

评论员看浙江

在潮玩潮流中打好“浙江牌”

■ 崔文佳

国新办近日举行发布会,介绍2025年前三季度进出口情况,一个个数据勾勒出外贸稳中向好的趋势。表现突出的除了传统主力军,亦不乏锋芒初露的新势力,其中国货“潮品”就是新亮点之一。前三季度,我国货物贸易进出口33.61万亿元,其中出口节日用品、玩偶、动物造型的玩具超过500亿元,销往全球200多个国家和地区。

这些“小物件”,何以迸发大能量?不同于传统玩具,今天所言的潮玩,核心卖点在于艺术设计,兼具文化属性与收藏价值。换句话说,潮玩承载的创意表达和审美价值俘获了大朋友的欢心。一个典型案例就是LABUBU。这一兔耳加四颗尖牙的“丑萌”玩偶,早已成为全球潮人的“社交货币”,在今年的海外618前夕,LABUBU飙升为阿里速

宁波的高精密模具、义乌的小商品供应链、杭州的跨境电商平台构成了浙江潮玩出海的“铁三角”。进一步打通堵点,提升协同力度,相信在这波潮玩潮流中,浙江还有更大的产业发展空间。

卖通AliExpress的最热搜索词。中秋期间,国潮花灯和竹编小玉兔在海外圈粉无数。大家熟知的盲盒公仔、模型手办等,融合了文化内涵和品牌价值,都是中国原创IP潮玩。

理解潮玩经济,还得结合时代背景。根据国际经验,当一个国家进入工业化中后期后,人均GDP超过1万美元,居民消费结构将由以工业品消费为主转变为以医疗、教育、文化、信息、金融、旅游等服务消费为主,也就是从物质型消费向服务型消费升级。当前我们国家同样企及了这一标准,文化创意产业自然迎来春天。再从社会变迁看,现实压力的加大与社交媒体的流行,让“保持童

真”成为备受推崇的生活哲学。以至于有人发明了“Kidult”这个“kid(孩子)”和“adult(成人)”的组合物,专门指代那些对传统儿童爱好感兴趣的成年人。这一全球的时代症候反映到消费上,就催生了情绪经济,潮玩产业顺势而起。

潮玩风靡全球,但不天然地意味着中国潮玩能够独领风骚。中国潮玩能够逆袭,根本原因在于从业者的深耕与赋能。比如,坚持原创设计,提炼独特的文化符号。浙江有家名叫“问童子”的企业,一直基于中国文化做产品开发,尤其偏爱那些被忽视的文化元素。正是这份非主流气质,让“问童子”和“浪浪山”一拍即合,孕育的小妖怪系列毛绒玩偶一

炮而红。比如,利用新兴技术,为更多创意变现提供了可能。义乌等地企业使用3D打印机打印出了传统工艺做不了的特殊结构,设计出龙蛋、响尾蛇等一批酷炫玩具,不仅让相关视频成为TikTok上的热门,也吸引商家纷纷求购。

有报告认为,在未来的一段时间内,潮玩产业的市场规模仍将保持较快增长,预计在2026年将达到1101亿元。充满商机的新蓝海正吸引着越来越多的玩家入局。相比珠三角、相比生产中国85%的潮玩产品和全球四分之一的动漫衍生品的“中国潮玩之都”东莞,浙江也有自己的优势,宁波的高精密模具、义乌的小商品供应链、杭州的跨境电商平台构成了浙江潮玩出海的“铁三角”。进一步提升品牌原创力,打通堵点,提升协同力度,相信在这波潮玩潮流中,浙江还有更大的产业发展空间。

(作者系北京日报评论员)

原生家庭不是原罪



■ 曾耀湘

最近,有关“原生家庭之痛”的讨论再次引发关注。事实上,“原生家庭”一直是网络上的一个热门话题,一方面,是基于多数网友的现实共情——“幸福的人用童年治愈一生,不幸的人用一生治愈童年”,另一方面则在于自媒体的推波助澜,把“原生家庭之痛”妖魔化、标签化,用作流量密码和情绪燃点。

应当承认,原生家庭的确会对个人的成长产生重要影响。尤其是对那些长期生活在高压家庭氛围中的人而言,原生家庭的不幸,可能为其后续成长蒙上一层阴影。比如,一些人在严苛的教育环境下,容易长期缺乏自信。我们当然有理由倾诉这些不幸。但是,我们可以通过自己的努力,改写原生家庭所设

定的命运剧本。比如,面对父母不恰当的管教方式和过度的情感施压,我们可以温和地表达自身感受,尝试进行建设性沟通。又或是当父母思想较为固执时,我们可以在尊重的前提下保持适当距离,根据现实情况做出符合自己价值观的选择。虽然这些对策各有不同,但其实指向的是同一种“方法论”:以更积极、更具建设性的态度对待自己,处理与原生家庭的关系。

一个人的人生走向,并不完全受制于原生家庭的束缚。正如心理学家罗杰斯所言,好的人生是一个过程,而不是一个状态;是一个方向,而不是终点。换言之,决定我们人生方向的,不应是原生家庭,而是我们自己。过度渲染原生家庭的影响,实际上是对自己和父母的双重惩罚,是对现状的消极默许,最终惩罚了渴望成长的自己,也拒绝了和父母和解的可能。

因此希望越来越多困在原生家庭里的人,能跳出简单的归因与指责,以理解和成长的姿态面对过去,真正实现与原生家庭的和解,书写属于自己的人生故事。

(作者系西北大学学生)



校园代跑

近年来,为了提升大学生体质健康水平,全国高校普遍推出“校园跑”活动。然而,随着跑步逐渐被纳入体育成绩、综合测评甚至毕业开学的考核范围,一些学生开始以各种方式“应付差事”,“校园代跑”也由此滋生。

陶小莫 作

老戏骨的无奈怎么解

■ 金宇

最近,社交媒体上一直有个受热议的话题:当下的影视热门题材,出现在观众面前的总是那几张“熟脸”,从雷佳音到张译,从于和伟到沈腾,从秦昊到张颂文,无非是排列组合的不同。有不少网友都在吐槽,翻来覆去就那么几个人,看都“看腻”了。以雷佳音为例,近几年,因其作品太多,部分网友表示对他视觉疲劳,劝他“歇一歇”。

不知道这些中年男演员听到这样

的评价,心中会作何感想?恐怕多多少少都会有些“委屈”。一来,他们的业务水平早已受到行业内外的肯定,代表作品艺术质量都很过硬。二来,在银幕外的日常生活中,他们的性格和作风都很低调、谦虚,专注于自己的事业,少有负面新闻。也就是说,这群中年男演员不仅有“艺”,口碑也还不错。

其实,问题可能不在这些演员本身,而在他们出演的角色上。仔细回想一下,这些中年戏骨近年来呈现出来的形象确实存在同质化的倾向。比如,想到

雷佳音,就是“窝囊”;想到沈腾,就是“搞笑”;想到张译,就是“正义”……不管影视的内容、题材、风格怎么变,只要他们一出场,观众好像就能很轻松地猜到他们的角色会怎样行动,会怎样的台词。

雷佳音们或许也有自己的无奈。表面上看,这些中年戏骨每一年的演出机会并不少,但本质上,这些作品的主题和表达并没有太大的区别。雷佳音、张译们的演技再好,也要根据剧本的走向、导演的要求来塑造角色,即使他们希望摆脱刻板印象,也不可能随心所欲。这也折射出文

艺圈的一个现象:越来越多的影视作品为了追求流量和热度,不得不聚焦于同一个话题,撞车就成了不可避免的结果,留给演员的发挥空间,自然也就有限了。

当然,我们还应该再追问一句:就算是同样出演“窝囊”或“正义”的角色,为什么非得雷佳音或张译不可呢?或许换一张新鲜的面孔,就能带来不一样的感觉。可问题在于,在他们身后,谁又能接班?“青黄不接”现象的背后,还是一个文艺创作被套路化、人物形象被固化的行业弊病。任何一个行业要持续繁荣发展,都离不开百花齐放、百家争鸣的环境。归根结底,还是要做大蛋糕,增加内容品类和人才供给。只有这样,观众才不会“看腻”任何演员。

· 资 讯 ·

江南·溪望谷

以文化之力 点亮乡村未来

■ 金晨 柴佳一

暮色四合,台州临海市江南街道香年溪畔,江南·溪望谷景区渐次亮起灯光。琵琶独奏的旋律在夜色中流淌,一场不设围栏的廊桥音乐会正在上演。村民和游客或坐或立,孩子们随着节奏轻轻摇摆,星空下的乡村舞台,洋溢着艺术与生活交融的温暖。

这里曾是6个寂静的村落,沿着香年溪散落分布。如今,以“江南·溪望谷”之名,串联成一条乡村片区组团发

展的共富示范带。在浙江省实施文化建设“八项工程”20年的深厚积淀下,这片土地探索出了一条独具特色的振兴之路——以文艺轻骑兵为先锋,以艺术乡建为支点,以文化特派员为抓手,让文化真正在乡野生根发芽。

江南街道文艺轻骑兵,这支由街道文化员、文化特派员、乡村音乐爱好者和村级文艺青年等组成的队伍,成为打通文化服务“最后一公里”的“毛细血管”。队长姜以汉形象地描述他们的使命:“我们要把艺术的养分输送到乡村的每一个末梢。”他们

的舞台从不局限于传统的剧场,廊桥下、溪岸边、稻田里、茶园中,都是艺术活动的场所。今年以来,这支队伍已策划开展了40余场主题活动,让4500多名群众在家门口就享受到了文化的滋养。

在溪望谷,文艺轻骑兵与景区发展实现了深度交融。队伍的建设、节目的创作、演出的安排,都与景区规划紧密相连。江南街道文化驿站就设在溪望谷深处的溪山咖啡馆,街道综合文化站则是我省特级综合文化站,多元的文化空间为文艺轻骑兵提

供了交流学习的场地,共开展了17场专业培训,培育了62名文艺骨干,溪望谷音乐坊特色品牌应运而生。这群文艺轻骑兵深深扎根于本土文化,陆续推出了《古村新韵》《溪山弦语》等21部原创作品,让乡土文化、在地文化有了新表达。更难得的是,随着溪望谷今夏开启夜游模式,多元的文化活动还有效激活了文旅消费,实现文艺服务从零星点缀到全域渗透的跨越式发展。

漫步溪望谷,艺术与乡村的融合处处可见。在香年村,一棵1022年树龄

的九龙柏被巧妙地打造为沉浸式祈福空间;在吞底罗自然村,废弃院落被改造成府城大视听创客社区、同心艺术室、胡本草堂中草药康养基地,迎来多元文化产业纷纷入驻;在李景庆故居,3位非遗代表性传承人即将入驻,让古书画装裱修复这项精湛技艺在乡田间找到新的传承土壤……

让艺术在乡村真正扎根,离不开人才的培育。溪望谷与台州学院合作设立了乡村文化传播中心,为艺术乡建提供了持续的智力支持。同时,“溪望青年计划”吸引了来自全国各地的青年艺术家的脚步。村里的商铺如何更具年轻态?艺术进入乡村怎么兼具艺术性和情景化?青年通过与村民同吃同住,从乡村生活中汲取创作灵感,将青年创意融入乡村。

更令人欣喜的是,“以文化人、以

文润富”行动在溪望谷的生动实践,不仅改变了乡村的面貌,更重塑了村民的精神世界。如今在溪望谷,村民不再只是艺术的旁观者,而是成了创作的参与者。焕然一新的腰鼓队、排舞队、戏曲队等8支文化队伍,正紧蹙围绕临海市“八个一”的工作要求,让艺术的种子在乡村土壤中自然生长。

2024年12月,康平村获评“浙江省艺术乡建特色村”,这份荣誉是对溪望谷实践的最好见证。艺术与乡村的这场“双向奔赴”,正在孕育出无限可能。当文艺轻骑兵的歌声在星空下回荡,当千年的古柏与现代的祈福牌相映成趣,当年轻人重新回到祖辈生活的村庄,我们看见,这条沿着香年溪绵延的文化浸润之路,正以其独特的魅力,向世人展现着“千万工程”在浙江大地上书写的“文化答卷”。

■ 肖人魁 鲁露

“工程量清单该如何规范编制?计价规则怎样精准厘清?”近日,浙江安吉两山国有控股集团有限公司(下称“两山国控集团”)开展《建设工程工程量清单计价标准》解读培训,不仅为县内城投集团、交投集团等国企及事业单位的工程造价岗位人员搭建技术交流桥梁,更以实际行动拉开了集团助力县域国企降本增效的序幕。

早在2023年,两山国控集团便着

眼于县域国企工程建设领域的服务需求,组建安心建招标采购公司,明确服务范围覆盖安吉县依法必须招标的建设工程项目与限额以下项目,提供招标采购与造价咨询“一体化”服务。为确保服务质效,公司对内打造“培训夯基+实战练兵+认证提能”三位一体培养模式,淬炼专业团队;对外深入调研市场经营主体需求与同行实践经验,与县内各业务单位建立深度合作。“今年上半年,我们已完成招标采购代理、造价咨询项目61个,采购类项目平均节资率16.53%,工程类

招标采购项目平均下浮率约21.16%,两项指标均大幅高于行业均值。”安心建招标采购公司相关负责人介绍,公司过去两年连续获评安吉县工程建设项目管理机构优秀称号,实现了公共资源交易质效双升,以透明规范的服务案例为区域营商环境优化注入动能,让“降本增效”从目标落地为可见的实绩。

招标采购服务的成功实践,为两山国控集团拓展国资国企服务版图奠定了基础。同样在2023年,集团在安吉县财政局的指导下,联合成立

国资交易公司,通过搭建国资交易平台与国有企业采购管理平台,推动形成全县资产交易与国企采购“统一规范、应进必进”的管服新格局,进一步丰富了服务板块的内涵。

如今,国资交易公司的双平台已实现业务“全覆盖”,并通过精细化管理持续释放服务价值:交易平台推行“平台团队间互审+服务团队与平台团队互审”双重审核原则,大幅提升项目公开披露信息的准确度,2025年上半年成功促成资产交易68宗,其中实现溢价的项目平均溢价率超140%,让国有资

产实现保值增值;采购平台建立现场日常巡检机制,严格规范开评标环节各方当事人的管理行为,今年上半年已服务货物采购成交165项,为企业直接降低采购成本超3000万元。

从招标代理的“节资提效”,到国资交易与国企采购的“规范增值”,两山国控集团围绕三大核心业务,已构建起成熟完善的国资国企服务板块。未来,这一服务体系将继续为安吉县行政事业单位与国有企业提供全方位保障,持续书写安吉县国企降本增效、高质量发展的新篇章。



国资交易、国企采购“双平台”办公大厅 图片由浙江安吉两山国有控股集团有限公司提供