

世界也是多彩的

人类文明因多样才有交流互鉴的价值。阳光有七种颜色，世界也是多彩的。一个国家和民族的文明是一个国家和民族的集体记忆。人类在漫长的历史长河中，创造和发展了多姿多彩的文明。从茹毛饮血到田园农耕，从工业革命到信息社会，构成了波澜壮阔的文明图谱，书写了激荡人心的文明华章。

“一花独放不是春，百花齐放春满园。”如果世界上只有一种花朵，就算这种花朵再美，那也是单调的。不论是中华文明，还是世界上存在的其他文明，都是人类文明创造的成果。

我参观过法国卢浮宫，也参观过中国故宫博物院，它们珍藏着千万件艺术珍品，吸引人们眼球的正是其展现的多样文明成果。文明交流互鉴不应该以独尊某一种文明或者贬损某一种文明为前提。中国人在2000多年前就认识到了“物之不齐，物之情也”的道理。推动文明交流互鉴，可以丰富人类文明的色彩，让各国人民享受更富内涵的精神生活、开创更有选择的未来。

——摘自习近平在联合国教科文组织总部的演讲（2014年3月27日）



本栏目主持人：刘少华

“深度在水面以下79米，一次独头掘进5公里，这样的成绩在全球盾构行业处于领先地位！”这是中国工程院院士钱七虎日前在一次专家研讨会上给予的充分肯定。这里是苏通长江GIL综合管廊隧道工程，是目前中国大陆境内埋深最深、水土压力最大的隧道。隧道全长5468.5米，盾构机开挖直径12.07米。

担负施工任务的中铁十四局大盾构公司项目经理陈鹏说：“整条隧道之所以进展顺利，不单是因为技术上的独门绝技，更是源于项目党建工作发挥了巨大的引领作用。”目前，隧道掘进进入最后攻坚阶段，他们又一次在工地上面向党旗，重温入党誓词，铿锵响亮、掷地有声的誓言回荡在长江畔。

从组建项目班子开始，项目经理陈鹏、党支部书记袁加辉就统一思想，高度认识此项工程的重大意义。他们靠扎实的党建工作凝心聚力，将支部打造成坚强堡垒，助推施工生产一路攻坚克难。

党支部班子成员精心分工、精细到位，克服了江底穿越的一个又一个“拦路虎”。安全通过长江南岸大堤、360米5%下坡段、富含有害气体段等四个重大风险点。

长江畔、工地上，他们面向党旗宣誓

刘福昌

“幸福都是奋斗出来的。对于工程人来说，一生能遇到像苏通这种项目的机会很难得，这个平台影响大、管理严、标准高、成长快。”项目经理陈鹏教育年轻人要抓住机遇，加快成长，身体力行育人才、带队伍，成为项目党支部的一大亮点。项目部员工71人，平均年龄只有27岁。盾构机长和维修主管都是清一色的“90后”。

分管隧道施工的副经理孙旭涛说：“陈鹏经理是我职业生涯的引路人，我跟随他先后建设了3条越江隧道，他身上不仅有追求卓越、精益求精的大国工匠精神，而且时时处处表现出一个共产党员甘于奉献、勇于担当的优良品质，这些都深深吸引并感染着我，也激发出我加入党组织的强烈愿望。”今年3月，他向党支部郑重递交了入党申请书。

“在我们施工过程中，在很平凡的工作岗位上，会有一些非常优秀的同志脱颖而出，我们基层党支部就是要及时发现这些同志的闪光点，主动向他宣传党的理论知识，教育、引导他积极地向党组织靠拢。”项目经理陈鹏说。

在他的支持和带领下，项目部党建共建活动丰富多彩，与当地电力部门共同组织文艺汇演慰问一线工人、巡游母亲河、共同开展党建交流等。项目书记袁加辉表示，项目党建工作已经融合在中心工作中，党建工作与5S标准化管理相结合，每月都评比一次，表彰激励先进，在科技攻关和主动承担急难险重任务方面，党员发挥出很好的模范带头作用。

据中铁十四局大盾构工程公司党委书记张小峰介绍，像苏通长江隧道这样的工程项目，这家公司在全国各地有12个，另外还在13个区域中心城市有20余个地铁建设项目。他们为做优做强全国首家大盾构专业化公司，每个项目都和苏通项目一样全面加强基层党的建设。公司党委强化责任意识，创新推出每月“先锋讲堂”集中党课、每周微信公众号“学习会”等，用好互联网，深入推进学习教育常态化制度化，使企业党建工作标准化科学化水平不断提高，将党组织的政治优势转化为该公司科学发展、创新发展的优势。

“十四局大盾构”今年初被评为中国铁建首届“十大品牌”，公司获得“全国企业文化建设先进单位”，国家一些重要媒体的党总支、党支部先后和该公司国家重点项目部党支部结对共建，《依托工程项目开展党建共建》的经验前不久在中组部主办的《党建研究》杂志上刊发。在全国大盾构行业，他们去年承揽了3条开挖直径在15米以上超大直径盾构隧道，其中济南黄河隧道为国内在建的最大直径盾构两用隧道，武汉和平路南延隧道为目前国内最大直径的盾构隧道，直径达到16.01米，成为行业内的翘楚。

中国人的世界杯时刻

刘少华 张滋宜 柴雅欣

6月20日，杭州，超过30摄氏度的南方湿热天气，体感上难言享受，大街上遍是汗流浹背的行人。一个再普通不过的工地上，工人们满脸笑容，看着眼前两部手机，虽说已是下班时间，有人还没摘下红色安全帽。手边摆着一些打包带回的烤串和绿色啤酒瓶。

一位工人用粗犷的大手，在本子上画出表格，清晰记录着每天的比赛，只是场次后写的不是各国球星名字，而是“老谢”“小张”“华哥”“王强”等——都是工友名字。这是一张独特的轮班表，轮到谁，就用谁的手机流量看优酷上的世界杯比赛直播。在电视、网络极为发达的今日，工地上只有手机这个通往世界杯的介质。有些手机屏幕碎了，有些蒙了尘，但几乎每一部都连着充电宝。

看世界杯猜比分的快乐也未缺席。几块砖、两根圆柱形铁管，便成了那晚葡萄牙对摩洛哥的比分“1:0”。工人们举杯，为这一夜喝彩。

四年一轮回，世界杯在中国从不缺少存在感。自从40年前第一次看到世界杯转播开始，从橙色风暴荷兰到五星巴西，从球王马拉多纳到巨星齐达内，从战术严明的欧洲球队到狂野奔放的南美球队，世界杯带来的笑容与眼泪、速度与激情，在时光陪衬下，成为中国人不可或缺的日常记忆。

如今，又是精彩绝伦的世界杯，又是时差、啤酒与小龙虾，又是聚在一起看球的快乐、心仪球队输球的痛苦。当中国人迎来世界杯时刻，故事中总是充满饱和度极高的情节。



热爱——记忆中，世界杯无处不在

在青岛这样一座城市看球，少不了啤酒、烧烤和朋友作伴，四年一次的世界杯，尤其需要这样的仪式感。

尽管家中有一台4K超高清电视，李海飞还是喜欢叫上住在附近的几个老友，去楼下“董家烧烤”店要几扎啤酒，一起围着店里的小电视看。“自己看球多没意思，凑在一起才热闹！世界杯四年才一次，这个月有盼头。”

四年时间，不长也不短。屏幕上的大力神杯，年轮般出现在人们生命中的各个节点，选择了观看世界杯，会在多年以后发现，世界杯也是人生的记录方式。

“作为球迷，经历了四届世界杯，身边陪着看球的人每次都不一样。”周缘印象最深的是2010年，正值备战中考时，日子很轻松。“看到场上球员们飞奔，用努力获得成功，给我很大的鼓舞。”伴随着自己热爱的西班牙队接连在欧洲杯、世界杯夺冠，周缘在求学路上也一路奔跑，进入清华大学读书。

当然，人生也像球队一般，进退总是难免。大一那年，还未细细品尝初进清华的新鲜和喜悦，迷茫感便扑面而来。2014年世界杯，被球迷委以众望的西班牙队在小组赛第一场以1:5惨败荷兰，到小组赛第三场时，已无出线希望。正在准备期末考试周缘，跑到厕所痛哭一场。

“世界杯吸引我的地方在于，我会把它和自己的人生经历联系起来。那时就感受到，人生很像足球赛，那不如意的一面，也是必须面对的。”周缘对本报感慨。如今已是周缘在清华读书的第五年。她的人生，在又一个四年后成熟了不少。“现在不会这样了，喜欢的球员也差不多都退役了，是很‘佛系’地看球。”

但对看球已有20年的张自方来说，当自己喜欢的德国队在对阵瑞典的比赛中，以一记精彩任意球实现世界杯常规时间最晚绝杀纪录时，实在无法淡定。

“我出生于1992年6月8日晚上，10年后，2002年同一天，同一个时辰，中国队在世界杯上0:4输给了巴西。”这样的巧合，让这个体育迷对足球有了别样的记忆。

但那场比赛中，令他记忆最深的并不是大比分落后，而是一脚没打进的射门。“我记得特别清楚，中国队有一次射中了门柱，那可是巴西队的门柱！”

张自方的父亲年轻时是大学足球队队员，数次夺得四川省高校冠军。这位热爱足球的父亲，甚至联系当地体校专业足球教练，来为儿子的足球队上课。“小学那会，我也‘子承父业’，当上了校足球队队长，穿上10号球衣，戴上队长袖标。那是人生中一个辉煌时刻。”

踢球的故事没延续太久，看球的习惯却持续至今。13岁开始，张自方离家去外地求学，在初高中宿舍里度过了两届世界杯。熄灯后的宿舍没有白天那样嘈杂，六个男孩围着桌上一个小小的MP3听广播。没有种满草皮的球场，也没有球员矫健的身影，只有梁宏达激情澎湃的解说声，带着想象中的芳草味，留在了青春记忆里。

连接——那些年，中国人这样看球

北京出租司机达师傅面容清瘦，话不太多。随手一调电台，传来足球解说的声音，一看时间，刚好八点。

每晚八点开始边开车边听广播，回到家再看凌晨两点的比赛，就是达师傅的“世界杯”生活。“上世纪七八十年代那会儿，没有电视不都是靠听嘛。听的话，就需要点想象力，想象那个画面。”

在“超清”“高清”等电视画质为人们熟悉之前，一台收音机足够满足那个年代的球迷。从收音机



6月16日，中国球迷在莫斯科世界杯赛场观看比赛。新华社记者 王毓国摄



6月14日，来自中国江西的球迷熊培相（中）与妻子在世界杯吉祥物前合影。新华社记者 杨磊摄



6月25日，几名支持西班牙队伊涅斯塔的中国球迷在开赛前进场。新华社记者 李明摄

到电视机，再到移动互联网带来的自由空间选择，中国球迷与世界杯的联系越来越具有多样性，丰富着国人的足球体验和记忆。

也许并非巧合，中国人的世界杯记忆，与改革开放同一年开始。

1978年第11届世界杯，当白色纸片如雪片般在布宜诺斯艾利斯纪念碑球场飘落时，伴随着阿根廷球迷的纵情高歌，中国人真正开始知道世界杯。

李海飞记得，那年年初，在法国工作了两年多的父亲回到青岛家中，带了大大小小的礼物，其中最瞩目的便是一台彩色电视机。那时，黑白电视机仍是奢侈品，彩电更是难得一见。世界杯决赛时，十多个邻居挤在家里，围着这台9英寸的小电视，为万里之外阿根廷球场上的每一次进球心潮澎湃……那时那景，李海飞至今历历在目。

如今，有机构估计，中国家庭的电视机保有量超过5亿台。仅仅因为人们希望改善世界杯观感，都能让彩电市场在短期内实现迅猛增长。国金证券6月14日发布报告称，世界杯开幕前那一周，海信、TCL踩点线下销售额同比增速均超过100%，卖得最好的是55英寸电视，其次是65英寸电视，大尺寸、超高清产品占比越来越大。不仅如此，在显示技术、分辨率、音效、外观设计等多方面，电视都在实现更新换代，而在接入互联网之后，其性能亦大为加强。

与1978年显著的不同是，据统计，2018年世界杯开幕当天，共有超过1.28亿观众通过央视收看世界杯开幕式、揭幕战以及相关节目。

当然，表达看球感受，也多了许多渠道。24岁的邱斌喜欢在宿舍看比赛直播，然后发微博或朋友圈点评比赛。时针刚过凌晨12点，宿舍

准点熄灯，墨西哥队与德国队激战正酣，他戴着耳机，盯着眼前亮着的电脑屏幕。手机不时传来震动，十有八九是微博网友最新回复的消息。

“赛时分分秒秒，赛后大忙开启。你所看到的每一条世界杯，都从这里发出。”6月18日凌晨4时26分，阿里巴巴文娱集团优酷事业群平台运营负责人张国伟发出一条朋友圈信息。配图是北京阿里中心的一间会议室，此时亮如白昼，一张世界杯赛程表铺满整面墙，桌上摆满电脑、饮料、水杯、插线板、小吃和纸巾，没人在意桌上多乱，十多名工作人员全神贯注盯着屏幕。此时，紧张激烈的直播已然结束，内容策划、图片处理、标题构思，成为后半夜的主题，用张国伟的话说，“真正‘大忙’的开始”。

今年，优酷成为史上首家拿下世界杯直播权的主流视频平台，为了让世界杯直播呈现最佳效果，工作人员集体进入“备战”状态，公司过道里摆满了行军床、帐篷，很多人吃住于此。

“世界杯这个项目上，我们几乎全员参与了。”阿里文娱集团轮值总裁兼优酷事业群总裁杨伟东向本报介绍，通过优酷直播观看世界杯揭幕战的人数超过1200万人次，创造了优酷平台直播历史新高，其中，年轻受众是网上看球的主力军，30岁以下的观众占比近60%。“我们希望通过这次机会向全世界展示中国体育市场、中国足球市场巨大的潜力。借助对世界顶级赛事的推广，希望能让更多热爱足球的人转化为热爱体育的人，掀起全民运动的新热潮。”

跨越——去现场，遍地是中国元素

40年前，“世界杯”三个字对中国人来说还十分陌生。如今，来自世界第二大经济体的我们，离世界杯越来越近。

在与俄罗斯相隔万里的扬州市杨寿镇，李树林是当地的“大人物”，其名声源于一个特殊的头衔——杨寿镇农民球迷协会会长。在新浪微博上，“杨寿农民足球队”还有精心设计的logo（标志）。

2002年韩日世界杯，中国足球队第一次打进世界杯决赛圈，那一年，李树林孤身一人花费两万多元前往韩国看球。那是他第一次出国看球。今年，李树林再次花费两万多，去俄罗斯现场领略世界杯的精彩。

据统计，此次远征俄罗斯的中国球迷人数超过4万，排在所有国家中的第9位，甚至超过了西班牙。除了球迷，还有不少中国游客计划在此期间前往俄罗斯旅游，预计将为俄罗斯贡献总计30亿元人民币的收入。

为方便中国游客出行和购物，俄罗斯有约4000家商店用上了支付宝。而莫斯科中央环线的五座地铁站也可用支付宝购票，并配备了中文指南。

据德勤会计师事务所统计，足球产业的总产值已达5000亿美元，被誉为“世界第十七大经济体”。而作为足球世界最重大的赛事，世界杯不仅能拉动东道主的经济增长，更为全球企业提供了巨大商机。

中国在世界杯上更大的存在感，是球场周围闪烁的巨幅中文广告牌。

十六年前，尽管中国男足亮相世界杯，彼时却没有任何一家中国企业进入赞助商行列。如今，本届世界杯的17个官方赞助商中，中国企业独占7席，其中万达更是跻身国际足联一级赞助商阵营，拿下了包括本届赛事在内的未来四届世界杯广告权和营销权。

中国制造的过硬品质，也得到国际足联和主办国的重复认可。无论是植入“NFC芯片”的世界杯用球，还是可爱友好的毛绒玩具吉祥物“扎比瓦卡”，还是球场内的空调设施……中国产品无处不在。

来自中国的影响还不止这些。最让人意想不到的，可能是“小龙虾的远征”。据报道，世界杯开幕前，约10万只小龙虾搭乘中欧班列从武汉出发前往莫斯科，中国人看球时的一个习惯，走向了世界杯主办国，成为赛场外一抹有趣的“中国红”。