

徐闻

2023年即将过去，回顾这一年，有哪些词语萦绕脑海、挥之不去？经过读者投票，专家评议，《咬文嚼字》编辑部评选出了“2023年十大流行语”。“新质生产力”“双向奔赴”“村超”“特种兵式旅游”“显眼包”“搭子”“多巴胺”“情绪价值”“质疑××，理解××，成为××”入选。

一、新质生产力。2023年9月，习近平总书记在黑龙江考察调研期间提出：“积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战略性新兴产业，积极培育未来产业，加快形成新质生产力，增强发展新动能。”随即“新质生产力”传播开来。“新质生产力”代表一种生产力的跃迁，是科技创新发挥主导作用的生产力，是摆脱了传统增长路径、符合高质量发展要求的生产力，是数字时代更具融合性、更体现新内涵的生产力。

二、双向奔赴。本指相关方朝着共同的目标一起努力，相互靠近。多用于人与人之间，表达了人们相互爱慕、相互亲近的美好愿望。

三、人工智能大模型。一系列基于大模型的人工智能应用相继问世，其中ChatGPT、“文心一言”等已经在社会生产、生活方面产生了广泛影响。

四、村超。2023年5月13日，贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县举办的“和美乡村足球超级联赛”开赛。“村超”由“乡村足球超级联赛”缩略而成。

五、特种兵式旅游。文化和旅游消费持续复苏回暖，“特种兵式旅游”火遍全网。这种新型旅游方式，核心要义是用尽可能少的成本享受尽可能多的旅游资源。

六、显眼包。称某人为“显眼包”，不仅在于其表面“出风头的”，更在于其内在的活力外溢，既可爱有趣，又能够营造欢乐气氛。

七、搭子。如今流行的“搭子”，反映的是一种新型的社交关系模式。“搭子”之间的互动，控制在满足特定需求的范围内。这种精准陪伴被视为一种无压力社交，不需要费心思维，有更多自主选择自由空间。

八、多巴胺××。从色彩心理学角度看，明亮鲜艳的色能够激发多巴胺分泌，让人产生愉悦感。今年流行“多巴胺穿搭”“多巴胺景区”“多巴胺漫步”“多巴胺饮食”“多巴胺休假”等，甚至热情开朗、生活态度积极的人，都能用“多巴胺”来形容。

九、情绪价值。一个人给他人带来舒服、愉悦和稳定的情绪越多，他的情绪价值就越高；反之，他的情绪价值则越低。“情绪价值”高，能给人美好感受，激发正面情绪，激励个人成长。

十、质疑××，理解××，成为××。在十多年前的电视剧《爱情公寓》中，林宛瑜拒绝男友的求婚，决定追求职业梦想。今年年初，“质疑宛瑜，理解宛瑜，成为宛瑜”在社交平台传开后，“质疑××，理解××，成为××”逐渐变成一个小造句格式广泛流行。

比如：父母管教严厉，自己小时候不理解，甚至心生叛逆；随着年龄增长，逐渐理解了父母；自己有了孩子，已是完全认同父母，就像当年父母一样管教孩子。于是便感叹“质疑父母，理解父母，成为父母”。在特定的人生阶段，面对特定的认知对象，“质疑、理解、成为”是客观存在的动态心理过程，也是心智成长、成熟的必经阶段，表征于社会生活的方方面面。

治愈系、松弛感成为向往 年轻人的家居跨入“向内时代”

京东和场景实验室联合发布的《日常与日新：2023居家消费新趋势》指出：居家消费正在进入一个围绕人的“向内时代”。从居家消费的新变化中，年轻人得以寻找日常生活的新意义。有个性、有态度的年轻人正成为家装消费的主体。家装家居正成为一种自我身份的认同与表达。对于当代青年来讲，最大的命题就是找到适合自己的生活方式，那不仅仅是一个有效率、便捷而又舒适的空间，更是一个可以安放自我的地方。



小丽画

中国妇女报全媒体记者 张峰

曾经只是用来刷刷、发单和吃外卖的客厅，如今在懒人沙发、投影仪和蓝牙音箱的帮助下，成了抵挡内耗的疗愈室；卧室的床头，也多了氛围灯和助眠香薰，给好好睡觉这件事加了一层美学的渲染；就连家里办公的地方，年轻人也给安排上了人体工学椅和可升降办公桌，尽可能给自己的生活和颈椎减负。

小到智能门锁、氛围灯，大到电竞桌、定制衣柜，年轻人对家忽然有了更多灵感。他们主动打破了以往对客厅、卧室、书房、厨房和卫生间的定义，从生活喜好出发，用一件件或智能、或有趣、或充满创造力的家具传递着自己的风格。

身处当下的快节奏时代，越来越多的年轻人认为家居环境除了功能价值，同时更应具备体验价值和社交价值。他们对“家”的定义不再仅仅是一个简单的居所，而是能够表达自我、传递态度的空间。

家庭空间“内向化”，家居悦己至上

据《2023中国家居新消费趋势洞察》报告显示，消费者对家居空间的打造效果需求越来越明确，环保健康、高颜值、智能科技、易清洁等细分化需求不断增长。京东和场景实验室联合发布的《日常与日新：2023居家消费新趋势》指出：居家消费正在进入一个围绕人的“向内时代”。从居家消费的新变化中，年轻人得以寻找日常生活的新意义。

家装设计师张璐表示，有个性、有态度的年轻人正成为家装消费的主体。对他们来说，家更多的是一种精神寄托，他们希望打造属于自己的精神空间。他们向往的家居生活主旋律是追寻品质生活，同时家居需求呈现更多元化和潮流化，越来越看重产品的品质，渴望安全健康的居住环境，乐意高颜值产品买单。

张璐说，家庭空间的营造越来越受年轻人的关注，客厅传统的会客、接待作用正在弱化，以往“对外服务”的客厅开始逐渐“反客为主”，从悦己转向悦己，更多时候充当家中的娱乐、健身、健身等多功能综合区域。

家里的厨房也成为交流型空间，越来越多的消费者要求将厨房和邻近的餐厅、客厅打通，让朋友和家人能够参与到烹饪的过程中，大家一起讨论美食烹饪，拉近人与人之间的距离。

此外，阳台仅仅用来晾衣服被视为极大的浪费。将客厅和阳台打通正成为越来越多年轻业主的家装选择。一方面通过打破空间界限，在视觉上让家里变得更加开阔大气，另一方面能创造出更多亲子互动、萌宠玩耍的空间，提高家居空间利用率。至于晾晒衣服的问题，可以直接选择烘干机。

治愈系、松弛感成为年轻人的向往

今年早些时候，淘宝天猫家装家居围绕“家场景”及年轻消费者住家需求，发布2023年六大行业趋势。这是淘宝天猫结合用户的搜索和消费数据，细化到场景维度而得出的结论。其中包括“家有时髦知识分子”“十平米松弛感”“茶酒Home Bar”“深睡0压空间”“家有小森林”“解忧智能屋”，透射出当年轻群体对于理性、健康和回归自我的消费趋势。

在家中营造出减压而有质感的生活氛围，是当下越来越多年轻人的期盼。人们渴望脱离倦怠，满足身心疗愈、健康类的家装家居需求与日俱增。不论出租屋还是自住房，在年轻人打破了家的限制以后，他们真正做起了家的主人。再考虑到过去一段时间曾经历过的居家工作、学习的情况，家的功能已然从遮风避雨，两点一线的居处逐渐进化为汲取能量、保持松弛的唯一居所。

“松弛感生活”也成了今年家居潮流热词。



奶油系沙发

于是，“十平米松弛感”应运而生。以客厅为核心场景，从色彩、触感、造型设计、灯光等多个维度主打治愈松弛氛围的家居产品正在火速出圈。奶油风家居就是其中的典型代表，据淘宝天猫家装家居介绍，奶油风的多款家居产品去年同比增长增速超1000%以上。

松弛感的家居生活中自然少不了户外与绿植的存在，“家有小森林”正是这一追求下衍生的新趋势。越来越多的人开始在自己家中打造家庭小森林、小花园或小菜园。与此同时，适合在别墅庭院空间摆放的户外沙发、躺椅等产品，在淘宝去年同比成交额增速超400%。

时髦书房、咖啡角、茶酒Home Bar把家变成“潮流综合体”

如今的年轻人，不仅仅把家看作是满足日常生活需求的功能空间，也更愿将家视作一个精神园地，家装家居正成为一种自我身份的认同与表达。

拥有强观赏性、富于艺术气息的风格家居受到新一代消费者的欢迎，如具有返璞归真质感的书柜、富有碳化做旧肌理的茶几，都获得了

一批忠实拥趸，其中不乏设计师、民宿主理人等对生活美学有要求的群体。

快节奏生活工作的压力之下，年轻人对于家庭社交的需求也不断扩展，更多人尝试将咖啡馆和酒吧搬进客厅或厨房，满足家庭社交餐厨需求。在家里营造一个1㎡咖啡角、迷你酒吧等成为一股新潮流，这也掀起了“茶酒Home Bar”的新趋势。

业内人士表示，百元级的手摇咖啡磨豆机除了专业咖啡师使用之外，正在被普通消费者接受。手冲咖啡市场的发展一直在以健康稳重的姿态向上增长，慢慢渗透到越来越多接受手冲咖啡文化的家庭之中，实现销量稳定的递增。

淘宝数据显示，热红酒锅、围炉煮茶器具持续热销，咖啡柜去年全年成交额实现了同比增长超460%，适合咖啡、茶饮聚会需求的岛台餐桌增长超230%。

智能化打造“解忧屋”

年轻人当然更喜欢追求高科技的家居体验，真正的智能家居不仅仅是家电智能化，而是整个家的电器系统都进行统一管理，实现互联互通就可以启动家里的各种智能家居、家电。远程可视智能门锁去年成交额同比增长320%、智能型门铃增长近100%、蓝牙智能开关同比增长超140%。还有适合老人的电动升降床垫、能判断健康指数的马桶、更精准安全的静压识别门锁等一大波智能用品出炉，为生活排忧解难，家居体验变得更为健康智慧。

年轻人追求个性，更爱享受生活，因此能够融入他们个人兴趣爱好和生活方式的家，更受他们的青睐。新兴品类的出现、传统品类的创新升级，正在重塑我们的日常生活，也为年轻人的新兴生活方式提供了更多可能性。对于当代青年来讲，最大的命题就是找到适合自己的生活方式，那不仅仅是一个有效率、便捷而又舒适的空间，更是一个可以安放自我的地方。

一碗面，让我们记住了食物的本原，也让我们满足了对食物的丰富想象，更体现了做面人的坚守。用一碗面，结束一天的奔忙。用一碗面，叙述一城风雅。万般滋味，才下舌尖，又上心间。

苏州人的精致，都在一碗面里

记忆中的味道

邓伟琼

印象中在苏州吃面，就是一种风雅之事。店铺无一例外都是宽尺余的厚重长板凳，坐下来都是小碟小盅青花瓷装着的袖珍调料，蕴含着苏式美学。

尝过评分很高的“琼林阁”，吃过苏州本地人最爱的“老横泾面馆”，更是在清朝传下来的“南得三宝馆”蹭吃蹭喝。烟火人间，苏州人的精致，都在一碗面里。

在“琼林阁”店堂，抬眼一扫，简直震撼。雕花窗棂与宣纸折扇式拉长的白纸黑字面种互为辉映，紧汤、宽汤、免青、重青、红汤、白汤、热拌、冷拌……面种明目之繁多，简直让人眼花缭乱。折扇式的横幅有一种展轴看古代书画的无尽绵延感。再看价格表上长长几排的浇头：苏式焖肉面、三虾面、苏式爆鳝面、金汤黄鱼面、鸡汁大排面、醋油鱼片面、清炒蟹粉面、秃黄油、蟹粉蹄筋面……选择困难症吃个面估计也得崩溃。

苏州面讲究的就是浇头。“琼林阁”的一碗“三虾面”，所谓的三虾指的是虾仁、虾籽和虾脑。盛在高高的温润青瓷里，颗颗虾仁晶莹剔

透，带着迷人的嫩粉色，虾籽如繁星点点，是江南的精致格调；根根细面三折于点点酱色的宽汤中（我喜欢宽汤，很多人吃三虾面更喜欢甩干，享受黏糊的甜成鲜），葱花点翠，将盏中的三虾慢拨于碗中，就成了一幅色泽明快的画，简直不忍搅拌。面条吸收了高汤的精华，香而劲道，不粘不腻，虾脑扎实，虾仁Q弹嫩滑，滋味甘冽，再伴着虾籽的点点咸鲜，简直是口腔、舌尖、味蕾的曼妙幸福。

老话说“唱戏靠腔，下面靠汤”，所以汤被誉为“面的灵魂”。苏帮面的汤分为红汤和白汤，红汤要色如琥珀，清而不油；白汤更是要求一清见底，不见浑浊，不得加水。那天看着见底儿的碗（汤也一口不剩了），还想再点一份其他浇头尝尝，无奈肚子滚滚，只能望汤兴叹。此时真巴望来个武松式的胃。吃，在江南是一件风雅韵事。

“老横泾面馆”的“原汤苏式焖肉面”，原汤简直是焖肉面的灵魂，整齐的细面一折两折三折后铺于酱色的汤中，私以为暗含着吴侬软语的平平仄仄，汤面里带着韵脚飘着浓香，一块冰镇过的肥瘦兼得的焖肉铺于三角形青花瓷碟中。那天我还点了一个大肉浇头（原来就是红烧肉）一起盛于深茶色的方格木盘中，将焖肉

浸于汤底，尝了一口汤，醇厚丰富，清吃了一口面，油润馥郁，再吃焖肉，哎呀，入口一抿就化了，果然是苏州的传统浇头！

近日读“洪爱球”的《老派少女的购物路线》，同样是吃面，只不过她写的是伴她三十年的“切仔面”。从一碗面写到家族的兴衰，再写到店面老板对职业操守的坚持以及吃面识人。

外公在世时儿孙满堂，几十号人浩浩荡荡开车去吃切仔面的热闹场面，外公回答老板娘“捞切来”的势如降旨，三层肉、瘦肉、嘴边肉、猪皮、脆骨、猪心、猪肝、猪舌、肝连、大肠、生肠……一猪到底，简直从鼻子吃到了尾巴，全家人对不同部位的喜好也在她的笔下充满了温情与回忆。

我们重庆也有让人走出家乡就格外想念的“麻辣小面”，那麻得地道、辣得彻底的，是胃的欢愉，是家乡的记忆，也是重庆人耿直性格的淋漓尽致体现。而麻辣姜蒜比例的不同更是每家每户口味的家族基因，独属于家的味道！

一碗面，让我们记住了食物的本原，也满足了对食物的丰富想象，更体现了做面人的坚守。用一碗面，结束一天的奔忙。用一碗面，叙述一城风雅。万般滋味，才下舌尖，又上心间。



多巴胺穿搭