

让足球给更多人带来快乐

湘湖时评



首席评论员 俞海波

借着亚运的东风,萧山也迎来了久违的全国足球赛事。

7月,中国青少年足球联赛暨“韵味杭州”中国足协全国青年足球联赛(U19组)在此举行了4场比赛。虽然只是青年足球比赛,但也

吸引了不少观众前来观赛,最多的一场观众接近7000人。

显然,这里并非球队主场,然而观众此起彼伏的加油助威,还是让人非常动容的。联想到近年来中国足球联赛从光鲜灿烂的“金元足球”,到轰然崩塌后的一地鸡毛,此情此景,更加让人感慨万千。

中国足球(特指男足)由于历史战绩以及临场发挥等,长期以来都是球迷乃至普通市民的嘲讽对象,被编排的段子也是数不胜数。中国足球的水平为什么一直上不去,反而在持续下滑,也成了未解之谜。有人研究了半天,发现还是“足球从娃娃抓起”有道理,要大力健全青训体系;也有人灰心丧气,得出了中国人不喜欢足球,不适合搞足球运动的结论。

众所周知,一项体育运动能够发展,群众基

础是关键。群众基础不光包括参与的人,也包括观众。足球为什么号称是世界第一运动?是因为不仅参与的人多,观众数量也极为惊人。以卡塔尔世界杯为例,据国际足联官方统计,世界杯期间总计有50亿人次参与、收看和关注,而世界杯决赛更是吸引了近15亿观众观看。还有哪项运动能收获这么高的关注度?

一项青少年足球赛事,也能引来大批观众甘冒高温观看;顶级联赛赛场上座率能达到数万;业余比赛“村超”组织得如火如荼……这些都是说明,历经了大起大落,哪怕在中国足球的谷底,依然有一批为数不少不离不弃的支持者,这就是足球的群众基础。加上这些年大力扶植青训、推广校园足球,参与足球的人越来越多,未来还是有希望的。

当然,我们也要认清现实,这样的群众基

础,对于足球水平的提高,仍然是远远不够的。中国足球提升水平的当务之急,是让更多人能感受到足球的快乐,让足球融入更多人生活的日常。这一点,常常是被有意无意忽视的。

有些人认为,提升足球水平,无非是抓住关键重点,这重点或是青训,或是技战术,或是身体,或是意志品质,只要解决了这些问题,足球水平提升便指日可待。可是这么多年下来,中国足球的水平也并没有怎么提高。这说明,对足球抱有这么直白的功利性和目的性,可能还是有问题的。

在传统思想里,追求兴趣爱好是受到抑制的,往往被视为不务正业,甚至还有“卫灵公好鹤”这类故事用来警醒世人不要玩物丧志。

可是,足球运动本就是娱乐和兴趣的产物,人们愿意参与运动,或者观赏球赛,是因为可以从中获得快乐,这才是足球最本质的

意义。有快乐才会有热爱,有源源不断的热爱,足球才会有活力。很难想象,一个在足球中得不到乐趣的人,从事足球职业后会去用心钻研,提升业务水平。

在萧山举行的足球比赛,很可能来的观众大部分都不上球迷,但一场球赛如果能变成普通市民晚上的消遣、白天的谈资,已算是成功。

足球界有句名言,叫“足球是工人阶级的芭蕾”,观赏芭蕾是当时上层阶级周末晚上的消遣,而工人阶级周末晚上的消遣就是观看足球比赛,这就是足球联赛的由来。可见,现代足球一开始就是为了娱乐消遣而生的。

当后世赋予足球越来越多的意义时,我们不妨返璞归真,探求足球最本质的意义,用它为我们的人生添上更多的快乐。当足球能为人民带来普遍的快乐时,它的进步也自然水到渠成。



薅羊毛还是要耍无赖?

买家想退款不想退货的理由有多离谱?前不久,拼多多商家发布了一段与买家的聊天记录,买家先以“小孩不小心点的”理由仅退款后,还埋怨卖家怎么货还送到了,又以“下个月回家就退货”“家里人已经用了”等各种理由拒绝退货。

漫画 俞钦洋

给城市多留下些“温情面庞”

本报评论员 张旭

日前,杭州出梅入伏,出现了持续的晴热高温天气。在这样的背景下,杭州出台的《防暑降温措施管理办法》如同气温一样,冲上了热搜。其中规定道路停车巡管员避高温时段,全市区道路停车点位,除西湖区少年宫停车位外,其他点位暂停收费。

此政策一出,评论区不少网友拍手叫好,称一方面可以让道路停车巡管员避开高温,为高温下的劳动者撑起“遮阳伞”;另一方面也惠及车主,停车免费举措,让老百姓高温下出行更加舒心。杭州主城区某路段一位停车巡管员直言,最高温时段不需要上班,非常人性化。

城市与人一样,也需要“真善美”。城市的“真善美”体现在人性化,体现于温情之中。无论是打造优质无障碍环境,还是农家社区摆了21年的爱心凉茶摊,抑或是最近地铁上线的“冷暖车厢”……每一个案例,都能够体现杭州城市“温情面庞”的细节,每一处细节背后,均彰显着城市温度。

细节用心,城市暖心。正如城市管理应该像绣花一样精细,通过绣花般的细心、耐心、巧心提高精细化水平,在绣出城市品质品牌的同时,更绣出了城市的温度。这也是坚持人民城市人民建、人民城市为人民逻辑的注脚。

城市管理多些人情,城市才能多些温情,有温情的城市才是美好的。在南京,遍布全市的千余个“宁小蜂驿站”,给外卖配送员、快递员、网约车司机等新就业群体带来了“家”的温暖;重庆市专门设立“临时区”方便商家卸货,让“步行街”不再是“不行街”;

武汉城管“共情执法”主动让占道摊贩先做完这单生意,其抖音短视频,收获点击量超3亿,赢得了800万网友点赞……

无疑,城市的发展,在追求“高度”“深度”的同时,也需要兼顾“温度”。“温度”是支撑城市发展的基石,有温度的城市对人民饱含“温情”,令人向往。越来越多的城市正沿着以人为本的方向,出台一系列暖心政策,从细节层面打开“宜人”的城门,让风物之美、人文之美和精神之美互相交融。对于城市而言,有温度方才彰显格局与胸怀,让发展更具有厚度。

面对即将到来到的亚运盛会,杭州展现给世人一个什么样的面貌成为众人瞩目的焦点。给城市多留下一些“温情面庞”,这或许是杭州给出的答案之一。城市有了温度,能让更多人在这里感受到满满的幸福感与获得感,展示着当下的“小确幸”,也预示着更加美好的发展前景。

杭州地铁强冷弱冷“变温车厢”很贴心

本报评论员 刘殿君

以往每年夏天,杭州地铁车厢的温度,都会引发大家的“冷嘲”“热议”。今年夏天不一样了,杭州各个地铁车厢“变温”了:推出了“强冷”和“弱冷”两种车厢模式,供大家自由选择“入内”。

原来,根据强弱冷的区别,杭州地铁开启了“夏季空调模式”,列车头尾两节车厢“变温”为“弱冷”车厢,目标温度设置在26℃左右。其余中部车厢为“强冷”车厢,目标温度设置在24℃左右。

此举深受市民拍手叫好。因为每个人的体质、体感等不同,会适应不同的温度。强冷、弱冷相差几摄氏度之间,给了市民多个选择的“空间”。

细心的乘客发现,杭州地铁各个线路车

厢内都张贴了标识标牌,醒目地标注出了列车头尾2节车厢目标温度设置在26℃“弱冷模式”,其余中部车厢目标温度设置在24℃—25℃“强冷模式”。

很多外地游客乘坐杭州地铁赞叹说:杭州是个“浪漫之都”,细节之处彰显精细精致,地铁“变温车厢”很有“温度”,很暖人心。刚刚从兰州大学放假回来的小王同学向记者介绍:兰州有两条地铁线路,车厢内温度是“恒温”的。由于兰州早中晚温差很大,导致早晚地铁车厢内“很冷”,而中午车厢内又“很热”。比较起来,他觉得杭州地铁对市民很“友好”。

不过“好事”的小王也拿着“专业设备”,测试了杭州地铁各个线路车厢内的温度。他提出了疑问:怎么温度有“误差”?有的“强冷”车厢内温度达到了22℃左右,而有的“弱冷”车厢内温度达到了28℃。

很多市民也有小王这种感受,笔者求证后“真相大白”:原来,由于部分线路列车反复行驶穿梭于地下、地面、高架等各种环境中,在不同

的条件下,环境温度自然会动态变化,各不相同,这样就会对车厢内温度产生一定影响了。

另据地铁相关专业人士“解读”,列车空调还受到停靠开关门内外冷热气流频繁交替、高低峰客流人员密度变化、长短途乘客体感需求和差异等多种因素的影响,这使得地铁温度调节控制,就显著区别于民用空调,相对比较复杂。故而车厢内空调温度并非一直处于“恒定状态”。

地铁“变温车厢”模式,让很多要换乘多次线路的上班族感触颇深。以往乘坐不同的线路,要适应略有差异的“变温车厢”。有的女乘客甚至还准备了衣服、小电风扇等,以应付“忽冷忽热”状况。今年杭州地铁的“强冷弱冷模式”,让他们摆脱了以往“小烦恼”,大大提高了乘坐体验感、幸福感。

胜在细节,赢在细节。地铁“变温车厢”模式,只是杭州经营城市管理城市中的一个缩影。免费寄存、爱心茶摊等等细致入微的关怀、关爱、关心,无不时时彰显出这座城市的魅力和张力。

颜值只是底线 才华可以突破极限



本报评论员 王肖君

宝涂涂抹护肤品很正常,但要贴膜却让人大跌眼镜。

这则新闻来自7月13日《钱江晚报》官微。记者做了一个关于儿童面膜的调查,发现电商平台出现五花八门的儿童面膜,价格从9.9元一盒到几百元一盒不等,大多数都是保湿功效,销量都相当不错,最多的一款全网销量有175万盒。

儿童面膜的“横空出世”,再次刷新了人们对电商平台“创造力”的认知。一个电商平台无疑是要促消费,勾起买买买的欲望,在化妆品领域里,成年女性化妆品已经被深挖了多年,成年男性化妆品也开发了,唯独剩下儿童化妆品领域。

一般儿童都不可能去化妆,根本就是涂一些基础护肤的油或霜即可。之所以提出“3岁宝宝就要护肤全面升级,需要每晚睡前敷一敷”,完全是商家在深挖儿童化妆品赛道,而为儿童买单的就是妈妈们,兜了一个圈子,又回到了最热衷化妆护肤的成年女性身上来了。

这对于商家来说,是挺高兴的,因为男性护肤人群仍然是少数,但部分女性消费者比较容易脑子一热,就乖乖掏出钱来交了“智商税”。

而为什么部分成年女性会选择儿童面膜?这很可能是成年人容貌焦虑的另一种投射。这从儿童面膜的广告词可见一斑,比如商家总是打出“好肌

肤藏在起跑线”“终于能实现女儿变美的愿望啦”之类的广告词。

对于儿童面膜,又要套用一句话来警示:“世上高僧千千万,当一阵风过就好啦。”

在看脸的时代,外貌似乎成了不劳而获的最重要的通路。美貌、漂亮、出身……在网络的肆意传播下,很多人都在心里期许这样的“好命”。可是,依靠美貌获得想要的东西真的如想象中那么简单而美好吗?人和人之间的攀比,从来都不仅限于外貌,还有性格、能力、社交等各方面的激烈角逐。

曾经,胡歌在事业的巅峰期选择了暂时隐退入学进修。他曾发微博长文说:“如果我还有机会踏踏实实地学习、沉淀,我愿放弃眼前的一切。”如果仅靠外貌就能轻易取胜,那么胡歌为什么非得靠才华呢?

在《红楼梦》里,曾经有几个嬷嬷说,有个叫甄宝玉的,长得和贾宝玉十分相似。贾母听了不信,说大家子大概除了脸上有残疾的,十分黑丑的,大概看去都是一样的齐整”。现在,时代变化,好看不再是什么特权,只要我们打扮打扮,大部分人都能达到这种“一样齐整”的效果。

那么,为什么仍然有很多人会有容貌焦虑呢?从心理学层面来说,这是典型的自我认同感的缺失。只有正确认知自我存在价值的人,才能理性看待容貌的问题。有句话说得好,“对一个人的欣赏,始于颜值,敬于才华,合于性格,久于善良,终于人品”。即便在看脸的时代,也千万别让你的颜值成为你人生的最高值。因为,颜值只是底线,才华却可以突破极限。

文旅“新窗口”是得多开几扇



本报评论员 林青颖

中国旅客,越来越会玩了。

今年4月,大学生带火了“特种兵式旅游”,相隔没几个月,这届年轻人又把“Citywalk”整上了热搜。

“特种兵式旅游”,就是花最少的金钱和时间,去更多的地方,“快、准、狠”是它的代名词。而“Citywalk”则是指城市漫游,以沉浸式、慢节奏的方式解锁城市魅力。

“特种兵式旅游”与“Citywalk”作为相互的对面,两者皆遇到过网友不同的观点冲突。

从受众上来看,偏好“特种兵式旅游”的大学生和上班族多受限于时间、资金等因素,萧山有网友表示,自己既不想长假人挤人,又因上班请不了假,只能通过和小伙伴来一趟周末“极限旅行”,让自己从工作中喘一口气,而化身“特种兵”可以突破这两种局限性,花最少的时间与金钱,游览最多的景点,让其能以最经济实惠的方式得到精神上的满足,这无疑是一种“高性价比”旅行方式。

另一边,“Citywalk”这种旅行方式以“最原始”丈量城市的方式被无数人所追捧。有旅客认为,这种方式可以“微旅行”方式感受到城市的深厚底蕴,即便是作为本地人,也能看到熟知地的不同面貌,在快节奏生活中找到精神的“休憩所”。例如,萧山周女士会在周末随意挑

选目的地,她认为,“Citywalk”只需要准备好一双鞋、一颗好奇心,就能在家门口“旅行”,对于“懒人”而言,再适合不过。

不可否认的是,这两种旅游方式背后,皆隐喻了现代新生活趋势,在被“卷”“内耗”等词汇覆盖的日常生活中,旅行成了现代人冲破“消耗圈”,追寻精神幸福的方式,就如一度刷屏全网的那句“世界那么大,我想去看看”,而“特种兵式旅游”和“Citywalk”不过只是人民对出行方式、消费方式的需求不同,也就是说,各自选择开上马路的交通道具不同罢了。

同时,我们还应该看到的是,无论是“特种兵式旅游”还是“Citywalk”,都为个人提供了全新的城市“链接”方式,而对于城市文旅行业,这两种旅行方式开创了一个独特视角,成为人们认识城市、了解城市甚至爱上这座城市的新窗口,也为其提供了全新的风向标和引流方式。

眼下,已经有不少城市“嗅觉”敏锐,搭上了这趟“潮流班车”,杭州、江西等地政府官方微信号推出了“特种兵式”旅行相关路线,北京、山东等地则将“城市漫游”列入促进文化旅游休闲行动方案。

这些城市的做法也预示着,“特种兵式旅游”与“Citywalk”所带起的这股热潮,将乘势而上,从“网红”“快闪”“爆款”的标签中跳出,以可持续发展的项目融入城市建设之中。

可以相信的是,届时,“特种兵式旅游”与“Citywalk”治好的不仅只有人们的“精神内耗”,未来,通过更多的业态延伸,或许,这两个“新窗口”还将成为城市文旅发展的突破口。