

观点
扫描



在追求完美的今天,我们似乎已经对流水线上千篇一律的“标准笑容”感到疲惫,反而在一张“缝坏了”的脸上照见了最真实的样子。

“哭哭马”意外爆红 不完美的独特让人共情

近日,有网友发帖分享购买马年公仔的经历,称其中一只小马公仔的嘴巴被缝反,看上去十分委屈,“笑笑马”变成了“哭哭马”。他本想向商家反馈错误,没想到被不少网友点赞称“反差萌”,甚至有很多人向商家求购。

谁能想到,一个因工人疏忽而缝反了嘴角、从“笑脸”变成“哭脸”的残次玩偶,竟一夜之间成了全网疯抢的爆款。这只被称作“哭哭马”的玩偶本该默默躺在废品堆里,却因那张委屈的脸莫名戳中了无数人的心。在追求完美的今天,我们似乎已经对流水线上千篇一律的“标准笑容”感到疲惫,反而在一张“缝坏了”的脸上照见了最真实的样子。

这无疑是对所谓“工业标准”的一次微妙反讽,现代生产逻辑推崇完美精准、严丝合缝,任何偏差都被视作次品,必须被剔除。可眼前这只嘴角向下的小马,恰恰用它的“不完美”瓦解了那种紧绷的一致。它带着人手才有的疏忽,甚至一点笨拙的误差,却因此活了过来。人们抢购的不再是填充棉布的玩偶,而是一份在机械秩序里偶然流露的“人味儿”。

更深一层看,“哭哭马”悄悄替许多人完成了一次“情绪代偿”。我们活在一个讲究“情绪正确”的环境

里:朋友圈要光鲜,职场中要专业,哪怕累了也要撑起一副积极的样子。那些说不出口的压抑,却在看到这只小马时突然释然——它替我们“哭”了出来。那种因失误而生的忧郁竟比刻意的笑容更治愈。它仿佛在说:不完美也没关系,人生偶尔“缝反了”,也是可以接纳被拥抱。这份共情的背后是人们对于真实情感愈发强烈的渴求。

从这股热潮中不难察觉,大众的审美逻辑正在悄悄转向。市场上从不缺精致的产品,缺的反而是留有“手痕”的真实。年轻人开始偏爱手作的温度、不完美的独特,其实都是在试图逃离被算法和标准定义的流水线。当一个残次品战胜完美品,或许就标志着很多人开始珍惜那些有温度的“错”。

其实,我们需要的从来不只是完美成品,而是更多能够呼应内心的共鸣。当商业不再只盯着冷冰冰的指标,当人们学会找寻富有个性的物品,或许世界才会变得美好多元。愿这场“哭哭马”意外走红事件是一次契机,让更多人看见并拥抱那些不完美的真实,让每一个偶尔缝反了的“你我”都能找到安放之处。

苏聿莹 来源:钱江晚报



这个话题之所以成为热议话题,一方面源于App的名字颇有点“惊悚”;另一方面这个App确实戳中了独居者面临的生活难题。

“死了么”App爆火,戳中了独居安全痛点

近日,苹果应用商店一款名为“死了么”的App受到广泛关注。截至1月11日10时,该款App在苹果付费软件排行榜位列第一。

这个话题之所以成为热议话题,一方面源于App的名字颇有点“惊悚”;另一方面这个App确实戳中了独居者面临的生活难题。

这款App的功能,是为独居人群打造的轻量化安全工具,用户需要设置紧急联系人并签到,若连续多日没在应用内签到,系统将于次日自动发送邮件告知紧急联系人。这个看似简单的提醒机制,恰恰是在用低成本为独居生活补上关键的安全兜底,也是数字时代背景下一个技术层面的解决方案。

根据全国第七次人口普查数据,截至2020年底,我国一人户家庭超过1.25亿户。在这样的背景下,“死了么”的走红就不难理解了。

“死了么”走红并非制造焦虑,而是把一种原本被忽视、却普遍存在的风险摊开来:当独居成为越来越多人主动或被动的生活状态,安全如何兜底、意外如何被

更早发现,就不再只是个体问题,而是社会需要共同面对的现实课题。

技术层面的回应固然重要,不过数字工具的力量是有限的,真正落到现实层面的应对,往往需要更具体的机制安排。比如,以社区为基础开展对独居者的常态化巡查与定期联络,强化巡查覆盖;在紧急联系人之外,引入社区、物业或社工作为补充性的“第二联系人”等。

在“死了么”App团队最新回应中,也提到在接下来的产品打磨中,会丰富短信提醒功能、考虑增加留言功能等。只有当技术工具与现实支持形成衔接,让独居者和社会结构发生连接,独居的安全感才不至于悬空。

而独居社会的安全议题并不存在“一种答案”。无论是技术设计、服务供给还是表达方式,都要在多元需求之间寻找更细腻的平衡,针对不同群体提供有针对性的方案,如此才能实现改进之策的最大化覆盖,真正助益社会。

何韵 来源:新京报



发展从来不是一蹴而就的冲刺,而是一场考验能力与定力的长跑。保持创新锐气、开放胸怀,久久为功、行稳致远,中国动画电影潜力无限,好戏还在后头。

国产动画电影,好戏在后头

2025年,中国动画电影迎来高光时刻。数据显示,2025年全年动画电影票房突破250亿元,创下我国影史新纪录。《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》等国产电影在票房榜上位居前列。2021年,动画片对国内票房的贡献率为6.2%;2025年,这一数据已接近50%。中国动画电影的崛起,折射出开放创新的蓬勃力量。

动画电影是传承发展中华优秀传统文化的重要艺术载体。从《大闹天宫》的水墨风骨到《长安三万里》的诗词意境,从《白蛇》系列的东方浪漫到《中国奇谭》的志怪想象,中国动画在传统与现代的交汇处找到创新坐标。

一部优质动画作品的诞生,离不开产业链的厚积薄发。如今,中国动漫相关企业达数百万家,其中3年内成立的企业占大多数。单是一部《哪吒之魔童闹海》,便集结了138家动画公司、4000余名创作者,历时5年去打磨近2000个特效镜头……技术进步、人才积累带动创意策划、生产制作、传播方式等迭代升级,协同联动的产业生态拓展了文化创造的边界,打开了更大的发展空间。

市场的繁荣,从来不是闭门造车的产物。年度榜

单上,《疯狂动物城2》等海外佳作与国产精品同台竞技、各美其美,多元供给激发着观众热情。《大鱼海棠》《白蛇:缘起》等动画电影还相继走向海外,多部网络动画也通过流媒体平台进入国际市场。

也要看到,当前中国动画电影在原创IP培育、产业链贯通、国际传播能力等方面仍有提升空间。动画电影投入大、周期长、风险高,产业的持续发展,离不开有形之手的支持引导。一方面,应完善税收、财政补贴等优惠政策,加大对文化科技创新、文化产业融合等的支持力度,营造宽松包容的氛围。另一方面,可推动动画电影产业与旅游、文创等产业融合发展,激活长线IP运营矩阵,构建闭环消费生态。

一座座因影视IP崛起的主题乐园,一条条被故事激活的文旅路线,一件件承载文化符号的爆款商品……从银幕到现实,从虚拟到实体,中国动画为文化产业发展持续注入动能,也为增强文化自信提供助力。发展从来不是一蹴而就的冲刺,而是一场考验能力与定力的长跑。保持创新锐气、开放胸怀,久久为功、行稳致远,中国动画电影潜力无限,好戏还在后头。

余璇 来源:人民日报