

小友送来自家做的八宝饭,打开看还有一个孔雀蓝无纺布袋子,拿出来是个拟人化毛绒大红苹果,装饰着眼睛和翘嘴,上半截绿色叶子,底下缝两小脚,以为不过顺便拿了给纸箱填充的。小友也近不惑了,至今单身,除了工作上的烦恼,用她自己的话说就是“过得平静”,也许毛绒玩具也是童年以来的恩宠吧。她们的童年是有毛绒玩具陪伴的。我想起这东东西遭灰染尘的,家里没小孩,正要处理掉,刚巧给老母亲寄东西,也算填个纸箱空当,或许老小孩捏着玩玩也算做手指操呢。没承想95后侄女见了蛮欢喜,还马上叫出了毛绒苹果品牌,说这洋牌子可乃贝嫂女儿幼时玩宠,她那一波同龄女生中,粉丝甚众。侄女收到后立马移之至阳台晒太阳。甚为重视。老母亲日常捏捏也颇喜欢。

哦,还好我没扔掉,老朽不知,原来还是定向人群的宝物。是我粗疏和孤陋了,确实看到孔雀蓝袋外的英文字母的,可不属同消费群层,又是一个少

# 一代人有代人的「鸡蛋」

龚静

时从毛绒玩具的60后,钝感了。赶紧某宝查查,英国品牌(生产地越南,发产地中国嘉兴),水果类萌宠类齐全,毛绒苹果桃子南瓜茄子等基本皆拟人化,眼睛翘嘴小短腿必备,丰富得很,还有小狗小猫包,售价不菲,300元左右是基本,适龄3岁及以上,但看评价晒图年轻姑娘颇多。再查查,网评为治愈系轻奢玩具。哈,差点被我当赘物。跟小友一说,她很高兴找到同好者,语气间颇感安慰。也是,一个毛绒苹果,虽然有点价格,能生发多重情绪价值也很值了。

童心大发,我也下单了一个同品牌粉桃子,锻炼手指,捏之颇具温暖感。跟侄女聊天,她给我看她们平时喜欢关注的一些萌宠和文创产品,大多可爱的萌萌的,当然也有前段日子风靡的拉布布之类,有些在我这个年龄看来是遭灰之物。哦,原来你们喜欢这些东西啊。侄女说这阵年轻人流行一个梗:一代人有代人的「鸡蛋」要领。某书发图要么

发言是教授和学者的口腔运动。参加学术交流、政策研讨和社会传播,要能够在给定时间内有效地表达思想。我自己的感受是,一次讲话,如果讲得不错但是时间超过可容忍,或者时间控制好了但是思想没有表达好,就不能认为是成功。当教授做学者几十年,如果说我在这方面还算过得去,关键是在口腔运动中形成了三条自我约束的“铁律”。三条铁律每条都包含了是什么、为什么、怎么做。

铁律一:绝对不超时拖拉

是什么:在任何发言场合,都必须控制讲话时长,最多不超过给定时间的10%。这意味着准时开始、准时结束,更意味着对演讲内容和结构的随时调整,确保在限定时间内完成讲话,同时有效地传递核心思想。

为什么:要对演讲超时有“犯罪感”。一方面,对于他人而言,演讲超时就是侵占大家的时间。因为前面严重超时缩短后面人发言的时间,听众会觉得不公平。另一方面,一个无法管理好自己的发言时间的人,其内容的可信度也应该大打折扣。

怎么做:要讲话不超时,我的做法是“像管理项目一样管理演讲时间”。一是结构设计,将内容模块化,根据时间选择模块,并为每个模块分配时间。二是没有废话,形成前紧后松习惯。讲话一开始就直奔主题,没有“赘肉”。三是现场自律,上台演讲记住何时开始何时结束,讲完一个意思看一下时间,弹性调节后面的内容。如果时间快到了,就概而言之收尾。

铁律二:讲话要有理、有趣、有用

是什么:这是对讲话质量和效果的要求,保证讲话有抬头率。“有理”是根基,指讲出有新意的思想和观点;“有趣”是桥梁,指表达有吸引力,有画面感和可听性;“有用”是归宿,指能给听众带来实际的启发或价值。一次讲话,如果大多数数人保持高抬头率,不是低头看手机,不用去问就可以看到成功。

为什么:听众有高抬头率,说明你的信息

铁律三:出口就要成为文章

是什么:这是对口头语言质量和思维清晰度有高追求。学术交流当然不是电视主持人,但是也要尽可能减少“隔愣”。有“隔愣”意味着思维的卡顿与语言的不流畅。出口就要成为文章,是要求说出来的话,稍作整理便可以成为拿出去在报刊杂志发表的文章。

为什么:混乱的表达,背后往往是思考的模糊与深度不足,说明还没有把问题想清楚。这样的表达再充满“嗯啊这个那个”,就不可能让听众听得进去、消化得了。讲话发言用词到位、清晰精练,能最大限度降低听众的“理解成本”,让他们把精力完全聚焦于思想本身。

怎么做:出口成为文章的可行方法是先想清楚后再说出来。讲话相对于写文章,没有反复修改的机会,所谓一言既出,驷马难追。一定要想好了再说,而不是说了后再想。

一是框架之外要有关键词。要花工夫想好关键词。这个过程可以逼迫自己理清思路、精准概念。二是意群输出法,讲话时要以完整的“意群”(一个观点或一个短句)为单位进行表达,而非一个词一个词地往外蹦,这能从根源上减少“隔愣”。

有了以上三个铁律,习惯成自然,我发现发言会变得越来越轻松。不管长达几个小时,还是短到几分钟,轮到我了,上台前我先深深吸一口气,然后轻松上台,摆正麦克风,试一下翻页笔,开始进入享受过程。

## 发言我有三条铁律

诸大建

传出去对他们而言有相位差。相位差越大,不知道的东西越多,抬头率就越高。在信息过载的自媒体时代,听众为何要听你讲?“有理”确立了内容的权威性;“有趣”抓住了听众的注意力;“有用”则确保了演讲的实效性。讲话三个“有”结合,可以实现从“信息传递”到“价值共创”的深度沟通。

怎么做:讲话是思想和研究的输出,学者是“内容的设计师”。一是“有理”是针对问题给出有新意的思想并探索,要求老生常谈不淡,众口一词不说。二是“有趣”要将“高概念”与“低感知”的日常事物相联结。通过比喻和具象化的场景,为抽象理论赋予画面感。三是“有用”是讲话要用户导向,每一次讲话必须搞清楚听众是谁?他们对什么感兴趣?我的分享能解决他们的什么困惑?要从听众出发而不是从自己出发



“新春时节,吃顿素斋是个好主意!”我毫不犹豫答应小友阿跃邀约:“去妙果寺吃晚饭。”

妙果寺,系东瓯名刹,位于温州市区松台山南麓,享誉盛隆。据传,由永嘉大师建于唐神龙元年(705年)。清顺治十五年(1658年)毁于大火,康熙十四年(1765年)重修。岁月更迭,风雨如磐,妙果寺与众多名刹一样,屡遭劫难。如今的妙果寺,是1983年开始重建的。

温州人未必都去过妙果寺,但有首童谣可谓妇孺皆知——

叮叮当 哟呵哩  
叮叮当 哟呵哩  
山脚门外哟呵哩  
哟呵哩 孤老堂  
松台山上仙人井哪哪哩  
妙果寺里猪头钟哪 哟呵

童谣唱的是松台山周围景物,并没有深刻道理,但因其简单、易记、易唱,百年来流传不衰,成为温州城市文化记忆。不论年轻时时在部队当兵,抑或花甲之年参加全国副刊采风活动,但凡有推脱不掉的表演,我也会拿出“看家本领”——用温州话唱《叮叮当》。温州话号称“天下第一难懂”,就这么几句,好耍都能过关。

是日下午,欲雨未雨的天气。当年“松林叠翠,环境清幽”的妙果寺,给如今车水马龙的人民路留下了最后的清静。山门上沙孟海先生题写的“妙果寺”,遒劲大气。跨进寺内,几位义工在忙碌。走了几步,便瞧见起铜非铁、油光锃亮的猪头钟,我不禁想起那个神奇的传说——

宋神宗元丰年间(1078—1085),妙果寺来了位挂单僧人,貌相愚钝,能说会道,行为怪诞,将化缘来的钱统统买了猪头,还拿回寺里下酒。住持继忠大和尚看到了,也不去管他。

有一天,这名僧人扛着锄头到寺旁山脚下挖了口井,将吃剩的猪头骨扔进去,用大石头盖住,封上泥土,告诉旁人说:“我用多年化缘来的钱铸了一口钟,七七四十九天后铸成。”说完,便不见踪影。过了一个多月,庙里和尚迫不及待,将井盖挪开,果然发现有一口酷似青石的钟,滚烫滚烫的,挖上来一看,高约三尺,音色铿

## 妙果寺里猪头钟

瞿冬生

然,那钟钮竟是两个猪头合拢在一起的样子。众人惊讶称奇,便唤作“猪头钟”。

传说当不得真,但是钟钮被贼人切断盗卖国外,确有史料记载,发生在1919年。此后,猪头钟便不能悬挂了,于是建亭保存。眼前的古钟亭重建于1987年,亭联有云:“稽于史实,松台山上仙人井;留得民谣,妙果寺中猪头钟。”

我高中就读温州市第七中学,与妙果寺一墙之隔。印象中,妙果寺剩下残垣断壁,几乎荒废成一片坦,学校的“百草园”与大殿后那片土地连成一片。后来,大地回春,寺庙重光。经过长达十余年的建设,妙果寺恢复了名刹模样。

2021年4月24日上午,“弘一大师驻锡温州一百周年纪念大会”在妙果寺举行,我受邀参加。当时,曾有过这样的感慨——40多年前坐在妙果寺隔壁学堂里,40多年后坐在学堂隔壁妙果寺里,松台山下发生了巨变,而不变的是,我依然还坐在山脚下。

接近下午五点,几个素食、几个馒头、一盆饭、一盆汤摆在条几上,大家排队自取。餐毕,我与陈佐、文跃等同随法师到寺外散步,边走边聊,不知不觉来到松台山东麓广场。

松台山是温州古城“九山”之一,海拔39米,占地面积约4.23公顷,因山顶平坦如台、多苍松而得名。宋太宗曾赐“宿觉名山”匾额,缘于山上有永嘉大师真身舍利塔。永嘉大师俗姓戴,字明道,唐代永嘉(今市区)人,四岁出家,法名玄觉,因六祖慧能大师留宿一夜,又称“宿觉禅师”,著有《证道歌》。此塔始建于唐代元和年间(806—820年),唐僖宗时期赐塔名为“净光”,松台山因而亦称“净光山”。净光塔历史上几经兴废,2006年在原址重建仿唐古塔。

此刻,广场上没了平日里的喧嚣,我们拾级而上,依次驻足净光塔、仙人井、摩崖题刻……岁月流转,旧物新景,一切在变,不变的只是故事。松风中,我仿佛又听见那首童谣。

送。与如今常被嘲笑的老年人超市或保健品讲座等处领鸡蛋似乎各表一枝,其实相似仿佛。老年人排队领免费鸡蛋价格不高,超市等处以此赚足人气,顺便还会销售其他。而老人们呢,聚集聊家常谈健康,解寂寞缓焦虑。当然要守住“鸡蛋”之外的钱袋子,不要轻信花言巧语(尤其是所谓包治百病的保健品),不扫来路不明之码,

这“鸡蛋”的实用和情绪价值就叠满了。

年轻人呢,不会去领那鸡蛋,但蹲点抢奶茶免单券,集电子徽章手办,签到打卡攒积分,热切开盲盒抽福袋,有点小确幸小欢喜小满足,也是一种“鸡蛋”嘛。匮乏时代过来的老年人看中鸡蛋的实用性,数字时代的年轻人则热衷情绪价值代偿。看似差异,于人性而言底层逻辑相似,确乎谁也别别汰谁,各领各的“鸡蛋”。无论真鸡蛋,还是类似鸡蛋的心仪小物。

窃以为,一代人的“鸡蛋”倒是一种隐喻,它不仅指向免费,它或是一种认知观念、一种审美倾向、一种世情理解、一种个体自己和世界关系的自我定义和情绪出口。“鸡蛋”摊也一夜之间消失。

马路确实整洁不少,烟火气却随之淡了。人们慢慢习惯网购,越来越隔着屏幕跟人打交道,而不是面对活生生的人。

我家小雷,是条“小身材、大能量”的博美狗,生性欢喜闹腾。都说谁养的狗狗像谁,可我们全家都爱清静啊!一天,我带小雷晚间溜达,走到路口,它左看看右看看,撒腿就往右转弯,奔西郊宾馆方向的虹古路去。嘿,那里没有你爱的热闹呀!它不听,闷头往前冲。原来,犬子早已带它领略过那一路的幽静,兴许使它记起了自己是谁家的狗狗?

直到小雷老去,往生,我还是没仔细打量过白天的那一段虹古路。

春天又回来了。午后,阳光正好,不如来一次家门口的Citywalk。很快走到了西郊宾馆后门,说说近旁的精致小门面餐馆吧。进去过一次,是老友组的三五好友饭局。当时只知其英文名 Maggie 5。吃得不错,当然包括“吃环境”,估计价格不菲。未几,爆出“天价账单”新闻,我看着配图颇觉眼熟,



日有吉 (篆刻) 陆康

的内涵和外延有了“鸡蛋”之外的延伸。碳基生命不是机器程序设置,TA不完美,有认知偏差,有记忆幻梦,有潜意识,有莫名或无法排解的情绪,尤其当TA处于外部环境,难以掌控情势局面遭际,必然需要进退妥协各种考量平衡,当然需要以某种方式给自己赋能、解压、调节、纾解,各种喜欢的“鸡蛋”领一领(消费消费),或许能吸收到鸡蛋的营养。

侄女发我一个小视频,视频上是那毛绒玩具销售铺,老外小姐姐和顾客互动,一个毛绒蛋糕,又是拿起平底小锅模拟烘烤,不忘涂奶油油佛加料,还不忘“你需要xx吗?”,仿佛真的在现场烘焙,互动式过家家一样的销售,情绪价值拉满还不够,还



是将生活戏剧化,怎不会兴冲冲买下,所费不奢,收获满满。这个“鸡蛋”虽不免费,但谁不愿意“领”呢。

如今消费环境,实用之外,人们会更加注重体验沉浸式消费,被电商压迫喘不过气来的实体商业,应该也是在朝这个方向布局经营了,否则买一样的东西,人们何必费力费钱到你店里来呢?总归要有不同的情感体验、价格优势才差异化。数字时代,人的价值感、连接感、情绪感是“隐形痛点”,合适的“鸡蛋”(免费或不免费)还是有吸引力的。

从未拥有过毛绒玩具的老女生,现在每天捏捏大“桃子”,捏得桃子“笑嘻嘻”,两个小短腿扭来扭去的,不禁自嘲自晒。笑一笑,有利健康。这“鸡蛋”老少通吃了。

## 虹古路风情

潘真

腿就往右转弯,奔西郊宾馆方向的虹古路去。嘿,那里没有你爱的热闹呀!它不听,闷头往前冲。原来,犬子早已带它领略过那一路的幽静,兴许使它记起了自己是谁家的狗狗?

直到小雷老去,往生,我还是没仔细打量过白天的那一段虹古路。

春天又回来了。午后,阳光正好,不如来一次家门口的Citywalk。很快走到了西郊宾馆后门,说说近旁的精致小门面餐馆吧。进去过一次,是老友组的三五好友饭局。当时只知其英文名 Maggie 5。吃得不错,当然包括“吃环境”,估计价格不菲。未几,爆出“天价账单”新闻,我看着配图颇觉眼熟,

一查正是我们去过的那家。

此后,又有朋友招饮,竟也选了同一家。因彼此熟稔可直抒己见,我说了句后来被众友引用成梗的话:“依一定要挥霍,请挥霍得雅一点,别被人家斩冲头!”朋友听得进意见,即刻换了家性价比高的餐厅。

话说回来,这家门前绿植丛中流淌的音乐,还有那不着调的雕塑喷泉,我还是蛮欣赏的。

继续往前,音乐渐行渐弱,终至无形。阳光却有形——北虹路到林泉路段,是上海市级的林荫道,夏天香樟树浓荫蔽日。而此刻,春树新芽萌动,阳光透过树枝树叶,在地上、墙上肆意挥洒,线条斑斑驳驳,仿若一幅幅墨分五色的中国画。

没想到,白天的这条路也少见人影,车也不多,一辆明黄色共享单车孤零零泊在高墙外的人行道上。对了,是绵延的高墙把烟火气藏起来了;哪像另一段虹古路,店家鳞次栉比,弄堂大门敞开,邻居路遇打个招呼聊上几句……

空中不时传来清亮的鸟叫声,我听着,享受着“蝉噪林逾静,鸟鸣山更幽”的禅意。

## 十日谈

嘉定南大街再向南延伸,过护城河南门吊桥,原先有一条南门外大街。

“老马路”变迁 责编:殷健灵

