“双11”安静了，其实是好事

苏 琳

山海经

理性的消费心态，是一种回归纯粹的主动选择。如今，消费者不只追求买到“刚需”产品，更追求买到“好体验”，背后也是丰厚物质基础托举的结果。

零点刷屏、全网蹲守，连篇的下单页面、朋友圈里晒战果……昔日“年度大促”中的经典场面正成为过去，今年的11月11日显得格外平静。当天，在几大社交平台上，“双11”这个主话题大多没有冲到热搜前排，仅有平台促销等几个零星小话题短暂入榜。与之相对照的是，在11月12日，“双11”搜索指数缩水超七成成为不少媒体、行业讨论的热点话题。

“双11”安静了，是坏事吗？

回顾这个诞生于十几年前的“年度大促”的历史，当初只是电商平台在淡季中的一次促销尝试，却演变成影响整个零售市场的促销节点，甚至一度成为平台、商家乃至实体零售店全年最重要的业绩关口。依靠“限时秒杀”“错过再等一年”制造的紧迫感，以及复杂的满减计算、预售金等密集的促销鼓点，人们囤货、跟风，在“上头”的情绪中为折扣买单。价格战不断内卷，商家先涨后降、凑单陷阱等套路也逐渐增多。消费者在一次次踩坑、清理闲置中完成了理性的自我教育：下单前先问自己“是不是刚需”，再比品质、比价、比服务。消费决策更务实更科学，不再被情绪裹挟跟风囤货，理性消费成了主流，“双11”的集中消费模式自然热度下降。

其实，不只是消费者对“玩心跳”的促销失去了兴趣。对于电商行业而言，告别流量狂欢，也是一场必要的成人礼。

过去，商品交易总额一度是各大平台比拼大促成果的核心考量。为了制造脉冲式的单日流量峰值，平台用尽套路博取眼球。但如今，商家正主动摆脱对短期流量的依赖，把“双11”当成全年优惠体系里的普通一环，不再盲目砸钱换爆单，而是逐渐转向守住利润、维护复购、沉淀长期用户资产，做好服务链条的增值业务，把经营节奏放眼到了一整年。

“双11”降温，但消费需求并没有追上大促热度。曾经在“年度大促”里集中下单的购买行为，如今被即时零售、常态化补贴和线下门店摊开在了日常生活之中。国家统计局公布的数字显示，前三季度，全国网上商品和服务零售额151471亿元，同比增长4.4%。其中，网上商品零售额95060亿元，增长3.8%。这说明，网络购物的基本盘仍然扎实，只不过购物不再是一年一次的盛大仪式，而是扎根于日常的真实需求，稳定持续地释放。

消费市场上，依靠制造焦虑、刺激冲动的增长模式，本就不可持续。“双11”热度降温，不是消费的退潮，而是消费观念迭代、渠道分化、行业走向成熟的必然结果。当消费者购物回归日常本身，商家将竞争重心从“竞价”转向“竞质”，平台守住价格透明的底线，将资源更多地向新品、复购、服务倾斜，消费才会摆脱一时的喧嚣，走向更健康、更可持续的状态。

冷门绝学，扳回一局

丁春凌

文化七日谈

冷门绝学上了一把热门。

11月6日，全国高校首个冷门绝学学院在中国社会科学院大学揭牌，携80余家高校、科研院所、文博单位的全国冷门绝学联盟同步启动。甲骨学、简帛学、西夏文、突厥文、满文……这些常年躲在学术角落、人见人怵的艰深学问，第一次不用挂靠在文献学、考古学、民族学专业里，告别寄人篱下，拿到了属于自己的名分。

扳回一局。这很2026。

直言不讳，是一种筛选。冷门绝学，最要命的是冷。在赛道、热门专业云集的当下昭告天下“我很冷”“我更绝”，意在精准找到对的人、愿意坐冷板凳的人。本科报考的时候，压根没甲骨学、简帛学、西夏文、突厥文、满文这些专业，多数学生是先读中文、历史、考古等“正常”专业，到了硕士博士阶段，导师一般是看谁坐得住、谁对文献有感觉，是“那块料”，才循序渐进地带入“冷门”。这种导师挑选冷门绝学人才的方式，带有极大的偶然性和不确定性。学生学着学着，玩命就想中途转行换专业，你讲再多遍“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨”都没用。相反，只要人群样本足够大，最终就有可能找到对的人。学院建立后，冷门成为一张亮出来的明牌。想学吗？斟酌清楚没？熬得住否？对于真正有志趣、有追求的学生，从找不着门，到自己按“楼门号”摸上门，完成了自主靶向挑拣。

冷门绝学被兜住了底。

知识的标尺，不只功利一把。冷门绝学学院推行本硕博贯通培养，头一次将冷门绝学的入口和出口推至光亮处，是知识价值观的一次重塑。在太多人都想拿到一个“大结果”的目下，“有用”被一股脑地塞进了就业、收益、热度的窄门。而冷门绝学的坚挺存在，实证着知识的价值不光有实用这一把标尺。我们今天能读到的古典文本，很多并不是顺顺当当地就留在那里的，是借着少有的几个人在冷门冷凳冷屋里一点点连缀起来的。比如海昏侯墓出土的竹简，经过文物修复者的千万次扒拉、揭剥、甄别，我们才有机会看到秦汉时期的全本《诗经》。比如韦庄那首失传了千年的《秦妇吟》，也是王国维从敦煌的残卷里考证出来，重新回到大众视野的。还比如今年6月，国宝级清代三姓老档能够首次对外公开，就是靠辽宁省档案馆的满文专家把天书一样的清代满文老档案，一张张辨认整理出来后，普通人才能在手机上检索查阅看得懂。

那些拓片、残档，没人肯深究，就永远是“破烂”。正是因为有人愿意枯坐灯下，苦心孤诣，文化溯源的空白才会被渐次填满。

冷门打开后，文明就有了清晰的来路，以及归途。

热评

剧本喧嚣，别透支评价的自由

刘家良

“实话跟你说了吧，我是大众点评VIP8级用户，你有什么表示？”

这句带着压迫感的台词，在短视频平台反复流转，把V8用户塑造成了手握评分话语权、可以向店家索要免单的特殊角色。

可随着媒体求证和平台排查，真相慢慢清晰：刷屏的冲突桥段大多是商家自编自演，不少出镜索要福利的“顾客”，本身就是门店经营者。一场精心编排的流量戏，撕开了本地生活评价生态深处的病灶。

啥是V8？是指在大众点评APP上，靠长期稳定输出真实评价积攒起来的用户等级，8级为最高级，在评价作者中占比很低。可稀缺归稀缺，平台规则写得明白，8级没有免单特权，发布评价的权重也和普通用户没有区别。不少V8用户耗费数年时间写下近千条点评，初衷只是分享消费感受，给其他食客提供参考，却莫名被贴上“勒索者”的标签。

剧本能够快速扩散，离不开餐饮行业普遍的流量焦虑。很多小店的到店客流，紧紧拴在线上评分和榜单之上，负面评价带来的客流下滑，是经营者不愿承受的风险。一些代运营机构不断放大差评的杀伤力，久而久之，“V8能够轻易拖垮一家门店”的传言在圈内蔓延。过去零星出现的探店置换、差评要挟个案，又不断强化这种恐慌心理。正是这份普遍存在的忌惮，让脱离现实的摆拍剧情具备了说服力，拿到了传播的通行证。

这事儿最值得警醒的地方，在于伤害的对象是同一个。无论是少数用户拿差评当作筹码，向商家索取好处，还是商家主动编造冲突制造热点引流，都在消耗自由评价、理性发声的公信力。评价体系设立的本意，是搭建消费者和商家之间通畅的沟通渠道，消费者如实记录用餐体验，商家接收反馈优化产品服务。当评价脱离真实底色，消费者就失去了可靠的消费参考，本分经营的商家，也会被持续困在不断放大的评分焦虑里。

维护评价生态，需要各方守住自身边界。平台持续完善恶意行为报备渠道，明确敲诈勒索、虚假差评的处置红线，夯实制度防线。商家不必被夸大的传言裹挟，遭遇不合理要挟时留存证据、依规维权，远比妥协退让更能守住经营底线。参与评价的用户更要认清，评价的说服力来自真实体验，账号等级从来不是议价的资本。

流量热度转瞬即逝，可信的评价生态却需要长久守护。评价的力量植根真实，发声的价值归于真诚，各方一同抵制要挟与炒作，这条连接消费者与商家的沟通纽带，才能回归它原本的功能。

画里有话

舆论擂台

漫画作者 邓婷婷



聊政/事/儿

一瓶饮料里有是非

王 坤

“小事”里有作风。别让“没关系”“小事而已”磨平是非刻度。作风建设的考题，就蕴藏在日常工作生活的每一个细节之中。

不久前，湖北宜昌一名小学生放学路过一家小区超市，趁店主忙碌，悄悄拿了一瓶冰红茶藏进校服带回家里。几块钱的饮料，因为父亲的处置方式，变成一堂引人深思的“是非”课。

发现孩子的错误后，这位父亲没有打骂，也没有悄悄代为结账、息事宁人，而是带着孩子走进派出所。民警没有含糊迁就，当着孩子的面厘清是非边界、讲明行为性质。随后父子返回超市，孩子拿出自己的零花钱付清货款、当面致歉，获得店主谅解。

这件事经媒体报道后引发热议。有人觉得是小题大做，不过一瓶饮料而已，孩子年纪小，何必如此严肃？更多网友为之点赞：是非标尺，不因金额微小、年龄尚幼而放宽一寸。惩戒方式可以斟酌，但是非底线不容商量，孩子父亲这种不护短、不遮掩、不让错误被悄悄抹平的做法值得肯定。

老话讲，勿以恶小而为之。少年的价值观如同春日抽芽的幼苗，最忌讳“小错不算错”的纵容。今天顺手拿走一瓶饮料，明天就可能随手拿走一支笔；一次次“没关系”“小事而已”，会慢慢磨平其心中是非的刻度。当“小事无所谓”被默认，甚至被当成许可，纵容便由此开始，再想纠偏，代价恐怕远不止一瓶饮料。刚露苗头就及时校正，成本最低、效果最好，这正是抓早抓小、防微杜渐的道理。

推而广之，很多事的道理是一样的。饮料之事与干部作风问题性质不同，但“小错不纠、终成大患”的规律还是有相通之处。不少干部从违纪进而滑向违法犯罪的深渊，从来不是一步失足，大多始于一顿便饭、一盒礼品、一次人情往来里的“顺手之便”。第一次越界时内心也会忐忑，可身边没人提醒、没人较真儿，一句“下不为例”，让侥幸心理慢慢生根，久而久之习以为常，等到出现问题，悔之晚矣。反过来，在苗头初现时红脸出汗、咬耳扯袖，慎小慎微慎初，看似严管，实则厚爱。

持续优化营商环境、整治群众身边不正之风和腐败问题，我们也都是从一件件“小事”抓起。丹东凤城曾有小区42户居民被多收住宅维修基金，单户金额不算高，看似不起眼的民生小事，纪检部门接到线索后迅速核查，督促全额退款，同步以此为切口推开物业领域专项整治，把一笔笔糊涂账晒成明白账。正是这种“小事不松、小节不放”的较真儿，既守住了群众切身利益，也给广大干部敲响了警钟：莫伸手，伸手必被捉。

做有锐度的思考者

扫码关注“辽望观天下”

请扫码投稿

“duanju”出海 为世界增添新的文化表达

于佳平

五里河谈天

“duanju”，一个再普通不过的拼音词，最近在海外影视圈成为一个专属英文单词。明明英文里早有“short drama”“microdrama”这样的翻译，但不少海外从业者还是直接用汉语拼音来代指中国的微短剧，并成为行业内绕不开的叫法。

一个汉语拼音词的“旅行”，往往藏着文化出海的新变化，这一次是内容与热词同步出海。功夫（kungfu）、点心（dim sum）、麻将（mahjong）等词汇进入外语词库，背后是中国的生活方式与文化经验被更多人接纳。如今，“duanju”在海外行业语境中传开，同样离不开中国移动互联网孕育的文化创新和内容出海新载体。文化自信，不只在于我们的东西被别人喜欢，更在于我们能够用自己的创造为世界增添新的文化表达。

文化出海，首先要看得见别人。不同国家有不同的生活习惯、审美趣味和文化记忆。微短剧要在海外扎根，就不能把国内流行的情节简单地换张外国面孔，更不能指望一套叙事模板包打天下。中国创作者需要走进当地人的生活，理解他们的喜怒哀乐，尊重他们讲述自身故事的方式。真正的世界眼光，是能够从自己的文化出发，也愿意从别人的生活里理解世界。

这种眼光，也让我们重新认识讲好中国故事的意义。微短剧《贝家花园的秘密》在网络平台收获众多好评，该剧取材于北京贝家花园的真实历史，讲述了抗日战争时期中共地下党人与法国医生携手运送药品的传奇故事。法国演员走进这段中国历史，创作者借助他的演绎让这段跨国情谊变得鲜活可感，好故事搭建起不同文明相遇的桥梁。扎根真实生活，同时敞开胸怀面向世界，别人才听得懂，我们自己也才站得稳。

更进一步看，中国微短剧出海的可贵之处，还在于推动共同创造。中国团队带去成熟的制作体系，海外创作者贡献对本土文化的理解，大家共同打磨人物、情节和镜头。文化交流由此超越单向输出，成为彼此启发的创造过程。文化的主体性不意味着只讲自己的故事，有能力理解世界、参与世界，恰恰是文化自信的生动体现。

比起一个新词带来的新鲜感，更具分量的是其背后实打实的产业能力。过去说影视出海，思路大多简单：把片子拍好、译制配音，再送到海外播出。现在不一样了：加拿大的片场里，中国团队参与策划制作，当地演员、摄影师、剧务等人员协同完成英文版本的微短剧。国内打磨成熟的快节奏剧本、高效排期、工业化制作经验，在片场的协作下直接融入海外生产流程。中国故事被世界观看，中国的讲故事方法也开始被世界借鉴。

从一组拼音到一套制作方法，从讲述中国故事到参与世界叙事，“duanju”的旅程仍在继续。

锵锵汇 QIANGQIANGHUI

东北话不拐弯，听着得劲儿

事件源起：11月12日，“辽望观天下”发布《〈小城良方〉最新回应！东北话，为啥让人上头？》，引发网友热议。

执笔续写 “像个花儿似的，搁我跟前儿杵着干啥呢？”东北话多生动。

加菲猫 这道听力题我会！埋汰、嘚瑟、秃噜，全对，骄傲。

山海归途 方言就是有这种魔力，一开口就知道是不是“自己人”。