但特朗普在新闻发布会上特意表态“感谢中国和俄罗斯在美国与伊朗的冲突中保持‘中立’”，当即戳破了西方团结的假面。

更值得玩味的是，华盛顿给欧洲布置了打压中国的“作业”，自己转身将中心放在了人工智能、矿产供应、能源出口上，对所谓的“中国出口竞争”并不急于上纲上线。美国打出的算盘是欧洲冲锋陷阵，自己坐收渔翁之利；而一旦中国反制，美国绝不会提供任何经济兜底——日本过去一年的惨痛教训就在眼前。

究其根本，欧盟当前产业困境的病灶在其自身，而非中国。将内部改革乏力、能源成本高企、转型投入不足等问题归咎于“中国不公平竞争”，是典型的转移矛盾和寻找“替罪羊”。将中国产品挡在门外，只会推高欧洲企业成本、延缓绿色转型进程，陷入“越保护越落后”的恶性循环。而欧盟若执意捆绑地缘博弈，放弃其一贯倡导的自由贸易原则，本质上就是一种“依附式外交”——看似强硬，实则是在美国的战略棋盘上亦步亦趋，逐渐丧失真正的战略自主空间。

与其在保护主义的迷局中消耗，欧盟不如把目光投向更广阔的市场与更多元的伙伴。至于那些人为筑起的“高墙”，最终挡住的往往不是别人，而是墙内人自己望向远方的视线。

(作者单位：辽宁社会科学院东北亚研究所)

热评 三『整装』来了，整装东北

7月4日，长春奥体中心，“三『整装』”空降现场——鼻箫吹起来，叮咚琴奏起来，椰壳舞“咋咋”跳起来。不用多说，这一幕，注定是“东北超”的经典名场面。

一北一南相隔3000多公里，偏偏处成了最铁的“铁瓷”。不少东北“候鸟老人”冬去春回，把“天涯海角”住出了东北炕头的热乎劲儿；锅包肉配清补凉，东北话在海风里响得理直气壮。这份刻进日子里的羁绊，早已不是一句“旅游城市”就能概括。

于是，“东北超”的版图上，全网都在等一个席位——三『整装』。如今，它真的来了。“整装”东北的“东北超”带来地域文化“助场”，这块惊喜的拼图，正是网友玩出圈的那个“奖品”。

这梗咋来的？“东北超”开赛当天，作为官方战略合作伙伴，京东官宣重磅福利：买百英寸电视抽奖送海航随心飞（国内多地直飞三亚）。网友脑洞大开，玩出“三亚不参赛，因为三亚就是奖品”的爆梗。组委会顺势接梗：既然大家都想要，那就把“奖品本人”请过来！三『整装』更是爽快，3000多公里，说走就走。

这事儿最妙的地方在于——它是全网球迷集体凑出来的浪漫。你一言我一语，把虚拟队旗变成真场面，把玩笑玩成仪式感。网友直接重构“东北超”版图，在四省区之外，给三『整装』专属冠名“三『整装』”。东北五省“火速出圈”，三『整装』正式入编“东北大家庭”。

这份底气，来自70多年的真感情。

1950年，无数东北子弟南下解放海南，不少人就此扎根当地；上世纪90年代，大批东北人南下闯荡置业，把浓浓的烟火气带进三亚。如今“夏居东北、冬住三亚”，早已是很多东北人的日常。

常年交融，让三『整装』自带一股东北劲儿。

东北话堪称“第二官方语言”，走到哪儿都听得懂；锅包肉的酥脆配清补凉的清爽，毫无违和；两地便民服务互通，东北人到三亚不用改口音、不用换口味、不用操心办事，一落地就像回了家。

南北碰撞的名场面：黎族非遗遇上东北大秧歌，椰壳舞对上东北战鼓，黎语迎宾曲《奔内热》与《东北人都是活雷锋》同台唱响。南北腔调凑一块儿，热闹直接拉满。

从评论区玩梗到组委会官宣，从虚拟队旗到真人真演，三『整装』的到来，是全网球迷的胜利，更是东北文化包容互融的神来之笔。

长春奥体已就绪，这份特殊的“奖品”正式就位。不管是主场铁粉，还是三亚远道而来的“铁瓷”，进场就是一家人。奖品已发货，签收人：全体东北老乡。

别把“金蛋壳”当成绩

漫画作者 张钟丹



快乐就是生产力

唐成选

林网友自嘲：“全程稳坐第二，但格局是C位。”

充满损、自嘲、碎嘴子的东北式幽默，不会让话“掉地上”，也让所有东北人心领神会，会心一笑。

快乐，延续到场外，“第二现场”人流如潮，大屏幕前，人们撸串、喝酒、叫好，高涨的情绪彼此感染着。当然，其中也有纯粹“薅羊毛”的快乐：一张票根可以畅玩旅游景区，可以免费乘车，打折住宿……省下很多钱，不亦乐乎！

让足球回归纯粹的快乐本质，就像东北人常说的“图一乐和”，这份不纠结胜负、只享受过程的豁达，让初生的“东北超”跳出竞技本身，成为人人都能参与、都能共情的快乐载体。

“快乐足球”的代言人米卢亮相“东北超”开幕式；靠着满口喜感东北话走红的“雷饼猴”上场踢球了；比赛电视直播，大连话、锦州话、朝阳话等方言土语全给安排上。

比赛现场的提示牌上写着：“可以大声喧哗，可以挥舞咋咋，但是别往场地里溜达，场地里妹有婆婆丁。”

沈阳踢鸡西踢了个3:0，鸡西人玩梗：“没有一只鸡能够走出沈阳，鸡西也不例外。”

辽宁网友和黑龙江网友互相喊话：“赢了叫辽吉黑，输了叫黑辽吉。”跟着吉

告也显示，我国“情绪经济”市场规模预计到2029年将突破4.5万亿元。

也就是说，当今社会，越来越多的不再精打细算“值不值”，而是更愿意为“不开心”买单。情绪价值，正在更多地取代实用价值。谁能提供高质量的快乐，谁就能撬动可观的消费动能；谁能把“开心”做成产品，谁就能抓住一个越来越庞大的市场。

“东北超”恰恰契合了人们追求简单快乐、快乐心理。赛场内外，聚拢在一起的球迷，不分年龄、不分阶层，收获了松弛与欢乐，得到沉浸式的情绪释放，在呐喊与欢笑中卸下生活焦虑、治愈日常疲惫。这种低门槛、高情绪值的公共产品，正是“东北超”持续圈粉、自带流量的核心底气。

赛事终究有结束的那一天，但由快乐催生的生产力，永续不绝，因为人们追逐美好、拥抱快乐，本质上就是对高质量精神生活的追求，而这种追求不会停止，只会越来越多元。

“东北超”赛场内外那扑面而来的快乐，给了我们清晰的启示：当“为快乐买单”成为潮流，谁能精准接住这份期待并引导大众情绪，制造出更多接地气、高共情的场景，从而让无形的情绪需求，化作可见的消费活力；让无数的开怀大笑，变成发展的动力。



“东北超”将欢笑转化为消费活力，精准契合当下情绪消费的潮流，也印证了“为开心买单”正在成为市场新动能，谁能提供高质量的情绪价值，谁就能撬动可观的增长空间。

将“快乐足球”理念带到中国的神奇教练米卢曾经说过：别太在乎胜负和金钱，足球首先要享受纯粹的快乐！

“东北超”是懂快乐的。

“快乐足球”的代言人米卢亮相“东北超”开幕式；靠着满口喜感东北话走红的“雷饼猴”上场踢球了；比赛电视直播，大连话、锦州话、朝阳话等方言土语全给安排上。

比赛现场的提示牌上写着：“可以大声喧哗，可以挥舞咋咋，但是别往场地里溜达，场地里妹有婆婆丁。”

沈阳踢鸡西踢了个3:0，鸡西人玩梗：“没有一只鸡能够走出沈阳，鸡西也不例外。”

辽宁网友和黑龙江网友互相喊话：“赢了叫辽吉黑，输了叫黑辽吉。”跟着吉

做有锐度的思考者



扫码关注“观天下”



请扫码投稿