



文/片 记者 陈晨 冯沛然

济南街头的巴西鼓手： 敲响热爱 享受自由

辗转多地，定居济南

保罗来到中国的时间是2002年11月。当时22岁的保罗是家乡巴西里约热内卢一支乐队的鼓手。他有一位在中国南京开巴西烤肉店的朋友，想邀请一支来自巴西的乐队驻场表演。这位朋友找到了保罗。

经过一番努力游说，保罗召集到4位音乐人，5个人组成一个乐队，从巴西出发，途经非洲到达中国上海，辗转30多个小时，终于抵达南京。

半个月后，保罗和他的乐队朋友们见到了人生中第一场雪，第一次感受严寒的他们觉得非常兴奋。

来到南京3个月后，这位朋友在徐州开了另一家巴西烤肉店，保罗和两位乐队成员又到徐州表演。

一年后保罗回到了家乡巴西，不过没多久他又返回了中国。此后几年他一直在中国的多个城市辗转，一边做音乐，一边做酒店管理相关工作。

2004年保罗跟一位济南姑娘相爱、结婚、生子。自此，济南成了他的第二故乡，当然这里还有他热爱多年的街头音乐。

不喜驻唱，更爱街头

3月26日下午6点多，保罗将自己的小轿车开到泉城路一家商场门口。停好车，打开轿车后备厢，里面是被拆分的架子鼓。

在中国生活了22年，巴西人保罗的中国话说得还不错。出生在“狂欢节之都”里约热内卢，保罗从小就能看到各种各样的演出。每每听到音乐，他就兴奋不已。8岁开始学架子鼓，12岁开始玩乐队，如今每晚在济南街头的个人演出，让保罗觉得舒服和自由。



保罗已经在济南定居20年，他非常享受在街头一个人演出的自由感觉。

保罗将设备一点点拿出来，放到地面的一块地毯上，把车开走，然后很快返回重组架子鼓。

架子鼓还没组装好，保罗新认识的朋友小兵就已来此等候。今年22岁的小兵刚退伍，还没找工作。上周他偶然经过泉城路，被保罗的架子鼓吸引，此后成为保罗的常客。

保罗的鼓声敲醒了小兵的街头音乐

梦，也敲开了夜幕。越来越多的行人驻足在保罗和他的架子鼓前，或站或坐静静欣赏，更多人掏出手手机拍照录像。

一首流行音乐响起，保罗喝了一口啤酒，鼓棒在右手上转个圈，富有节奏感的鼓声与流行音乐交相呼应。一首接着一首，没有停顿，鲜有互动。

2012年之前，保罗一直在乐队演出或

在酒吧驻唱。那年夏天，在一个琴行里，一位朋友提议，去恒隆广场附近玩街头音乐。“太好了，感觉太棒了。”保罗很后悔没有早点走上街头，他成为济南最早的一批街头艺人。保罗觉得酒吧驻唱略显无趣，他更爱在街头被行人围观欣赏的自由感。

谈及未来，全是音乐

住在泉城路附近的刘女士经常看到保罗的表演。3月26日晚，刘女士再次走进保罗的鼓声里。

看到一旁的记者，刘女士鼓足勇气上前询问保罗来自哪个国家，会不会说中国话。刘女士觉得保罗的长相跟电视上看到的巴基斯坦人更像。

一曲奏毕，刘女士觉得，要是保罗也能开口唱歌就好了。保罗大笑，虽然做音乐三十多年，但他只会打鼓和敲键盘，唱歌却不擅长，“上帝如果让我会唱歌，那我就完美了”。

组乐队需要跟不同的人磨合沟通，如今保罗更爱一个人的演出，当然他的伙伴就是他的鼓。

最近保罗买了一辆二手小货车，他想改装一下，用来装架子鼓。每次街头表演前后，都要做一两个小时的架子鼓拆卸工作，让保罗觉得耗时耗力，“连续打鼓4个小时我不会觉得累，但一直拆装，累”。

在街头唱歌收入少且不稳定，但保罗喜欢这种感觉。

不过保罗的街头表演曾一度中断，2020年他成功取得“济南街头艺术表演证”。晚上在街头表演，白天当老师教架子鼓或者帮做外贸的朋友卖货，保罗享受这种状态。

谈及未来，保罗能想到的只有街头音乐，“我不知道自己会做到什么时候，但我会一直做下去。”

编辑：魏银科 美编：刘燕 组版：刘淼

李想的“内部信”，一个企业和一个人的成长

近期，汽车行业卷起了一阵舆论风暴，而在这场风暴中心的就是一直备受关注的车圈“网红”——理想汽车。从新势力造车的创新者，到中国新能源企业的排头兵，从产品、技术到企业、品牌，高歌猛进8年的理想汽车一路走来备受非议，这种“舆论危机”在理想MEGA上市后愈演愈烈。作为家族旗舰车型，理想MEGA上市后并没有像之前的L系列一样迎来一片叫好声，而是被“黑”到上市遇冷，此时，业内也出现了另外一种声音，“理想MEGA火到不行，这才招来了那些黑公关的眼红。”

“高调”的理想 前行的轮子挡不住

回望理想汽车的成长历程不难发现，自诞生之初它就是一家“高调”的企业，仅用八年的时间，从一家创业公司迅速崛起，跨入了世界500强企业的行列。

2019年底，当理想汽车的首款车型理想ONE崭露头角，开始交付之际，就遭到批评，然而，理想汽车并未被负面舆论所打倒，反而以坚定的信念和持续的创新，陆续推出了L8、L9和L7等一系列增程产品。这些产品不仅赢得了市场的认可，更形成了持续增长的销量趋势。

在生产制造方面，理想汽车成立之初就坚持自建工厂自造路线，兑现“上市即上量，上量即高质量”的承诺，从2019年12月第一台理想ONE下线，到2023年12月14日，历时短短48个月，理想汽车常州工厂累计向用户交付超过600,000辆汽车，成为国内首家产量超过60万辆的造车新势力。2023年底，理想汽车北京生产基地也已经建成投产，拥有纯电和增程电动双生产资质。在技术方面，理想汽车在2023年的上海车展上发布“双能战略”，在“智能”和“电能”双线发力。

出色的销量，为品牌带来了优秀的财务数据。2023年，理想汽车实现营收1238.5



亿元，同比增长173.5%；净利润达到118.1亿元，首次实现全年盈利；截至2023年末，公司现金储备达到1036.7亿元。

务实的理想 回归用户价值

或许是“车红是非多”，在理想MEGA正式上市发布后，和上市前“公路高铁”的称号有所不同，理想MEGA被大量抹黑。不过在这次舆情的重创下，理想汽车并未被击倒。理想汽车CEO李想先是在朋友圈回应最近的舆论风波，在之后的3月21日，

李想还向全体员工发布了一封深刻的内部信。

在这封全员信中，李想将理想MEGA遇到问题的本质原因归结为两点：一是对于纯电战略节奏的误判，导致理想MEGA的节奏混乱；二是过分关注销量和竞争，让欲望超越了价值。

“实事求是，知错就改”，全员信的背后，与其说是李想的自我“检讨”，不如说是理想汽车冷静复盘的结果。

复盘，是为了更好地服务用户。理想汽车向来在战略路径上保持着明确的闭环思维，营销能力也是遥遥领先，让竞争

对手望尘莫及。尽管市场竞争激烈，对手们偶尔也会调侃几句，但理想汽车始终稳扎稳打，从容应对。

如何解决理想汽车面临的问题？李想表示，将调整节奏，按照从0到1的节奏经营理想MEGA，聚焦高端纯电的核心用户群体；第二，降低销量的预期和欲望，回归健康的成长。同时，李想还不忘提醒团队，恪守三大行为准则：用户价值优先、通过共创达成共识、实事求是并知错就改。

舆论争议止于智者 消费者为爱买单

3月11日，是理想汽车MEGA交付的第一天。这一天，许多预定的用户早早地来到理想交付中心，争先恐后地“抢夺”MEGA首提名额。提车后，他们纷纷在社交平台分享自己的提车作业和用车生活，用实际行动支持着理想汽车。这种坚定的支持和信任，让理想汽车更加坚定了前行的步伐。

在理想汽车的信条里，“掌控自己的命运，挑战成长的极限”不仅是企业的价值观，更是其勇往直前的动力源泉。从L系列的市场成功到纯电车型的布局，理想汽车已经迈出了离开舒适区的第一步，然而对于一家年轻的企业而言，未来长路漫漫，势必将经历更多的挑战与困难。

报料电话：13869196706 欢迎下载齐鲁壹点 600多位在线记者等你报料

报纸发行：(0531)85196329 85196361 报纸广告：(0531)85196150 85196192 文字差错投诉：(0531)85193436 发行投诉：4006598116 (0531)85196527 邮政投递投诉：11185 全省统一零售价：1.5元
邮发：23-55 广告许可证：鲁工商广字01081号 地址：济南泺源大街2号 大众传媒大厦 邮编：250014 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂印刷(济南市长清区玉皇山路1678号))