

点赞！关键时刻看我子弟兵

救人视频冲上热搜！95后兵哥哥说，挺身而出是一种本能



5月3日，武警战士乔海涛和战友在黄浦江勇救落水者的视频在网络上流传。不少网友看了视频感慨：“关键时刻看我子弟兵，真心尊敬。”“为武警战士们点赞，他们为抢救人民的生命奋不顾身。”“作为军人，这时候挺身而出是一种本能。”接受采访时，乔海涛如是说。

青年报见习记者 陈泳均

最帅“翻栏杆” 武警奋不顾身跳江救援

纵身一跃、托举、套游泳圈，这是5月2日晚上10时35分，武警上海总队机动一支队排长乔海涛为了营救落水者时做的一系列动作。从纵身一跃到对落水者成功施救，看似2分钟左右的救援时间，却消耗了乔海涛大量的体力。险些因疲惫沉入水中，幸好此时救援船只赶到，将他从水中救起。

当记者问起乔海涛5月2日救人的那个夜晚，他说当时脑海中只有救人一个念头。回忆整个救人过程，他说得特别简单。当晚，乔海涛正在外滩观景平台巡逻，突然电台传来急促的汇报：“6号扶梯处有人聚集围观，可能有人落水！”当时，乔海涛离6号扶梯不远，于是迅速带队奔向现场，同时请战友去找救生圈。来到6号平台，他果然看到离岸大约七八米处的江面上，有一名女子在浪潮里。

乔海涛来不及脱下军装，马上跑下扶梯，毫不犹豫地翻过栏杆，“噗通”一声跃入江中，向女子游去。军装浸水后十分沉重，好在乔海涛素质过硬，10秒内就游到了女子身边，女子下意识地抓住了他。

不少网友注意到，视频中的两个细节令人揪心。当时，岸上的战友扔下了救生圈，乔海涛抓住救生圈，让落水女子抓紧。没想到，因为江面浪急，女子又很虚弱，游泳圈竟然脱手了。乔海涛只好再次托住女子，伸手去抓游泳圈，塞到女子的胳膊下，奋力将女子向岸边推。岸上的战友周勇钢和蒋建业将救援绳放下，乔海涛则用最后的力气将女子托举，该女子成功得救。

此时的乔海涛已经没有力气沿着救援绳往上攀爬，因过于疲惫险些沉入水中，幸好此时救援船只赶到，将其从水中救起。当被问及水凉不凉时，他只说：“当时满脑子想着救人，只觉得

军装特别沉。托举的时候，自己其实快虚脱了，最后用意志力坚持，将女子向上托举，然后我被一艘船救了上去。”

在父亲潜移默化下 军校成为高考第一志愿

1998年出生的乔海涛是上海浦东人，他父亲也曾是名武警。从小受父亲的影响，长大后他也想参军。谈及父亲对自己的影响，乔海涛略显羞涩，想了想说道：“我父亲属于父爱如山型的，就是教导我们要乐于助人，踏实做事。”随后他补充道，父亲对他潜移默化的影响更多来自于父亲雷厉风行的做事风格。

“小时候，我在电视机里看到汶川地震时武警战士不惧危险，英勇营救的形象，觉得特别帅气，也很敬佩他们。”当时乔海涛连续在电视机前看了好几天，武警战士不怕牺牲，甘愿为人民牺牲一切的精神，让他觉得特别感动，也坚定了他长大后要参军的梦想。高考后，乔海涛如愿考入了自己的第一志愿——中国人民武装警察部队警官学院。

2016年，乔海涛入伍，对于他而言，这是一个全新的起点。乔海涛很珍视这个来之不易的机会，刻苦训练。每天他按时出勤，积极训练，听从指挥……日复一日，不厌其烦地训练，不仅磨练了他的意志，更锻炼了他的体魄。为了更好地做好国庆和元旦安保工作，他专心军容军姿和队列训练。

站立的军姿看似不难，其实需要全身发力，哪怕手指都不能松懈，手指紧贴裤缝线。在阳光的照射下，乔海涛满头大汗，但是他依然一丝不苟、斗志昂扬地继续训练。长时间的训练后，乔海涛和战友们排队列时越来越熟练。国庆假期正式来临，由于武警执勤时全身肌肉用力，往往执勤2个小时左右便会开始腰酸背痛。但这种身体上的疲惫感，很快就被自豪感所代替了：“看到很多游客都在拍摄我们人墙，真的很自豪！”乔海涛如是说。

身而出是一种本能。作为95后武警战士，我们要有灵魂有血性，有本事有品德，不断学习，不断向前进步，把自己塑造得更好，成为为人民服务的好战士。



喜欢上海的理由 力波“酒”别重逢



昨日，力波1987精酿首发启幕。

青年报见习记者 郭容 摄

青年报记者 杨力佳

本报讯 “上海是我长大成人的所在，带着我所有的情怀，第一次干杯，头一回恋爱，在永远的纯真年代……”当熟悉的旋律与歌词在耳畔再度响起，相信在每个人的心底都会泛起不一样的感动与感慨。在2021年这首力波啤酒广告歌《喜欢上海的理由》发布20周年之际，在力波啤酒厂原址上，一座30万平方米的商务总部集群——上海·力波，应势而生了。5月4日，作为梅陇镇城市更新项目的代表，力波1987精酿首发启幕。本次活动是闵行区五五购物节“1+15+1”系列活动中的重要板块，也是5月第一场活动向公众开放，区经委、文旅局、梅陇镇各级领导出席本次活动。

我在上海，力波也还在

力波诞生于1987年，是上海最早的合资啤酒品牌，名字源自英文啤酒“BEER”倒写的“REEB”，音译“力波”，第一瓶力波啤酒下线于当年8月7日。力波啤酒坚持德国配方，使用大比例麦芽酿造，一上市即成为上海主流啤酒领导品牌。

2001年，借助力波啤酒广告歌《喜欢上海的理由》的影响力，力波一度到达巅峰，曾连续多年稳居上海啤酒行业首位，成为上海的一张城市名片，收藏几代上海人对本土啤酒的记忆与情怀。

2006年—2010年，力波啤酒面对众多国际啤酒品牌的围堵，市场占有率减少，生产规模降低。2016年力波啤酒正式停产。2016年底，力波啤酒厂地块转型和城市更新全面启动。

《喜欢上海的理由》里最深入人心的一句，恐怕就是：“我在

上海，大家都在。”当初这首歌面世时，希望让人们看到上海海纳百川、积极向上的拼搏精神，人们在生活中努力奋斗的状态。歌曲广告中选择的人物都是生活中最普通的代表，他们在不同场景中切换，反映了城市中无处不在的拼搏精神。

20年的时光，听着这首成长大的70后、80后、90后早已经长大成熟，而与这首歌同龄的千禧一代也已长大成人。如今，Z世代翻开了崭新的一页，但无论是哪代人，拼搏与奋斗，永远是这座城市的精神。力波在停产并退出市场多年之后再次归来，让人从心底感叹一句：我在上海，力波也还在！

“酒”别重逢，为岁月干杯

远远地，就可以看见60米高的标志性大烟囱依然岿然矗立着，仿佛在静静地诉说着这里曾经的辉煌。这片位于益梅路91号的力波1987创意产业园，约2.2万平方米，由西地块旧厂房改造而来，充分保留力波啤酒厂原始风貌，留存海派工业历史遗迹。之前的老锅炉房此刻已经变身成为力波1987精酿，用另一种形式，将力波啤酒从上海人的记忆中带了回来。

步入这座餐厅后看到，整体设计采用工业复古风，最大限度保留原有风貌并兼顾用餐舒适度和观赏性。大片裸露的红墙和水泥立柱，新安装的精酿输酒管和老式工业管道交错，漫步力波1987精酿，仿佛穿越时光长廊，力波老厂的老设备老物件：空气水泵、蒸汽分水器、水过滤器、锅炉控制器、煤抓斗、水瓶盖销毁器……被原封不动地保留，作为餐厅背景和装饰。餐厅总面积1400多平方米，室内可同时容纳180余人用餐。

力波1987精酿回归啤酒酿造初心，为上海美食美酒爱好者呈现富有老上海特色的精酿啤酒与美食。在吧台后面，记者遇见了正在忙碌着的总酿酒师骆新源，一个土生土长的80后上海小伙。

他说，希望大家可以在这里品味到纯正的力波啤酒，让上海本土的啤酒文化得以传承：“非常惊喜可以有这个难得的契机。此次精酿馆首批推出包含经典口味‘力波1987经典拉格’在内的6款精酿啤酒，每一款精酿的名字都包含了力波以及梅陇的元素——红锅炉琥珀艾尔、摩天轮IPA、老烟肉燕麦世涛、寂静谷酒花小麦、纯真年代轻盈艾尔。这些都是比较经典的，之后还会根据季节、节庆等做一些别的口味。”

“从1982年征地，1984年开工，1987年出酒，一幕幕的画面历历在目。”今年已经78岁高龄的汪炳源曾经是力波的销售经理，当他回到曾经奋斗过的地方，感慨万千。品尝完“力波1987经典拉格”后，他继续说道，“非常激动，力波回来了，希望可以给力波精神继续传承下去。吃苦耐劳，深耕细作。”

闵行区梅陇镇党委副书记、镇长陈冬发在致辞中表示：“梅陇‘十四五’期间制定了建设未来之镇的目标，我们将积极推动上海力波的发展，支持企业多元发展，带动梅陇文化输出，将力波啤酒打造为城市新地标、新名片。我们希望，力波团队能坚持发扬奋发追求，完善自我的力波精神，让老地方焕发新味道，让力波啤酒涅槃重生，开启力波发展新时代，谱写力波发展新传奇，让老上海人心中的力波再次傲立世界舞台！”

对话 我们要有灵魂有血性

青年报：想到过你救人的视频会引来这么多网友的关注和点赞吗？

乔海涛：其实我根本没有想过这事儿。作为军人，这时候挺