

■青春论坛

从年度热词看徐州的青春活力

刘浚豪

近日,上海市青少年研究中心联合澎湃研究所发布“2025年度青年十大热词”,韧性、主理人、从从容容游刃有余等词汇入选。这些热词被无数徐州青年故事诠释,勾勒出这座城市立体鲜活的青春图景。

“韧性”,是青年的成长底色。它并非单纯吃苦耐劳,而是在压力下调整姿态、持续成长的智慧。这份韧性,在徐州青年身上体现为扎根现实的奋斗。从勇夺世界技能大赛奖牌、为国家实现历史

性突破的青年技师,到返乡深耕乡村振兴的“新农人”,再到各行各业坚守的青年从业者,他们以实干诠释韧性,让个人成长与城市发展同频共振,成为徐州向前的坚实底气。

而“主理人”,则彰显青年的文化自信与创新力。作为新一代创业者,他们追求文化表达和事业主导权的鲜明态度。在徐州,一批“青春小店”的主理人,正成为城市肌理中极具活力的一部分。咖啡店里,白天飘散着咖啡香,晚上

变身青年汲取知识的“夜校”;文化工作室里,非遗传承人用现代设计唤醒剪纸、面塑等传统艺术……他们的店铺规模或许不大,却承载着深厚的个人情怀与文化理想。这些“小店+”模式,探索着商业与人文、社交与美学的多元结合,不仅为城市创造了新的消费场景,更彰显了青年一代将热爱变为事业、用创意定义人生的主动姿态。

“从从容容游刃有余”,是青年的生活哲学。他们在奋斗中追求内心秩

序,青年夜校便是生动体现。太极拳、非遗制作、数码技能等课程,覆盖全市几十个教学点、上万人次,成为青年下班后充电、社交的“城市客厅”,助力他们在快节奏中找到平衡,拒绝内耗、从容生活。

在徐州,青年与城市实现了双向奔赴。这里以青年驿站、人才招引政策等举措,为青年扎根保驾护航。当青春活力与城市底蕴、机遇深度融合,必将为徐州迸发出更加澎湃的发展动能。

■热点观察

广告牌之外,是城市之间的真情互动

信宇

上月27日,2025湖南省足球联赛(以下简称“湘超联赛”)总决赛落幕,永州队捧起冠军奖杯。赛场之外,一块来自苏州网友的祝贺广告牌——“这里是永州,我们是冠军”,在网络上迅速走红。随之而来的,是南京、泰州、常州以及徐州等江苏城市网友的接力打call,一块块祝贺广告牌在永州城区亮起,跨越省界的情感互动由此展开。

一场“湘超联赛”,如何让千里之外的江苏网友们自发加入这场跨越省界的祝贺接力?

这背后,既是互联网时代地域隔阂的消解,也是体育精神和“草根足球”所唤起的情感共鸣。无论是刚刚结束的“湘超联赛”,还是2025年夏天“爆火出圈”的江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”),都不是职业赛场的对决,而是扎根城市、扎根普通人的草根赛事。球员来自各行各业,观众是身边的亲友与邻里,胜负之外,更重要的是参与感和城市荣誉感,因而也更容易引发各地球迷的理解与共情。

其次,是江苏省十三市之间良性竞争

的城市气质。在“苏超”的赛场上,十三市之间微妙又激烈,既较劲,又默契。此次对于永州夺冠的集体祝贺,既不是“蹭热度”,也不是简单的玩梗,而是一种成熟的城市心态:尊重对手、欣赏精彩、为热爱本身喝彩。这种良性竞争,正是区域体育文化走向健康、开放的重要标志。

更深一层,是城市之间的情感联结在悄然生长。徐州网友的祝贺,没有停留在口号上,而是拿出了实实在在的诚意——43家A级景区全部免费开放,邀请永州乃至全国网友来徐州走一走、看一看。永州的回应同样真挚:今年1月7日,道县连夜组织14台车,将5万多斤当地特产脐橙送往江苏十三市和湖北黄石。这不是简单的“礼尚往来”,而是一种基于信任与好感的双向奔赴。

一块广告牌,连接的是足球;但真正被点燃的,是城市之间的善意与温度。当体育成为公共情感的载体,当城市愿意以开放姿态拥抱他者,流量就不再是短暂的热度,而会转化为持久的认同。或许,这正是草根足球带给城市最珍贵的礼物。

■街谈巷议

让绿色消费蔚然成风

王艺宸

近日,商务部等9部门联合出台《关于实施绿色消费推进行动的通知》,以7方面20条具体举措,为“十五五”时期绿色消费发展搭建顶层设计。此举为消费模式绿色转型明晰路径,也让绿色低碳的生产生活方式有了坚实制度保障。

绿色消费的普及,从来不是单一主体的“独角戏”,而是需要全链条协同发力的系统工程。此次《通知》跳出传统政策“单点发力”的局限,构建起多维度推进体系。在供给端,打造绿色供应链、开展碳足迹评价,从源头破解绿色产品供给不足、标准不一的难题。在激励端,创新推出线上线下通兑通用的绿色消费积分体系,让消费者的绿色选择可量化、可受益。在环境端,金融信贷支持、节能设施推广、循环回收体系构建等举措同步发力,既降低企业绿色转型成本,也解决消费者绿色消费的便利性痛点。

政策的生命力在于精准回应现实需求。当前绿色消费虽已成共识,但价格偏高、选择有限、回收不便等堵点仍未完全打通。《通知》的诸多举措直指这些痛点。当绿色消费既经济实惠又便捷可行,自然能从“小众选择”变为“大众潮流”。

更深层来看,绿色消费推进行动是推动高质量发展的关键抓手,更是消费升级与生态保护的双赢之举。政策引导消费者选择绿色产品,市场信号会倒逼企业在生产工艺、材料选择等环节绿色创新,驱动产业向高端化、智能化、绿色化升级。

推动消费模式绿色转型,是一场深刻的发展理念变革,更是一项久久为功的系统工程。随着政策红利逐步释放,当绿色成为市场供给主流和公众消费自觉,绿色消费必将从政策引导转化为内生动力,为经济社会全面绿色转型注入持久动能。

■有感而发



漫画 徐丞

“哭哭马”照见情绪消费崛起

周翔宇

2026年开年,一匹嘴角缝反的小马玩偶意外成为网络焦点。这本是义乌一家玩具厂生产线上将被淘汰的残次品,却因为一副委屈的神情,触动了无数人的心,迅速走红全网。商家紧急加开生产线,依然难以满足涌来的订单。

“哭哭马”的意外走红并非商业策划,而是一次集体情绪的共鸣。这反映出当前消费行为的一个重要转向:购买决策正越来越紧密地与情感需求相结合。

在现代生活的精致模板里,“完美”仿佛成为无形的标准。流水线上的玩偶必须笑容整齐,社交网络中的形象总要光鲜亮丽,连情绪也要保持稳定得体。在这样的氛围中,脆弱、失误与“不完美”往往被悄悄隐藏。

而这匹小马的可贵,恰恰在于它公然“不完美”。一个无心的缝制失误,让它脱离了标准化笑容,有了一种笨拙的真实感。许多人从它那里看到的,不是生产线上的瑕疵,而是那个偶尔也会感到委屈、却依然在努力的自己。人们为之买单的,正是这份对真实情绪的照见与接纳。

比起设计完美的“笑笑马”,“哭哭马”的走红,本质上是一场情绪消费的胜利。当物质日益丰富,消费的意义不再

局限于功能,更在于它所带来的情感认同与精神慰藉。传统吉祥物承载着对快乐的单向祝愿,而“哭哭马”却完成了一场无声的对话。它无需言语,便传递出“你的情绪被看见了”的默契。这提醒我们,真正的治愈,往往始于对复杂情绪的包容,而非对积极快乐的强制追求。

诚然,从网络热度到现实中的产品,“义乌速度”所代表的敏捷供应链,让这个意外得以快速转化为商品。但这番热闹背后,更值得关注的或许是大众消费心理的细腻转向:人们正在寻找那些能承载真实情感、打破精致疲惫的符号。

“哭哭马”如同一面镜子,映照出社会对“完美”的倦怠,以及对“真实”的渴望。它启示我们:真正打动人的,未必是毫无缺点的完美,而是敢于流露脆弱真诚的诚恳。

当这匹小马走进更多人的生活,它也在传递一个提醒:接纳不完美的时刻,与自己的情绪和解,本就是成长的一部分。在未来的消费市场中,能否提供情感共鸣与精神慰藉,或许比单纯追求完美更具竞争力。“哭哭马”的走红,预示着一个更关注心理体验的消费时代正在到来。