

榜单

《中年觉醒》
领跑读书飙升榜

据微信读书最新数据,《中年觉醒:重塑生命与生活的力量》(简称《中年觉醒》)居读书飙升榜榜首。这是一本关于如何在事业下行时找到新的成功和幸福的励志书。作者阿瑟·布鲁克斯是一位知名的社会科学家、哈佛教授和幸福专栏作家,他在职业生涯的高峰之际,开始了一段为期7年的探索之旅,试图摆脱“奋发向上的诅咒”,找到一种新的生活方式。在该书中,他分享了他的发现和经历,为读者提供了一个实用的路线图,让他们有机会从容度过人生下半场。他教你如何放下过去的成就,接受现实的挑战,思考生命的意义,培养自己的兴趣和爱好,归隐自己的内心世界,投身于有意义的事业。他总结了这些建议:接受、放下、思考、培育、归隐、投身。

阿柯的《不上班的这几年》居榜单第二。全书共分6个部分,集合了27个关于不上班的故事,作者阿柯用漫画的形式画出了自己的真实经历,她通过与自己的长期独处,变得更了解自己,更加自洽和自信,同时也实现了从经济告急到经济独立。这本书有故事,有情绪,有干货,全面展示了不上班的生活方式,帮助不想上班的人做出适合自己的选择,帮助被迫失业的人走出焦虑,启发年轻人探寻自己想要的样子。

《克林索尔的最后夏天》居榜单第三。该书是德国作家赫曼·黑塞于1919年创作的中篇小说,以独特视角揭示了生命、艺术与人性之真谛。

《新·驯龙高手》
一周口碑电影榜夺冠

据豆瓣最新数据,一周口碑电影榜榜首为《新·驯龙高手》,《新·驯龙高手》(How to Train Your Dragon)是迪恩·德布洛兹执导、编剧、制片,梅森·泰晤士、妮可·帕克、杰拉德·巴特勒、尼克·弗罗斯特等主演的真人电影,于2025年6月13日在北美地区和中国内地同步上映。《新·驯龙高手》由动画版导演迪恩·德布洛兹回归执导,并完全遵循原动画的剧本,通过IMAX,真人动作捕捉,CG特效的技术结合,力求忠实复刻动画的人物、情节与精神内核,为经典焕新。例如,制作团队耗时18个月,研究超过30种动物行为模式,为每一条龙设计专属“性格档案”。另外,剧组还在爱尔兰多尼戈尔郡重建了占地12公顷的维京部落,使用古法锻造的2000件青铜武器,并用泡沫材料制作龙的模型。

《哆啦A梦:大雄的绘画奇遇记》居榜单第二,该片讲述了:新闻中一幅价值数十亿日元的名画引发轰动,而画作残片竟意外落到大雄手中,哆啦A梦一行人进入画中的世界并邂逅了神秘少女可蕾雅。在她的请求下,众人前往新闻中的中世纪欧洲“托托利亚公园”。传说中这里存在一种蕴含神秘力量的宝石“托托利亚蓝”,为了揭开宝石之谜,哆啦A梦一行人展开了冒险,“世界毁灭”的传说开始复苏,他们陷入了巨大的危机……

《铁血战士:杀戮之王》居榜单第三,故事跨越时空,讲述了三个铁血战士的英勇事迹。

《爱情讯息》
居热歌榜榜首

据QQ音乐最新数据,《爱情讯息》居热歌榜第一位。《爱情讯息》是郭静演唱的歌曲,由陈有毓作词、陈科好作曲、吕绍淳编曲,收录在郭静于2008年5月9日发行的专辑《下一个天亮》中。《爱情讯息》是一首带着迷人气息的作品,清新的旋律和《下一个天亮》中几首带着点滴忧伤的歌曲,形成了很大的反差。郭静用略带可爱的唱腔,诠释了一个“偶遇爱情”的故事。

《唯一》居榜单第二,《唯一》是邓紫棋演唱的歌曲,由潘云安、邓紫棋创作作词,该曲改编翻唱自告五人,收录于邓紫棋2023年发行的音乐EP《T.I.M.E.》中。2025年,该曲获得第17届音乐盛典咪咕汇“年度十大金曲奖”。

《第57次取消发送》居榜单第三,《第57次取消发送》是IN-K作词作曲,菲菲公主演唱的歌曲,发行于2025年2月10日。

《桃花映江山》
登顶电视剧热播榜

据腾讯视频最新数据,《桃花映江山》登顶电视剧热播榜,实时热度24973,评分9.5。《桃花映江山》是2024年由腾讯视频出品,银河酷娱、盛泰文化联合出品,易军执导,刘学义、孟子义领衔主演的古装情感电视剧。该剧改编自白鹭成双小说《桃花折江山》,讲述了“当朝左相”沈在野因他人计谋被迫娶和亲公主姜桃花,两人互斗过、合作过,在一次次危机中暗生情愫的故事。

《潜渊》居榜单第二。该剧讲述了1940年,梁朔在一次日本人对其进行的“忠诚测试”任务中“失忆”而陷入绝境,后在中国共产党的帮助下找回身份,重燃心中信仰,并与战友们一起粉碎日本人巨大阴谋的故事。

(□记者 田可新 实习生 亢康硕 整理)



文化观察

伴随一条条让人忍俊不禁的热梗,“苏超”在这个夏天的热度持续上升。“苏超”是谁?想必很多人都对“苏超”的种种热梗耳熟能详,但对“江苏省城市足球联赛”这个全称却摸棱两可。与其说“苏超”是一场比赛,莫若说是一种现象:一个与淄博烧烤、

哈尔滨冰雪、天水麻辣烫、榕江“村超”等如出一辙的“网红”代表,一个代表着流量导向和出圈路径的“顶流”样本。那么,在风起云涌、此起彼伏的区域流量之中,脱颖而出的为什么是“苏超”?“苏超”身上,究竟汇聚了哪些不可或缺流量要素?破译了哪些流量密码?综观那些发生在淄博、哈尔滨、天水、榕江等地的故事可见,“苏超”的出现堪称是一种水到渠成的“接力”。

低门槛 VS 高参与度

“苏超”的低门槛是全方位的。选手层面,“苏超”球员很大一部分是外卖员、教师、学生等业余选手;票价层面,价格低至几块钱,甚至免费看;观众层面,看球像赶集,下班骑上电动车就能去。超低的门槛让整个比赛更像是城市节日和百姓联欢——在这个盛大的节日氛围和联欢场景中,没有高高在上的说辞,更无曲高和寡的基调,最普通的大爷大妈、学生、打工人都能轻松加入,成为乐此不疲的“自己人”。

这与淄博烧烤的爆红何其相似?小炉小饼小葱,人均几十元吃得饱饱的。没有米其林大厨,街边小店就是主场。坐绿皮火车(烧烤专列)也能到,“不挑人”!

即便是在资源禀赋独一无二的哈尔滨,冰雪大世界门票高企?不,中央大街免费,索菲亚教堂外观免费,冻梨切片、甜豆腐脑免费尝。地铁公交方便,“不宰客”的口碑爆棚一时。

从“村超”到“苏超”,不变的是场地,不变的是比赛的内核。简单一句话,参与成本——诸如金钱、时间、精力、心理,统统降到最低。当诸多区域还沉浸在“门票经济”的窠臼里不能自拔,他们已经深谙流量经济的密码:先把人气聚起来。

低门槛也表现在“无脑玩法”上。“苏超”“村超”的场景是足球,规则是足球,一声呐喊足以让全世界听得懂。呐喊助威就行,不需要专业知识。

这实际也是一种传承。品尝淄博烧烤,自己动手烤、卷饼蘸酱,零技术含量,乐趣就在参与感;置身哈尔滨,打雪仗、堆雪人、看冰雕,是个人就会玩……无须学习成本的“无脑玩法”,实为“来了就能玩、玩了就开心”的流量密钥。

不设限的开放与包容制造最高参与度。“苏超”何以场场座上座率赶超中甲、直逼中超?盖因为它欢迎所有人来看,本地人、外地人、外国人,来了就是“十三太保”的客人。正如我们曾经所见的,淄博与哈尔滨政府号召市民当“服务员”,“村超”现场解说在方言与普通话间无缝切换,一个热闹不分家、来了就是自己人的氛围令人动容。也正是在这种由衷而发的表现面前,“排外感”与“归属感”此消彼长,给予游客“不是被收割,而是被欢迎”的自然感受。

走心 VS 高情感黏性

如何让游客来了不想走、走了还想来?“苏超”们不是冷冰冰的景点打卡,而是热乎乎的心动体验。直抵内心的情感连接和独特的集体记忆构成其赖以传播和破圈的底层砝码。

首先是本土文化精髓的故事表达。若说“苏超”哪一个细节最为众人津津乐道,那么一定是遍及全网的“热梗”。诸如南京咸水鸭vs无锡水蜜桃、徐州刘邦故里vs宿迁项羽老家等江苏“散装十三太保”的内部“较劲”之言辞,让比赛超越了足球本身,而演化为城市文化“德比”。

这并非“苏超”的创举。“村超”早已有过巅峰的表演:球员是身边熟悉的乡亲,进球了奖励两只猪脚,中场休息跳侗族大歌,颁奖是全村抬着猪羊游行。以“村味”为灵魂的狂欢节,以及“淄博烧烤”通过“大学生报恩”的温情故事放大“好客山东”不变、“人间烟火气”的标签,都堪称同类案例中的典型。这种立足独一无二的文化基因、地域性格和集体记忆的形象塑造与行为表达,实际都构成了本土文化精髓的故事化表达。

其次是极致体验下的情感高峰。重要的不是被动观看,而是主动参与、情感共鸣。一如淄博烧烤摊的烟雾缭绕、觥筹交错,哈尔滨冰雪大世界的梦幻灯光、中央大街的万人蹦迪,“苏超”的万人呐喊和人浪表演,以巨大的情绪感染力让人瞬间“上头”。极致的体验带来情感体验高峰。超越商业关系的真诚互动,既动人心弦也让游客感觉被尊重、被宠爱。

也正是得益于此,“自来水”从四面八方而来。以抖音、快手、小红书等资讯平台为载体,自发性的UGC(用户生成内容)成为顶流们的流量加持者。“自来水”从何而来?在“苏超”中,便是那一条条的热梗。官方主动下场互动、玩梗,成为热度营造不可或缺的支撑。以热梗为代表的“苏超”实际超越了区域品牌本身,超越了比赛自身和传播形式本身。

鲁南宣讲团的魅力

——“长歌颂沂蒙”札记之三

□ 逢春阶

谓鸟语花香、果香满溢,让人一时分不清这里是工厂还是景区。

更让我惊讶的是,参观完时代楷模赵志全纪念馆后,要听一场讲座。我以为一定是介绍鲁南制药的产品和企业的有关情况,这是规定动作,或者是采风活动中的惯例。我其实不喜欢这样的程式化惯例。结果呢,我猜错了,是鲁南制药集团展览馆负责人齐风云讲沂蒙精神。在药业集团讲沂蒙精神?一时有点儿蒙。齐风云讲的确实是沂蒙精神,但她讲得跟别人不一样,她讲理儿,用理儿带出事儿来,哎,有意思。顺着她的理儿,我重温了众多沂蒙人民的感人故事——沂蒙红嫂送子参军,送夫支前,缝军衣、做担架,舍生忘死为中国革命做出巨大贡献;“愚公移山,改造中国”的房家寨;“虽地处偏远,但风景这边独好”的新农村建设典型“九间棚”和刘嘉坤书记;“时代楷模”赵志全同志全心全意为企业发展,无私奉献的新时代企业家精神等。

讲座没直接“牵扯”鲁南制药,但仔细一想,齐风云讲的每一部分都有鲁南制药的影子,她最后用这样的话作结:“鲁南制药是在沂蒙精神的滋养下出生,在沂蒙精神的滋润下

成长,在沂蒙精神的沁润下成熟。鲁南制药是沂蒙精神的受益者,也是沂蒙精神的传播者。”卒章显志,好聪明的演讲,我听来意犹未尽。山东省作协副主席陈文东说,这个讲座水平不低。

抓住机会,我采访了齐风云女士,她说,鲁南制药的宣讲团,不是鲁南制药的广告团,不是产品推介团,是讲沂蒙精神的宣讲团。他们每年都到大学去宣讲,有一年讲了400多场,效果非常好。齐风云说,面对年轻的受众,讲沂蒙精神故事,必须用青年语言、青年方式让沂蒙精神更富吸引力。比如用“底层逻辑”“价值分配”等现代语境重构红色叙事,用“沉浸剧场”还原尘封历史,用“凡人微光”讲述英雄壮举,看似跟传统的讲述远了,但是更深层的抵达。齐风云说,他们还随时注意吸收最新的沂蒙精神研究成果,让宣讲保持新锐度和深度与温度。

一味地讲药,能把人讲跑了,不讲药,就讲精神,讲沂蒙精神,讲的人热血沸腾,听的人也热血沸腾。最终展现的是什么?是鲁南制

药的风采、格局和胸襟。这是一堂融合了学术深度与传播智慧的示范课。我想,我们的企业家都应该从鲁南制药这里得到启发。怎么讲故事,从哪个角度讲,怎么能讲得吸引人,讲到听众心里去。这真是门大学问。我觉得,鲁南制药宣讲团给人的一个启示是,好故事得从根上讲,从源头上讲,拂去历史的尘埃,耐心地与大家沉浸式分享,才能引起大家共鸣,同频共振,净化心灵。换句话说,我们是讲自家的事,自家的事,就有了关联度,就亲切,就有黏合度。比如,沂蒙人民对党的坚定信仰,齐风云用了这样一句话,我印象深刻:“不是我看见,才相信,但我相信,一定能看见。”人们习惯于“眼见为实”,但沂蒙精神的要旨,恰恰是一种“未见而信”的笃定。这不就是咱们做人的理儿吗?

鲁南制药沂蒙精神宣讲团2021年成立,齐风云和她的小伙伴们足迹遍布全国各地。这些人像勤劳的园丁,将红色种子播撒在广袤土地上。于是,沂蒙精神以更富生命力的形态,生长在每一处意想不到的土壤里。我相信,随着《山东省传承弘扬沂蒙精神条例》的实施,这一颗颗精神种子必将绽放出更加绚丽的花朵,照亮新时代的精神家园。

下一个「苏超」会是谁

□ 大众新闻记者 石念军



小逢观察

最近刷手机,刷到报社年轻同事刘一颖的出镜播报,那话讲得就跟热锅炒豆子一样脆生:“刀郎要在临沂开演唱会,这有点不一样,因为这是他第一次在地级市‘响起山歌’,为什么是临沂?早在几个月前的济南演唱会上,听到《沂蒙山小调》《沂蒙颂》,山东人民的红色基因——‘动’了。在山东,最显性的红色基因,一定是沂蒙精神。5月22日,省十四届人大常委会第十五次会议表决通过了《山东省传承弘扬沂蒙精神条例》。以地方性法规传承弘扬第一批纳入中国共产党人精神谱系的伟大精神,山东走在最前头。”这个条例7月1日起正式实施了。

6月14日,我随“长歌颂沂蒙”采风团来到了鲁南制药集团。脑海里的药业集团,往往充满了刺鼻的异味,可是一走进鲁南制药,清澈的温凉河从厂区缓缓流过,迎宾湖、月亮湖、圆湖相映成趣,蜀葵、剑兰、太阳花、萱草、玉簪花、修竹、石榴,真可