

最美军人

# 潜艇的“顺风耳”

——记南部战区海军某基地声纳技师张磊

潜艇被称为“大洋杀手”，潜艇上的声纳被称为潜艇的耳目。声纳兵，则是在恰当的时间点给艇长送上最重要信息的人。潜艇出得去、藏得好是基础，打得赢是关键，而声纳是这一切的基础。

张磊，就是这样一名声纳兵。坚守声纳战位23年，张磊先后参与某型潜艇实射战雷、战备巡航、系列演习等30多项重大任务，多次立功受奖。

“天生就是干声纳的料。”23年前，潜艇学院教员这样评价张磊。什么样的人才是天生干声纳的料？就是能听到很多人听不到的声音。张磊就具备这样的能力。

第一次听音考核，当其他人还在懵懵懂懂、不知所措的时候，张磊已判别出了考核的10个噪声目标。但张磊不满足，继续苦练听力。耳机长时间塞在耳朵中，张磊的双耳发炎流脓，他换上大耳机接着听，听坏了3台录

音机。

考核时，数百个噪音目标，张磊平均数秒判读一个，无一差错，耗时远远低于训练大纲规定的判读时限。

凭着“秒杀”的绝活，张磊连年获得基地听音比武第一名。

有人认为声纳兵的工作枯燥乏味，但张磊却不这么认为。“我们以为大海就是海水海浪，其实海底是很热闹的。”张磊说。

张磊对声音的敏感已经化到骨子里。每次吃饭，他都会早早回到班里，眯缝着眼睛，听着宿舍门前的脚步声，一个一个甄别过往的战友。

多年来，张磊参与实射了100多次次水中武器，没有一次误判或丢失目标，被基地官兵誉为“潜艇顺风耳”。

一次，在一场“背靠背”潜艇对抗演练中，演练现场突然多出了一艘观摩舰，这让所有人员都一筹莫展：舰型相同、主机相同、转速相同、桨叶相同……一

切都相同，这让潜艇声纳兵怎么断定哪个是要攻击的目标？

战斗已经打响，一旦判断失误这场对抗就将以失败告终。该锁定哪个？到底该攻击哪个？在场的所有人都把目光投向了张磊。

张磊冷静地戴上听音耳机，鹰隼般的双眼紧紧盯着声纳显示屏，指尖不停地在腿上敲击着信号。叠加杂乱的数十种“信号”声，就像一个巨大的信号迷宫。在外人眼中这些无规律的“信号”如同刺耳的噪音，但此时的张磊却像在听一首优美的乐曲。

从纷繁复杂、瞬息万变的信号中抽丝剥茧，张磊“揪”出了有用“信号”，迅速锁定了目标，他兴奋地说：“就是它！”

鱼雷呼啸而出，精确命中目标……

一场漂亮仗背后，是张磊20多年孜孜不倦、不懈努力的结果。

那年秋天，基地声纳专业比武不期而至。比赛要求参赛队员在160个噪声目标中，以最快速度判出噪声目标的舰型、主机类型、转速。经过6轮的较量，最后剩下张磊与曾睡上下铺的刘尊纲难分伯仲。

“挑选比武范围外的噪声目标，加试一轮。”听音室内，参加比武的50多名选手围拢过来，目光都聚焦在这最后的较量上。

工作人员按下录音机播放键，现场一片寂静，气氛几乎凝固。数十秒后，两人几乎同时脱口而出，张磊一转不差地答出了主机类型和转速。

在许多人眼中，这一转并不影响大局，大家都认为只要能够精确判断出舰型目标，实战中就没有问题。但在张磊眼中，战场上的“一转”之差，恰恰就是胜负的关键。

日积月累的训练和一次次重大任务的锤炼，让张磊成了基地乃至海军、全军的“声纳专家”。

一次任务中，张磊突然发现扬声器中多出许多杂乱的“噼啪、噼啪”声，这一现象引起他的高度警觉。但随艇专家检测后认为，声音是浅海声场环境影响所致，不属于设备故障。

面对权威意见，张磊主动找到专家探讨，共同分析，最后一直接询到上级业务部门。后来，经厂家排查发现，是一条电缆内芯松脱自激造成的设备故障。排除故障后，专家们对这名“兵专家”竖起了大拇指。

2015年，张磊转岗为声纳专业教练员，他把多年来积攒的笔记心得，结合上千天的出海经验，连续制作了40多套多媒体教程……他恨不得把所有的知识都倾囊相授。

“战场上只有精准的判断，没有差不多。”张磊这么说的，也是这么做的。在大洋深处，因为张磊和战友们的存在，使潜艇拥有了一双打得赢的“顺风耳”。

据新华社

## 夏日高温下居民消费百态

全国多地接连出现35℃以上的高温天气。在炎炎烈日、酷暑闷热中，寻找“清凉”成为人们的选择。由此，居民生活习惯开始发生变化，消费需求也有了新的动向。这个夏天里，外卖火了、网购旺了，纳凉的文娱场人气爆棚……一幕幕火热的场景，勾连出高温下居民的消费百态。

### 避“烈日”我们去消费

在北京南五环的荟聚购物中心，晚上8点以后，仍是人群熙攘，部分热门餐厅一座难求。一家快餐门店负责人说：“商场空调充足，娱乐服务也比较完备，顾客都不愿意在家做饭，客流量明显增多。”

在海口300多米长的一处小吃街，有1200个包含天南地北特色的小吃摊位。晚上，各个摊位前面坐满了人。在一家本地老字号特色“清补凉”摊位前，22岁的黄琳琳排起了长队，她说：“白天天气太热，晚上才出来活动，把白天的生活补回来。”

在海口水巷口街，许多小吃店都是晚上7点之后才开门营业，营业到凌晨1、2点钟，经常在零点还是“爆满”状态。海口夜市协会有关负责人表示，7月份夜市的人流量环比增长15%左右。

记者在成都西三环附近的一家烧烤店看到，从下午5点半第一桌客人到店开始，一直到接近晚上10点钟，可容纳近100人的铺子几乎一直客满。店里的招牌菜烤五花肉，每天能卖出1000多串。

店主邓勇说，烧烤店的生意和气温正相关，每年从4月份开始生意向好，逐月增加，8月份达到顶峰。

针对入夜以后，餐饮、娱乐、文化等行业活跃的情况，北京、上海、天津等地有关部门接连出台政策，鼓励推动夜间消

费，丰富夜间餐饮、文化、艺术、旅游产品的供给，创新管理模式。

在纳凉夜市红火的同时，外卖也火了，尤其凉菜冰品等“大热”。据美团、饿了么等公司提供的最新数据，大拌菜、沙拉、凉皮、冷面、冰棒等凉拌菜品和冰品的外卖单量周环比增长显著。

北京盒马鲜生等新零售企业借助快速拣货和全程冷链，做起了冰镇生意。“今年首推了冰西瓜服务，顾客直接线上下单，到手就是冰好的西瓜。”盒马有关负责人介绍，每个盒马门店都配备了冰镇专区，除了西瓜还有各类饮料、啤酒，可以快速地将这些消暑产品送到顾客手中。

“今年我们以小瓜为主，普遍在1.5公斤至2.5公斤之间，满足三口之家的吃瓜需要。”北京盒马水果相关负责人赵宁表示，冰西瓜上市以来已经有近2倍增长。

### 降温防晒 “神器”受追捧

根据苏宁易购发布的初伏大数据，7月14日至22日，防晒霜、防晒服、UVCUT、遮阳伞、墨镜和口罩防晒六件套，销量同比增长421%、329%、109%、223%、313%和162%。淘宝数据显示，7月18日至24日，降温神器关键词的搜索量上升208%。

记者了解到，在北京、上海、海口等地的家用电器销售商店人潮涌动，商家纷纷推出以旧换新等各种促销活动，空调、电扇的销售十分火爆。

海口一家电器商店的销售人员告诉记者，购买可移动空调扇的人最多。现场采购空调的涂先生说：“我刚买了两台新空调，但是由于购买空调的人多，空调安装师傅的档期都排得很满，安装空调要排队到几天后。”

在广州，一种携带方便、可

USB充电、设计小巧可爱的手持风扇风靡市场。办公室、马路上、公交车里，随处可见一些人把它当作消暑利器。

布谷是家电企业美的旗下的互联网品牌，专注以互联网思维研发产品。布谷在今年4月底推出了便携的手持风扇产品，因精心的设计和强大的功能而热销。“今年天气炎热，很多用户对户外消暑产品需求比较强烈，产品推出后受到市场欢迎。”该品牌产品总监韩翰说。

### 文化旅游热 电影院成新“避暑胜地”

高温之下，“暑假去哪儿玩”成了大难题，而提供冷气的电影院成了新一代的“避暑胜地”。国产动画《哪吒之魔童降世》的横空出世，更吸引了一批批观众走进电影院。

记者在海口一家影城看到，观影等候区的椅子都被坐满了。市民刘萍说：“电影院有空调，还能看好戏，简直想睡在电影院了。”

海口宜欣影城总经理刘栋表示，进入暑假以来，从中午2点到晚上8点都是观影的“黄金时段”，票房比平时增长三四成左右，天气比较炎热，看电影成为暑假娱乐消遣的重要途径。

新旅游景点的出现也让暑期游客有了新去处。在线旅游平台去哪儿网推出《2019暑期北京旅游热力榜》显示，作为今年增长最快的旅游景点，世园会位列北京今夏热门景区第四，仅次于故宫、八达岭长城、圆明园。延庆地区民宿相较2018年平均价格上涨41%。报告还显示，今年以来簋街、奥体公园、后海为景点的当日旅游线路较往年增长三成，晚上看演唱会、听相声、看展览的人相较去年同期大幅提升。

据新华社

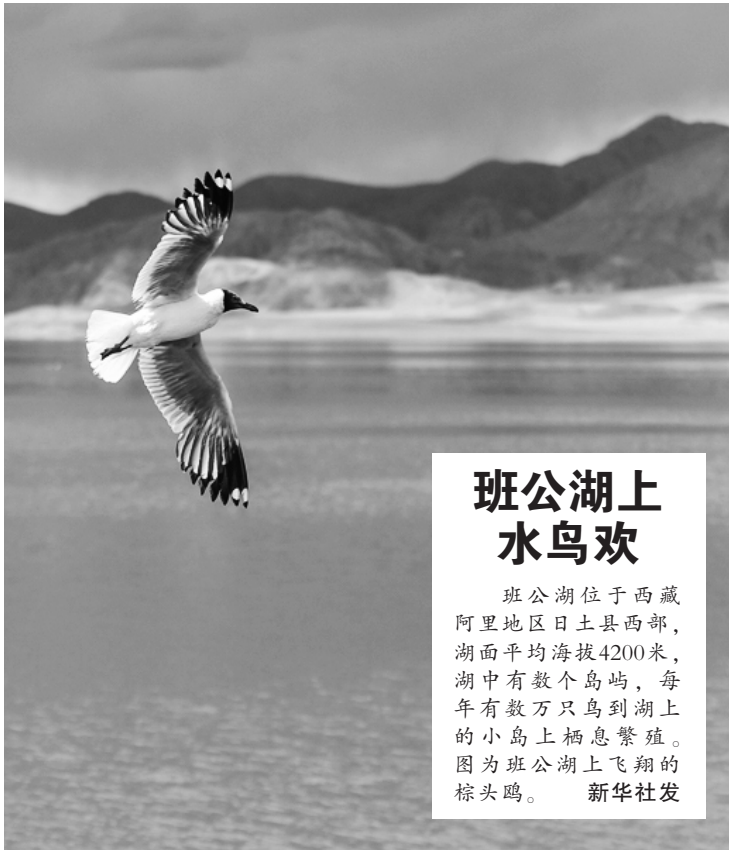
## 内蒙古推出十大红色旅游精品线路

新华社电 近日，内蒙古自治区文化和旅游厅对内蒙古各地红色旅游资源进行梳理，以呼和浩特市、乌兰浩特市、满洲里市等红色旅游城市为核心，串联周边其他生态、民俗等旅游资源，推出十大红色旅游精品线路。

这十条旅游线路分别是草原红色之子红色旅游线路、纪念内蒙古民族解放战争红色旅游线路、红色教育培训红色旅游线路、纪念抗日战争红色旅游线路、纪念二战反法西斯战争红色

旅游线路、航天载梦红色旅游线路、纪念解放战争红色旅游线路、塞外抗战红色旅游线路、誓师抗日红色旅游线路、大国重器红色旅游线路。

据了解，内蒙古开展“红色旅游+乡村旅游”“红色旅游+教育培训”等多种形式的探索，以丰富的红色旅游资源为核心，突出红色旅游的教育功能，将革命精神融入红色旅游的线路设计、宣传展示和讲解体验之中，增强内蒙古红色文化旅游品牌的影响力和感染力。



### 班公湖上水鸟欢

班公湖位于西藏阿里地区日土县西部，湖面平均海拔4200米，湖中有数个岛屿，每年有数万只鸟到湖上的小岛上栖息繁殖。图为班公湖上飞翔的棕头鸥。

新华社发