



热爱,是最好的发动机

风驰电掣间,历史被改写。世界超级摩托车锦标赛赛场上,中国摩托车制造商“张雪机车”实现两连胜。中国制造,赢了!网民们为热爱和奋斗点赞,为中国制造出圈喝彩。

这不仅是一个人的飞驰人生,更是中国制造的时代缩影。热爱,是最好的发动机!它驱动一个人奔赴山海,驱动一个企业攀登高峰,更驱动一个国家逐梦前行。

这热爱,是不认命的倔强。二十

年前,那个一身泥泞喊出“有梦想就去追”的19岁少年,或许未曾想过,这份纯粹能击穿时间的壁垒。不问前路坎坷,只愿此生无悔。从满手油污的修车铺学徒,到蒙眼组装发动机的技术狂人,初中学历的张雪,用加倍的努力,将冰冷的金属淬炼成碾压对手的硬核实力。

这热爱,是不一般的使命。骑不到最前面,便造出能冲到最前面的车。他押上全部身家,死磕自主研发动

机,将中国摩托车的性能天花板,向上狠狠顶了一截。193千克车身,2.81秒零百加速,这是性能的突围,也是从“量”到“质”的一跃。

这热爱,是个体与时代的合拍。制造业升级的机遇、完备产业链的支撑,让黑马有了驰骋的天地。深海深潜、芯片突围、AI争先、机器人亮相,不信邪、不服输的追梦人,在“卡脖子”的关隘,走最难的路,闯最险的关。他们,就是中国经济顶压前行、攻坚克难

的缩影。

中国式现代化新征程上,每一个人都是主角。我们呼唤更多像张雪这样的奋斗者、创造者,在各自的领域深耕、死磕、突围,跑出惊艳世界的中国速度。

选择了远方,就风雨兼程。把一件事做到极致,世界自会为你让路。当亿万颗心为热爱而澎湃,无数个引擎为梦想而轰鸣,那汇聚而成的磅礴力量,必将驱动“中国号”巨轮,冲破惊涛骇浪,驶向光明的未来。(新华社)



手机“一键登录”,不应成为防沉迷系统的“一键漏洞”

当前,手机“一键登录”功能因其便捷性,已成为大部分App和游戏的首选登录方式。用户无需输入账号密码,仅凭授权即可快速进入应用。然而,这种看似“丝滑”的体验,却正在掏空未成年人游戏防沉迷系统的根基,让旨在保护青少年健康成长的技术屏障面临“一键失守”的尴尬与风险。

近期有用户反映,一名6岁的未成年人使用手机登录《蛋仔派对》游戏后,累计消费高达一万四千多元。游戏防沉迷系统在手机端“失灵”,皆因该游戏登录环节未设置手动输入密码、人脸识别等身份验证程序,仅通过一键读取用户手机账户信息便完成了登录。

目前,我国已实施网络游戏防沉迷系统,要求所有网络游戏必须接入实名认证系统,且对未成年人的游戏时间、充值金额进行了严格限制。然而,据相关法律从业者介绍,近年来涉

及未成年人游戏充值纠纷的案件数量依旧居高不下。广州互联网法院的数据显示,近3年该院共受理5000多起涉未成年人网络游戏充值纠纷,其中65%是未成年人使用家长或其他成年人的账号进行游戏充值所引发的。

手机“一键登录”游戏本是为用户快速进入游戏,但当这一功能被应用于未成年人使用场景时,其便利性却成了逃避监管的“后门”。手机厂商在引导用户完成实名认证后,便将这一身份信息作为进入游戏的“通行证”,放弃了在关键环节进行二次核验,将技术便利置于安全责任之上。

手机“一键登录”导致游戏防沉迷系统“一键失守”,一方面是技术便利性与监管严密性之间的冲突,但另一方面,也暴露出相关企业责任意识失守,以及部分平台在商业利益与社会

漏洞,不仅会使已有的防沉迷措施效果大打折扣,还可能对未成年人的身心健康造成严重威胁。

筑牢未成年人网络保护防线,绝不能止步于表面。手机厂商、游戏企业等要承担起社会责任,切勿因害怕丢失用户活跃度,而忽视对未成年人的保护责任。在技术设计上,游戏公司应建立更为严格的身份核验机制,监管部门也应强化对游戏产业链各环节的监管,对落实防沉迷措施不力的企业依法依规严肃处理。

未成年人保护是一项系统工程,容不得任何一个环节“掉链子”。“一键登录”不应成为防沉迷系统的“一键漏洞”,相关企业更不应在商业利益与社会

（半月谈）



从“买有用”到“买开心”

在云南保山,有人绕道80里,就为看一眼“喷火枪烧咖啡”;在河北唐山,河头老街的“科举考试”夜夜举行;在浙江杭州,不少游客会奔赴一场名为《德寿夜宴》的奇妙约会……“沉浸式消费”的背后是获取认同的深层次需求。

从走马观花式的“打卡”,到入景、入戏、入情、入心的深度沉浸。曾经,消费的核心是“拥有”,是满足衣食住行的刚性需求;如今,消费的重心正在从“购买物品”向“体验服务”延展,追求情感的慰藉与自我的表达。浙江横店,从看戏到拍戏,一秒入戏的人们,沉浸式过了把演员瘾;非遗工坊、实景演艺的兴起,让传统文化“触手可及”;服饰企业的个性化定制服务,让消费者在亲手造物中获得感满满。体验消费的每一个场景,都在回应着人们对情绪价值的深层渴求。

当下,情绪消费已从新风尚成长为万亿级市场。年轻人解压盲盒付费,中老年人怀旧下午茶排队,不同年龄层的消费选择,共同勾勒出一幅“悦己为先”的消费新图景,而这背后,是时代的发展,是民生福祉的改善,更是社会心态的自信与从容。

体验经济的核心是体验搭台,经济唱戏。从大唐不夜城到大宋不夜城,从哈尔滨的冰雪资源到淄博、天水的舌尖美味,纵观各地,以文化为底色,巧妙融合本地历史与民俗特色,已成为推动商业与文旅从打卡式向深度体验升级的普遍共识。这种个性化、互动式的体验,正是各地摆脱同质化竞争、塑造核心竞争力的关键所在。与此同时,整合拉动二次、多次消费,用流量提升游客增量,才能创造更大的经济价值。

从“买有用”到“买开心”,从“拥有商品”到“享受过程”,体验消费的破局,不仅是消费模式的迭代,更是中国经济高质量发展的生动诠释。“十五五”规划纲要提出“以新需求引领新供给,以新供给创造新需求”,而情绪性、体验性消费,正是这场供需良性互动的生动注脚。

当每一次逛街都能收获多巴胺,每一次参与都能实现“入戏”共鸣,每一件手作都能承载情绪价值,消费便不再是冰冷的交易,而是有温度、有共鸣、有力量的精神滋养。而这,正是中国经济最动人的新底色。(人民网)



比起“喊话”维权 法律刚性更能维护创作者尊严

□ 宋梦华

3月30日凌晨,歌手李荣浩就单纯侵权事件作出回应,明确此事暂且告一段落,但仍保留依法追究侵权方责任的权利。

但这起事件触发的音乐行业版权连锁反应,却远未平息。同一天,水木年华成员卢庚戌发文维权,喊话侵权其原创歌曲《爱上你我很快乐》的人,要求补上版权费用;3月31日凌晨,现象级歌曲《跳楼机》原唱LBI利比发表长文,控诉环球音乐侵占其歌曲版权。短短两天内,多起音乐版权纠纷在微博平台集中爆发。

这些集中在微博的喊话式维权,折射出一个尴尬现状:多数版权争议的解决,仍停留在网络公开发声的层面。究其原因,公开喊话成本低、关注度高,能快速形成舆论压力,倒逼侵权方回应。而法律途径耗时耗力,赔偿往往低于诉讼成本,这种现实反差让不少音乐人基于性价比考量选择了前者。

但如果维权仅止步于喊话,既无法对侵权者形成实质震慑,也难以推

动行业版权规则的真正落地。李荣浩在维权中明确表示“不是为了赔偿”,但事实上,依法追究侵权责任恰恰是维护版权秩序最有力的武器。每一次成功的维权案例,都是对侵权者的有力警示,更是对行业版权秩序的一次加固。

今天,网友扒出以往视频,示范了歌手维护版权的行动与意识。周深在演唱会上清唱一句后戛然而止,幽默回应“没搞定版权”,粉丝顺势发起话题“周深你又欠我一首歌”;那英在节目中要唱几句歌词,第一反应便是致电确认版权。这种将版权合规内化为行为自觉的做法,证明版权意识从不是高调的表态,而是刻进DNA的职业自觉。

如果说音乐人之间的维权尚属行业内部问题,那么商业场所的普遍侵权则渗透在日常生活的角角落落。

小饭店播放背景音乐、KTV提供歌曲点播服务,这些看似习以为常的场景,实则暗藏版权风险。长期以来,部分商家缺乏基本的版权意识,认为“随手播放”“随意点唱”无需付费,大量音乐作品因此被无偿使用,创作者

的合理收益被变相侵占。

根据《中华人民共和国著作权法》第四十五条规定,将录音制品用于有线或者无线公开传播,或者通过传送声音的技术设备向公众公开播送的,应当向录音制作者支付报酬。事实上,中国音像著作权集体管理协会、中国音乐著作权协会等专业集体管理组织,早已建立起公开透明的授权流程与收费标准。商家只需主动联系获取打包授权,便能以较低的成本规避侵权风险。

规则已经就位,渠道已经畅通,但版权保护的根基,还在于每一位使用者的自觉。集体管理组织降低了合规门槛,但如果商家始终抱着“没被告过就没事”的侥幸心理,再低的门槛也难以跨过。

但自觉的养成,不能只靠呼吁,更需要法治的刚性兜底。当侵权成本远高于侵权收益,合规付费内化为每一位使用者的本能自觉,创作者便无需靠喊话来维权。法律划出的刚性红线,远比一时的热搜流量,更能守护每一份创作的尊严。