

把更多功勋模范请上城市C位

黄 岩

国庆之际，功勋模范的照片登上城市户外大屏，让我们在感念阖家团圆的幸福时，也铭记这些为国家安宁与强盛倾尽一生的人。让功勋被看见，让脊梁被仰望，这份精神力量是我们前行的底气。

最近走在沈阳繁华商圈街头，人们会不自觉地放慢脚步，仰头凝望。户外大屏上，钱学森、邓稼先、钱三强、黄旭华、袁隆平这些镌刻在共和国史册上的名字，连同他们坚毅的面孔，齐齐点

亮。“致敬！”“科学家的名言看得人热血沸腾！”社交平台上，有年轻人拍下视频配文：“追星就追这样的星。”繁华市井与家国情怀浑然一体，成了这个秋天沈阳一道亮眼的风景。

这不是沈阳独有的浪漫。一场“把C位留给国之脊梁”行动，正在全国多个城市上演。一座有温度的城市，既要有烟火气消费的热闹，也要有仰望英雄的热忱。商圈大屏向来是城市商业价值的风向标，如今请功勋人物站上最醒目的位置，他们“代言”的是一个时代的精神高度。把

这些名字与面孔“广而告之”，虽然没有冲淡商圈的烟火气，反而因这份热忱更聚拢了人气，传递的是比商业符号更持久的精神力量，唤醒了人们心中早已有的敬意，收获了远超商业价值的社会共鸣。

再往深一层看，这股传播热潮恰恰说明，全社会从不缺少对楷模的认同与敬仰，缺的只是贴近普通人的传播方式。你每天必经的路口、常逛的商场，课本里的名字走出了纸面，纪录片里的身影走进了烟火，看着那些熟悉又可敬的面孔，心里的敬意便自然

涌上来。网友那句“一眼敬畏，满心敬仰”，正是这份发自内心的共情，最有力量。

有人说，一座城市在公共空间播什么，藏着它的价值取向。当一些所谓的“顶流”被追捧时，我们不禁要问，谁才是真正值得世代铭记的顶流？答案不言自明，是让我们端牢饭碗的人，是让我们挺直腰杆的人，是隐姓埋名数十年、用一生托举国家底气的人。他们散发出的精神光芒，值得我们每个人仰望。

放眼这股席卷全国的致敬热潮，目光也该落回脚下这片土

地。辽宁的功勋模范，分量沉甸甸的。在党和国家事业发展的各个历史时期，辽沈大地从不缺少英雄模范。用更多接地气、有温度的形式，把他们推到聚光灯下，就是要让更多人看见，看见辽宁的精神底色。

国庆之际，街头的五星红旗高高飘扬，节日氛围浓郁热烈。每逢佳节倍思亲，我们感念阖家团圆的幸福，更铭记那些为这份安宁与强盛倾尽一生的人。让功勋被看见，让脊梁被仰望，这份精神力量，正是我们前行的底气。

旅行的终点是『想家』

杨靖岫

今年旅游季的行价格格外猛。数据显示，9月28日至30日拼假出游预订人数同比增长52%。乘飞机出游群体中31岁到40岁年龄段的预订量同比增长41%。西藏、新疆、内蒙古、甘肃、青海等赏秋地热度大增。

但有意思的是，那些在喀什古城里对着土墙发呆一下午的“老沈阳”，转头就订了最快的机票飞回家。为啥？问就是，馋楼下的老四季抻面了，也想听家乡话了。刚在朋友圈集齐九宫格赞美异乡的月亮，转头就发现，还是自家楼下那烤鸡架就啤酒最香。

其实，旅行的意义，就是一场“自找苦吃”的浪漫。生理上的疲惫和新鲜感，强行把你从“社会人”的壳子里拽出来。你需要处理的问题，从“这个月业绩怎么冲”变成“今晚住哪”和“下一顿吃啥”。这种对烦恼的降维打击，让人瞬间踏实。

其次，旅行是一场大型“祛魅”现场。没去过的地方都自带滤镜。去了之后呢？“哦，原来埃菲尔铁塔是这个样子”“传说中的远方，其实下面是一脚烂泥”。只有亲身体验过，你才算真正拥有了对那个地方的“吐槽权”。

更重要的是，旅行是一次对“日常”的深情回眸。我们以为出去是为了看世界，其实是为了更好地“看见”你自己的家。当吃腻了异乡的风味，你会疯狂想念妈妈包的三鲜馅饺子。旅行就像一块橡皮擦，擦掉你对家乡的无视，让你能带着“新人”的目光，重新审视那条走了无数遍的街道。

所以，别把旅行神化。它治不好你的自我内耗，也解决不了你的人生难题，但它能给你放个假，让你跳进一种新的激情里。这大概就是旅行的全部意义：给平凡的日子，制造一点起伏，让你在厌倦生活的时候，有借口去喘口气；也让你在喘完气后，心甘情愿地继续回来做个快乐的俗人。

出发吧，趁着自己还愿意折腾。但记住，终点永远有盏灯，在等你回家。

五里河谈天

『日本三重困局 银发礼仪』折射

王云峰

在2026爱知·名古屋亚运会颁奖现场，手托奖牌托盘、承担颁奖礼仪工作的志愿者中，出现了不少头发花白的中老年人。长期以来，大型体育赛事的颁奖礼仪岗位多见年轻面孔，本届亚运会的银发志愿者，并非组委会刻意打造的人文特色，而是日本办赛资金紧张、青年人力短缺、年轻人低欲望三重社会困境叠加的现实写照。

首先是缺钱。本届亚运会自筹备之初就深陷资金困扰，预算几经调整，地方财政压力不小。为了削减开支，甚至未建专门的运动员村，而以邮轮、集装箱房屋和酒店分散安置运动员。而专职礼仪人员的招募、培训都需要持续投入资金，经费捉襟见肘之下，组委会只能依靠无偿志愿者承接颁奖礼仪、赛场引导等仪式工作，用社会志愿力量填补人力缺口。

财政压力之外，更深层矛盾来自人口结构与青年“躺平化”社会心态。日本少子化问题积重难返，青年人口基数持续缩减。当下日本年轻人长期面对薪资增长停滞、就业不稳定、生活压力沉重的现实，低欲望、回避额外社会事务成为普遍选择。在校学生要兼顾学业，在职青年被繁重工作裹挟，都很难抽出整块时间参与志愿工作，青年志愿者招募远低于预期。

青年志愿者招募遇冷，退休群体顺势补位，成为志愿服务主力。大量退休长者时间充裕，希望通过志愿服务继续融入社会。客观来说，这些银发志愿者认真值守、从容履职，这份奉献精神值得尊重。但换个角度看，青年群体在国际大型赛事中集体缺位，也是日本社会活力衰减的强烈信号。

缺钱、缺青年、低欲望，多重因素相互缠绕，形成恶性循环。经济长期低迷、薪资增长乏力催生“躺平”避世心态，弱化了年轻人参与公共事务的意愿；年轻人低生育、少参与社会活动，进一步抬高人口老龄化程度；老龄化持续抬升社保支出，挤压地方公共财政投入，财政回旋空间不断收窄。这种结构性矛盾不会随着本届亚运会的落幕而消失，而是将长期制约日本经济社会发展。

体育盛会是观察社会的一面镜子。“银发礼仪”出现在亚运会颁奖仪式上，虽是长者热心公益的体现，但也折射出日本当下多重深层困局。本届亚运会的这一幕，将人口结构变化、青年活力减弱等社会问题摆到了台前，其背后的结构性矛盾如何化解，仍需时间给出答案。

热评！

服务有边界，尊严无退让

刘家良

近日，一段空姐在机舱内下跪的视频在网上传开。画面带来的冲击感，让不少网友心里咯噔一下，多个相关词条轮番冲上热搜。

公众的情绪混杂在一起，有人为乘务员的处境感到愤愤不平，有人急于了解来龙去脉。各种声音你来我往，一场冲突，演变成全网讨论。9月30日下午，东方航空发布官方通报，完整还原了事件全貌。

28日，合肥飞往大连的航班上，乘务员推餐车时不慎蹭到正在熟睡旅客的手肘。乘务员立刻道歉，乘务长也拿来冰袋做处置，事后医护检查确认旅客并无外伤。可这位旅客不依不饶，当众满口过激言辞，还做出脚踢乘务员的举动，甚至提出十分侮辱人的要求。

接二连三的言语施压，把年轻的乘务员逼到情绪崩溃边缘，出现视频中多次下跪的举动，直到乘务长与安全员出面干预，局面才得以稳住。航班落地之后，这名旅客拒绝就医，自行离开。

平心而论，服务业的核心是用心服务，不是无底线、无尊严的全盘迁就。空乘人员的职责是保障飞行安全、提供出行服务，不是无条件承受旅客的情绪宣泄和人格羞辱。每个人的职业尊严都值得被尊重，没有任何一份工作，需要从从业者放下自尊去换取谅解。

反观旅客的权利边界，在任何时候，合理维权和肆意刁

难都是两码事。轻微磕碰本是飞行途中的常见意外，况且并未造成旅客受伤。工作人员致歉、处置到位，就已经完成了服务职责。如果旅客凭借自己的“身份”肆意泄私愤，侮辱他人尊严，根本不是维权，而是恃强凌弱。旅客花钱买的只是出行服务，不是拿捏他人、肆意撒泼的特权。

再者，此次事件也戳中了民航行业的痛点。业内严苛的考核和投诉机制，让一线空乘始终处于高压状态。很多乘务员遇到旅客刁难时，不敢较真、不敢反驳，只能委屈自己息事宁人。这起事件也绝非个例，近些年机舱、车厢内出现的类似情况屡见不鲜，高压考核倒逼员工让步的行业现状，值得整个行业深思。

通报中提到，事后航司对当事乘务员开展了心理疏导。但安抚情绪只是事后补救，更关键的是从制度层面进一步厘清服务边界，完善服务人员的保护机制。当乘务员遭遇无理纠缠的时候，制度要站出来为服务者撑腰，切实守护他们的职业尊严与人身安全。

出行的本质是奔赴美好。国庆假期，各地航班客流迎来高峰，旅途奔波难免滋生烦躁情绪和摩擦。服务从业者多一份尽心，旅客多一份包容，彼此换位思考、互相体谅尊重，才能让每一段旅途都温暖顺畅。愿所有的出发，都能带着善意抵达。



画里有话

热线不是『出气筒』

漫画作者 张钟丹

辽宁如何抓住“8万亿”机遇

董翰博

山海经

面对国家推动历史经典产业高质量发展的新机遇，辽宁虽不缺“家底”，但唯有完成从“土特产逻辑”到“消费品牌逻辑”的切换，才能把资源优势变成产业胜势。

最近，“历史经典产业”这个经济词挺火。什么是历史经典产业？是指丝绸、茶叶、瓷器、中药、酿造、工艺美术等文化底蕴深厚的中华传统特色产业。据不完全统计，历史经典产业代表性行业规模以上企业数量达2.5万家，从业人员近350万人，全行业年营业收入约8万亿元。近日，工业和信息化部等六部门联合印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》，这是国家层面首次针对历史经典产业制定的产业政策文件。

对辽宁来说，这也带来一个值得思考的问题：这轮历史经典产业发展的新机遇，辽宁该怎么抓？

辽宁历史经典产业“家底”厚实。柞蚕丝绸、辽瓷、岫岩玉雕、阜新玛瑙以及道地中药材等，都有深厚的历史积淀和鲜明的地域特色。但有资源，不等于有产业优势。一个突出的问题是，产地有知名度，品牌却没有跟上。消费者知道岫玉，却不知道买哪个品牌；知道柞蚕丝绸好，却不知道哪家值得信赖。如何让辽宁的好产品得到市场认可，是抓住这轮机遇首先要回答的问题。

产业化的关键，在于完成从“土特产逻辑”到“消费品牌逻辑”的切换。要完成这种切换，就要重新研究今天消费者的喜好。比如，怎样让历史经典产业摆脱相对传统的消费印象，设计出有质感的桌面用品、城市礼物，让更多年轻人愿意穿、愿意用？怎样在年轻消费者中形成更有辨识度的品牌？说到底，辽宁的好资源还要回答“现代消费者为什么喜欢”的问题，这是从地方特色产品走向现代消费品牌必须跨过的一道坎儿。

回答这个问题，还得主动走向消费发生的现场。当一个人置身于演唱会、马拉松赛事、文旅景区

这些重要场景时，他买下的不只是一件商品，也是在纪念一段经历。辽宁拥有丰富的场景资源，这些场景流量巨大，也伴随着旺盛的消费需求。把历史经典产业与文旅场景、活动IP、城市品牌对接起来，让更多辽宁“好东西”出现在消费意愿最旺盛的地方，辽宁历史经典产业蕴藏的活力才能进一步迸发。

当然，想卖得好，还得做得好。不少历史经典产业的精髓，藏在老师傅的手感和经验里，一道工序做到什么程度，往往靠多年经验判断。但这也给产业化带来了难题：一个老师傅能做出精品，不等于一家企业能够持续稳定地做出好产品。数智化可以把其中能够量化的经验沉淀下来，把“看手感、凭经验”变成可以复制、共享的生产能力，再通过标准化保证品质稳定。老手艺从少数人的绝活儿变成稳定的产业能力，才能支撑起更大的市场。

“好家底”不会自动成为“好产业”。让老手艺接上新消费，让老产业打开新市场，历史经典也能成为辽宁未来发展的支撑。

锵锵汇

热乎劲儿，就是流量！

事件源起：东北游客外地景区“野生抢麦”持续刷屏。10月1日，“辽望观天下”发布《东北向全国发兵！除了流量，还“抢”来什么？》，再度引发网友热议。

如风 以前觉得“欢迎来玩”是客套，听石以诺说完，我真去搜了沈阳攻略。当地人一说，那座城立马有温度了。

随想录 抢麦不是抢钱，是怕你来了不知道啥好吃。

渔翁 太喜欢跟东北人唠嗑了，那种热乎劲儿像过年串门，隔着屏幕都想接一句“来了老弟”。

讲故事 建议全国景区给东北老乡留个麦，不为别的，就爱看他们夸家乡时眼睛发亮的样子。

耕山翁 这哪儿是派兵，这是走亲戚。亲戚上门，顺便把全国游客都往家里招呼。

做有锐度的思考者



扫码关注
“辽望观天下”



请扫码投稿