



媒体聚焦

北京青年报：
放暑假不是为了
让孩子“弯道超车”

随着暑假到来，各种让孩子利用假期“弯道超车”的营销话术数不胜数。一些自媒体、小程序纷纷用醒目的标题和夸张的语气，劝导家长购买教辅材料或培训课程；一些培训机构的老师也明示或暗示，称培训课程可与学生的考试成绩及升学挂钩。(7月15日《北京晚报》)

“利用暑假‘弯道超车’”之类话术听多了，家长就会产生越来越强的焦虑：如果不赶紧下单买课，经过这个暑假，自家孩子就会被远远地甩在后面。“弯道超车”最终的结果，不过是培训班、教辅资料掏了家长的钱包，填满了孩子的暑假，贩卖教育焦虑的培训机构赚得盆满钵满。对此，广大家长要保持足够的理性淡定，学会拒绝被诱导、被套路。同样，各地教育行政部门、网信部门等应依法依规加强对暑期教培市场的综合治理，为孩子们拥有一个完整、愉快的暑假提供坚实保障。

南方都市报：
借势巴黎奥运会
中国制造迎来新机遇

2024年巴黎奥运会即将开幕。北京时间7月27日，乒乓球项目将迎来首个比赛日。目前，中国制造的乒乓球台和配套设施已顺利运抵赛场，正在搭建调试。球台体现“科技与浪漫”的交融，得到了巴黎奥组委的高度赞扬，色彩配置获得了国际乒联的特别审批通过。

巴黎奥运会的临近让“奥运经济”持续升温。海关部门透露，在巴黎奥运会的助推下，中国体育用品和赛事周边产品出口呈现大幅增长的趋势。回顾近年来的国际体育赛事，不难发现，不论是运动员还是赛事组织者和观众，他们对中国产品的接受度已经越来越高。如今，中国运动品牌已从最初的默默无闻，打破国际巨头垄断的跨越，一步步走进了奥运会等国际顶级赛事的中心。借助国际体育赛事出海，向赛事经济发力，已经成为中国企业推广全球化业务、提升国际竞争力的重要方式。未来这种良好势头肯定要继续延续下去。

北京晚报：
“小哥码”上线
外卖进小区不再进退为难

近日，浙江杭州市委社会工作部、杭州市市场监督管理局共同开发的杭州“小哥码”正式发布。外卖骑手通过实名认证、扫描小区场所码、出示电子通行证，即可顺利进小区送单。

近年来，入门难、找楼难困扰很多骑手。比如，有的小区不让外卖员进入，骑手只能把食物放在小区门口……进小区有“堵”点，骑手无法按规定时间完成订单，往往被投诉；还可能和保安发生不必要的冲突。“小哥码”上线，能显示小区楼宇分布，骑手找楼也不再成为难题。第一次上手体验“小哥码”，骑手们有一句朴素的评价：很有用。用技术赋能生活，“小哥码”是解决外卖员、物业管理和消费者三方矛盾的有益尝试。“小哥码”体现的是管理精度，也蕴含城市温度。技术用心，骑手称心，管理省心，业主安心。这样的“小哥码”，值得好评，不妨推广。

手写录取通知书
写的是心意与诚意

瞭望塔

□评论员 韩静

7月15日，陕西师范大学毛笔手写录取通知书开笔仪式如约而至。手写录取通知书这一传统在陕师大至今已延续18年。今年参与活动的10余位退休老教授中，年龄最大的已有91岁，他们将和书法家、学校校友、在职教师等一起，用15天时间为5200余名新生手写独一无二的录取通知书。(7月15日《中国青年报》)

录取通知书，作为大学新生的第一枚身份徽章，它不仅是前往知识殿堂的钥匙，更是展现高校风采与灵魂的名片。在众多高校追求电子印刷效率的时候，陕师大独辟蹊径，以“慢”为名，书写“真”情，将每一份通知书化作一封封“欢迎信”，穿越千山万水，送达每一位新生的手中，成为高校录取通知书中的一股清流。

也有人疑惑，手写录取通知书，是不是太过费时费力？但其实，这份仪式感值得珍视。其一，行云流水般的字迹，既是老教授们书法功力如一的体现，也饱含老一辈教育者对后辈的期许与祝福；其二，手书录取通知书，是对传统文化的坚守与弘扬，可被看作开学第一课和“育



中国青年报客户端图

人”的前置课，体现出学校对新生教育的尊重与重视。“快”时代下“慢”书写，显得意义非凡。

独一无二，尤显珍贵；力透纸背，尽显温情。手写录取通知书，虽短短不过数行，凝聚的却是真挚的育人情怀，见字如面、纸短情长。相信经年之后，这封手书的录取通知书会在岁月的研磨中历久弥香。

15天时间，10余位退休老教授参与，手写5200余份录取通知书，如此，陕师大坚持了18年。更为难得的是，今年该校的通知书在设计和工艺上也有全面升级，例如，“录取通知书”5个字集字于颜真卿的千古名碑《多宝

塔》；内页宣纸复制了中国传统古书名画所用特制宣纸；封面与内页二者合一，采用传统书画装裱技艺，等等。这些设计不仅让其本身成为一件艺术品，更让新生在初见之时，便能感受到学校的用心程度，情至心田。

一撇一捺中，蕴含“师者仁心”；一点一滴中，体现“以人为本”。每年，在录取通知书的样式上，各大高校可谓“绝活”不断，无论是手写的，还是其他匠心独具的设计，都是对学生珍视与尊重的表现和表达。愿手写的老传统能继续坚持，也希望更多高校能积极了解学生的需求与喜好，多多创新，多多益善。

热点话题

中国除了有“软实力”，即悠久、丰富的历史文化故事，更有“硬实力”，即开放包容的环境和支持政策

双语梗频频出圈，背后是情感输出的共鸣

双语梗，最近成了网络“顶流”。先是“City不City”如旋风般席卷社交平台，成了时下最盛的“流量密码”。未几，“She Young Young”又从天而降。抖音博主“小淘气鬼当家”发布视频，用英文音译动画片主题曲《喜羊羊》的歌词进行哼唱，试图教唱外国人。外国网友也纷纷“交作业”，掀起一波学中文歌的热潮。(7月16日潮新闻)

在快节奏的现代生活中，人们渴望找到一种独特的方式表达自我，而“City不City”“She Young Young”的有趣、奇特，恰好吸引了人们的眼光。这种趣味用语不仅满足他们的个性需求，也具有一定的社交属性，语言创新与融合更是引起人们的情感共鸣。

或许，两个不同国家的人因为语言障碍无法进行沟通交流，但一句“City不City”“She Young Young”

就能心照不宣地让彼此知道对方的心意，拉近双方的距离。从这个角度来看，双语梗则像是一张互联网通行证，一句你知我知的暗号，让大家加深对不同文化之间的理解和沟通。

当然，双语梗不会只有“City不City”“She Young Young”，每隔一段时间就会有新梗出现。如今，网络传播速度快、覆盖率高，网友的模仿和创造能力强，使得网络热梗更新迭代迅速。这也恰恰说明，人们对于新鲜事物的接受度越来越高；也意识到，语言不仅仅是交流的工具，更是情感传递的载体，能够跨越千山万水，连接起不同文化背景下人们的心。

更深层面上，双语梗频频出圈，除了有“软实力”，即中国悠久、丰富的历史文化故事，更有“硬实力”，即中国开放包容的环境和支持政策。

近年来，从扩大“免签朋友圈”，不断拓展72/144小时过境免签政策

适用国家范围，到进一步满足外籍来华人员支付便利化需求，优化支付服务环境，再到提升住宿便利度，放宽境外人士酒店入住限制……中国主动开放的大门越开越大，也有越来越多外国友人来到中国，对中国文化感到好奇。据统计，2024年一季度，外国人来华数量同比增长3倍多；免签入境外国人198.8万人次，同比上升266.1%。

不久前，外交部发言人毛宁回应“City不City”走红：很高兴看到外国朋友们在中国享受美景美食，亲身感受生动真实的中国。中国就在这里，欢迎大家来。

真正、完整、鲜活的中国，既古老又年轻，既现代又传统，既有先进科技感也充满人间烟火气。泱泱中华的大门，向八方来客敞开，我们共同期待着一个真实、生动、立体的中国形象被世界所认识、所熟知。

评论员 任思凝

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghpl@163.com