



国泰民安 就在身边

石 屏

沈阳一老旧小区换上全新防盗单元门,居民却对关门“不上心”,单元门依旧敞开。这份“不在意”,折射出中国式安全的底气,全球公共安全指数第一,辽宁群众安全感达到98.56%。国泰民安,就在身边。

因老旧小区改造,沈阳市沈河区一居民小区的单元门都换成了全新的密码防盗门,以代替此前的无锁门,安全系数升级。但居民对此并不怎么“感冒”。如今,一个多月过去了,很多单元门还是一如既往地敞开着,没人想着锁门这回事,“安全意识”似乎

不是很强了。

此前,单元门安好后,工作人员特意在门上贴出告示,“门没交付使用,千万别锁门,千万别锁门”,可见,当时工作人员还有点担心居民会很“迫切”。事实表明,他们有点“想多了”。

问一住户,得到的答复是,这都好多年不锁门了,也没丢过东西!从小区保安口中也可以佐证住户的话。这些年,小区快递越来越多,一些大件或者不方便进快递柜的就放到小区门口。有时居民担心丢失,想把快递放到保安室,但保安总是很笃定地说,不用,你就放外面吧,没事!事实也确是如此,小区里几

乎听不到哪家被偷哪户被盗的新闻。

与入户门可防盗“不香了”相呼应的是另一个变化:过去装修新房时,特别是一楼,安装铁栅栏的很多,大家都想把自己家“武装”得严严实实。如今这种操作已很难见到,而原来的铁栅栏也都在重新装修时连同旧窗一起拆掉了。在居民眼里,那些过去被视为居家安全屏障的铁栅栏,已经没有用处了。

事实上,不仅是居民小区里,如今在全国各地,深夜的街头巷尾,餐饮、娱乐、散步……一样都不耽误。这种中国式安全,不仅我们每天都在享受着,全世界也

都看到了,一些外国博主特意大半夜走到街头亲身体验,还有被中国人热情相邀吃烧烤。最近,有一位外国游客听到周围人喊“谁的手机”时,因语言不通,以为大家在集体蹦迪,便也跟着“蹦”起来,后来才发现是自己的手机,吃瓜吃到自己头上。对此,很多网友跟贴留言,讲述自己“失而复得”或“物归原主”的经历。

不久前发布的《全球公共安全指数报告(2025—2026)》显示,中国公共安全指数得分位居第一。我国已成为世界上最安全、刑事犯罪率最低、命案发案率最低的国家之一。具体到辽宁,

2025年与2020年比较,辽宁全省刑事、治安案件均大幅下降;2026年上半年,我省群众安全感达到98.56%,创历史最高。

国以安为兴,民以安为乐。安全,已经深深弥漫在我们生活的各个角落;安全感,也已深深扎根在我们的心里。

末了,有一点须言明,说居民对新安单元门不上心,丝毫没有否定或降低它的价值的意思。那新鲜的大铁门,比之前强多了,视觉和心理上都觉得舒服,冬季也会更保暖。之所以拿它“说事”,只是想讲,在咱们老百姓心里,安全这事,真是太让人放心了。

国泰民安,就在身边!

热梗很快,感受很慢

庄加逊

如今,打开社交媒体,无论短视频弹幕、朋友圈文案、群聊互动——“绝绝子”“破防了”“人麻了”等网络热梗无处不在。流行语一出,迅速成为大家的“社交通用语”。只是,当热梗承包了所有情绪出口,更细腻、更具体的感受还找不到属于自己的词汇吗?媒体调查显示,53.3%的受访者感觉近几年自己的语言文字表达能力在下降,47.1%的受访者感觉自己词汇量匮乏、表达单一。在群聊里能用热梗刷屏的人,写工作总结时却常感“词穷”。

热梗为什么好用?答案指向一个“快”。每个人内心都有一套属于自己的“自我语言”。而热梗,打破了“你的语言”和“我的语言”之间那堵需要费力翻越的围墙,让传达变得瞬时,且大差不差。在强调即时互动、快速交换信息的互联网时代,它自然成为人们情绪传递的首选。

只是,当细品之后不难发现“大差不差”又好像差了些什么,一句“人麻了”,大家知道你不好过,但具体怎么“不好过”,“人麻了”一个字都没有说。它撬动了一下大家的情绪,但也就一下。东华大学人文学院李凌燕教授的研究揭示了一个更隐蔽的代价:网络用语作为情绪化的发泄出现,但实际上并没有解决情绪问题。焦虑的情绪在戏谑化、游戏化的表达中并没有减少,持续性的娱乐化表达,反而稀释了严肃问题的讨论。这里有一道微妙的分界线:热梗是打开心门的钥匙,也在不经意间锁上那扇门,它完成了一次迅速的“确认”,却也提前完成了一次“终结”。

热梗很可爱、很鲜活,是这个时代自然的社交语言,但语言从来不只是即时通讯的工具,更细微的、具体的差异是语言赠予我们的礼物,也是我们认识自己、理解生命与宇宙的路径。

热梗很快,感受很慢。让快的先飞一会儿,让慢的慢慢跟上来。敲门砖继续敲门,门开之后,别急着关上。

景区文创该换个活法了

许蔚冰

国庆假期过半,各地景区依旧人潮涌动。但热闹背后,一个变化也愈发明显:过去游客走到景区,总免不了选购护手霜、冰箱贴、文创雪糕等伴手礼留个纪念;如今不少人逛完店、拍完照,最后却选择空手离场。

被网友戏称为景区“冤种三件套”的伴手礼,正褪去网红光环,逐步失去市场吸引力。是游客变“抠”了,不愿消费了吗?恐怕不是。大家不是舍不得花钱,是越来越不想当“冤种”。

“冤种”是东北方言,常指白白吃亏、做了傻事还一脸憋屈的人。放在景区消费场景里,就成了游客对花冤枉钱买到千篇一律“套路货”的自嘲。相关调查数据显示,约59.2%的受访者认为景区伴手礼定价偏高、性价比低,近五成受访者认为同质化严重、缺乏本地特色。

游客之所以越来越“不好糊弄”,根源在于景区伴手礼长期存在“两张面孔”。它们看似贴着不同城市名字,实则设计套路高度相似,产品翻来覆去都是大同小异。

更尴尬的是,同一款商品出了景区往往更便宜。有的游客在景区里扫码付款,转身就在电商平台刷到更便宜的同款。这种“买完就后悔”的体验,让不少人认为景区文创彻底失去了信任。

但话说回来,游客不愿买“冤种三件套”,并不等于不需要旅行纪念品。大众的消费热情一直都在,变的只是钱往

哪儿花。如今,人们更愿意为真实体验、独特记忆和高品质产品付费。国庆期间,沈阳中街和沈阳故宫周边的非遗文创摊位前人头攒动,满族剪纸、锡伯族刺绣、手工糖画等摊位排起长队。游客愿意驻足愿意掏钱,是因为它们带着扎实的手上功夫和东北特有的烟火气,让人一看就觉得这东西只有在这儿才买得到。

景区进行商业经营无可厚非,但绝不能靠套路收割流量。真正具备长久生命力的文旅产品,应当扎根本土资源,做到既有原创工艺,又能保持创新。一件好的文创纪念品,不能只是景区的“贴牌商品”,它应该承载这片土地独有的故事,包含匠人的巧思与温度,让游客带走的是一段可以回味、可以分享的旅行记忆。

游客变得精明,是消费观念走向成熟的反映,也是倒逼景区文创转型升级的重要推手。国庆假期是观察文旅市场的重要窗口,汹涌人流之下,比拼的不仅是客流量,还有服务诚意与产品品质。当下文旅消费正从“买证明”向“买体验”转变,游客更在意这趟旅程值不值,商品是否真正承载了地方文化,是否既耐看又耐用。

告别“冤种三件套”,不等于抛弃文创消费,只是大家不愿再为缺乏诚意的溢价买单。文旅市场想要走得长远,还是要靠地方特色产品、靠诚意留住游客。



“定制”客运

漫画作者 郭 玲



做有锐度的思考者



「辽望观天下」
扫码关注



请扫码投稿

公益不能只剩冰冷的 KPI

胡海林



事件源起:野生动物频频现身,不少网友戏称大连为“疯狂动物城”。10月4日,“辽望观天下”发布《大连喜提新外号,太形象!》,再度引发热烈讨论。

吴星原 榜样的力量是无穷的,愿人与动物都能和谐相处。

海明 大连真的很好!大连人的性格,粗中有细,有边界感,真的很好!

云卷舒 娜娜回来那天我特意去看了,远远的,没打扰。它选了大连,咱不能辜负这份信任。

仙人球 被“活爹”笑死,又爱又恨的称呼,藏着的全是宠溺。

苏打 动物用脚投票,比任何宣传片都有说服力,这是最硬的城市品牌。

公益的底色是善意,当捐赠人被简化为报表上的冰冷数据,信息缺失、情感断层,公益的自愿性根基便会动摇。唯有让每一分善意被看见、被尊重、被共情,公益才能回归温暖本质。

最近,北京一位单亲妈妈分享自己做公益的遭遇引发全网热议。这位妈妈独自经营甜品店,多年来一直坚持向某基金会月捐,可当地因小店生意不佳而停止捐款后,短短一月便接到公益机构的催捐电话。最让她不解的是,对方全程没有一句近况问候或暖心关怀,只有生硬的质问。

这位女士的经历并非孤例,不少网友晒出同款遭遇。大家参与公益月捐多源于心底的悲悯和善良,甚至未要求受捐方提供捐款的具体用途,但多年真诚付出

无人问津,一朝停捐即被精准锁定、上门催捐,这种极致的反差让捐助人在情感上难以适从,甚至心生寒意。

有人解释,这是行业的标准化流程,主要目的是排查停捐原因和账户异常,背后是捐款金额、捐助人数、续捐率、月捐留存率等数据记录。纵然慈善机构有相应的KPI(关键绩效指标),但僵化的考核机制、功利化的工作导向,缺少温度的服务,慢慢使得慈善机构工作人员在衡量业绩时,唯数据是瞻,忽略了守护善意、帮扶弱者、传递温暖的初衷。

公益的底色是善意。普通人做公益,从来不是迫于义务,而是他们在日常生活中基于自身能力所作出的善意选择,这种“微光”虽然渺小,但汇聚起来常常成为照亮社会的火炬。因而,每道“微光”都应该得到应有的尊重,而不该被隐形的道德绑架裹挟,更不该被苛责。我们还要防范类似催捐的荒唐行为消耗整个社会的爱心存量以及后来者的参与热情。

近年来,屡屡发生公益机构陷

入争议或爆雷事件,从根源上说是透明缺失和情感反馈断层的集中表现,一是捐赠人看不到自己的钱物究竟帮了谁,二是情感上的付出得不到回响。原本应当双向流动的爱心和温暖,现实中却变成单向的资金输送,当捐赠人的爱心只是被简化为报表上冰冷的数据,公益的自愿性根基就会发生动摇。

公益机构赢得爱心人士信任,除了要建立健全全流程透明披露机制、社会监督机制外,还要在优化捐赠人互动体验、情感反馈上多下功夫。如果说透明度是信任的基石,而情感连接与互动体验则是信任的“黏合剂”和“放大器”,仅靠数据披露难以维持捐赠人的长期热情,公益机构还需要从“单向告知”转向“双向共建”,通过精细化运营提升捐赠人的获得感与参与感。

总之,只有当每一份善意都能被看见、被尊重、被共情体谅并有效传递,公益行业才能真正赢得信任,回归温暖人文本质,温润人心、行稳致远,成为社会文明最坚实的底色。



『飞』向全球! 东北航空保税维修

孟月明

在辽宁沈阳,一架尼泊尔客机在完成全部定检维修作业后顺利出境返航,标志着东北地区首个飞机整机保税维修项目正式落地。本次单架飞机保税维修进出口货值约2.03亿元,借助保税维修政策,企业免缴保证金2000余万元。

航空MRO,也就是飞机的维护、维修和大修,是保障飞行安全的核心环节,也是航空产业链里仅次于整机制造的“长坡厚雪”赛道。

近年来,全球民航机队持续扩容,老龄飞机检修、客改货需求旺盛,亚太地区成为全球航空维保增长最快的板块。

产业风口之下,市场格局却长期存在短板。过去,我国整机保税维修长期呈现“东南一极”格局,东北方向的空白制约了面向东北亚、南亚北部航司的服务供给。在此背景下,我国出台系列制度型开放举措,推动航空保税维修多点布局。沈阳此次完成尼泊尔客机整机保税维修,正是顺应全球产业转移、国内政策迭代的标志性实践。

政策红利落地了,产业版图就打开了。沈阳作为国家重要航空工业基地,拥有完整的航空制造链条,维修主体具备多国适航维修资质,具备承接全球主流机型深度定检的硬核实力。昔日扎根装备制造的产业优势,转化为精密检测、结构修复、系统调试的国际维保服务能力。随着业务持续拓展,保税维修项目还将带动航材保税仓储、跨境供应链等配套产业集聚,培育临空经济新赛道,拓展高水平对外开放新维度,推动对外开放从货物贸易向高端生产性服务贸易延伸。

机遇之下,挑战不减。航空整机保税维修高度依赖国际适航资质、高效跨境通关、航材流转体系和专业机务人才储备,能否持续深耕、做大做强,关键靠综合配套实力。政策给的是入场券,能不能留在场上靠的是真功夫。站上新起点,辽宁要用好自贸试验区制度创新的试验田,优化海关监管流程,补齐航材保税流转配套,拓宽多国适航许可,吸引更多上下游配套企业落地。从“接住一单”走到“聚起一群”,航空维修产业才算真正形成了大气候。

高水平对外开放,本质是依托自身产业基础,嵌入全球产业链价值链。沈阳整机保税维修项目的成功落地,是全球航空维保产业东移、国内航空保税维修政策迭代背景下的成功尝试。方向对了,路就不怕远,剩下的就是把每一步都踩实。

(作者单位:辽宁社会科学院东北亚研究所)