



# 做最好的自己

用自己喜欢的方式过一生

## FIRE,看见生活的另一种可能



薇薇的休闲时光

记者李凡、沈佳慧报道眼下,大多数人的生活轨迹可能是读书、工作、结婚、买房、生子、存钱、退休,事实上,社交媒体上有越来越多年轻人讨论和计划“早退”的理想生活。

他们把这种生活方式叫作“FIRE”。这里所说的“FIRE”,并不是“把公司老板炒掉”那个意思,而是“经济独立,提前退休”(Financial Independence, Retire Early)的英文缩写。它主张降低欲望,极简生活,努力攒钱,合理理财,然后提前退休,去追求自己想要的生活方式。

现代社会,工作和生活的压力让年轻人直呼“卷”不动。不过时代在轮转,年轻人总能找到一种应对生活的新方式。比如FIRE,就给了大多数人另一种看见生活的角度和可能。

### 新退休主义生活观

在温州出生,在杭州上大学,毕业后在义乌创业,这是薇薇作为个人的成长史;80后,个体户,中年离异,单亲妈妈,这是薇薇作为社会角色的标签。带着很多人投来的质疑目光,她在40岁这一年做了一个重要的决定——退休。

“大家总认为退休群体是没有活力和能量的象征,以为退休就是过大伯大妈跳广场舞、逗鸟遛弯的生活,其实不

然。我们约定俗成的优质人生标准正在更新迭代,被多元的工作和生活方式解构、重组和新生。”FIRE的目标并不是“摆烂躺平”。薇薇认为,她的愿景是通过理性消费,资产合理规划,达到家庭收入合理增长。FIRE带给她的意义并非追求退休,而是摆脱“拿时间换钱”的工作,走上热爱生活的路途。简单来说,就是拒绝996、007的生活方式,拒绝被消费主义捆绑,韬光养晦积聚能量,把人生的后半期还给自己。

“我有房有车,无贷款,存款500万,此外我还提前规划了200万的家庭保险,现在每月能从存款利息和项目投资收益上获得超过5万的被动收入。有了这个经济储备,我才敢于提前步入‘退休’生活。”薇薇告诉记者,FIRE的前提是趁年轻搞钱+储蓄,计划好消费,并清晰规划未来的生活愿景。某种意义上说,“FIRE生活”的内核不缺乏积极向上的成分,因为他们每一天都在认真雕琢自己的生活。

### 消费降级or智慧升级

2006年大学毕业后,薇薇到义乌打拼,做过外贸、开过公司,年营业额近千万。和很多职场打工人一样,她几乎把所有的时间都奉献给了工作。在前10年的经济上升期,薇薇也

曾虚荣消费,冲动消费,她买过名表,高昂的钻戒、名牌包包,昂贵却只穿一两次的时装……

经过三年疫情“特殊时期”后,薇薇的消费观发生了“质”的改变。她开始惜物,也渐渐开始明白,物质消费带给她的只有当下一时的快感和满足感。

“现在的我,只为体验和性价比买单。”38岁之后,薇薇开始学习记账,每月都做预算,各项开销大类都严格控制好,每笔收入和支出都能查到明细,现在的开支只有之前的10%~15%。“FIRE”后的薇薇虽然是半退休状态,但她每天都感觉好忙碌。听播客、做家务、阅读、养花、研究厨艺……“自己烹饪美食,既有乐趣又省钱,同时吃多少做多少避免浪费。”薇薇说,在褪去了很多社会角色的头衔后,开始真正懂得了生活,只留下自己最爱的一面,尽情享受柴米油盐诗酒茶。

“很多人管这叫‘消费降级’,在我看来,这其实也是另一种‘消费智慧’的升级,我在40岁时终于明白了这一点,好饭不怕晚。”薇薇欣慰地说道。

### 生活没有标准答案

任何生活方式都不会只有美好的一面。客观地看,真正能做到“FIRE生活”的,不过是少数。网上也有个别尝试过“FIRE生活”的人表示后悔,认为“提前退休”让自己的生活失去了重心和方向,变得浑浑噩噩。一开始,他们很享受脱离工作带来的自由,但时间一长,他们便失去了新鲜感,也有人发现自己无法长期忍受“低欲望”的生活。

诚然,财务自由后的“躺平”生活极其诱人、美丽且绚烂,但按部就班地上班、还贷、双休,似乎更触手可及。这种梦想象中的生活,也因“虽不能至”而“心向往之”,不过是给那些在工作中倍感压力的年轻人打开了一扇“通风窗”,进而摆脱许多不必要的焦虑与烦恼。

“想清楚自己想过怎样的生活,然后义无反顾地走下去,不要被噪音干扰,因为没有人有资格指教你怎么生活!”薇薇说,我愿意把FIRE看成是一场修行,人生很长也很短,时间宝贵,抓紧时间做自己想做的一切,并勇敢地承担自己的选择所带来的结果。

要不要“FIRE”,是否适合“FIRE”,都是很个人的事。与其说我们很难找到生活的“标准答案”,不如说生活根本就没有“标准答案”。人生只有一种成功,那就是用自己喜欢的方式过一生。

## 去有风的地方慢煮时光

### ■孙梦婷

李瑛倩和李伟勋是一对90后金婚夫妇,曾在外面的城市当“打工人”,一个做外贸,另一个教书法。那时,他们每天都忙着上班、接送孩子,没有时间去留意身边的美好。

恰逢电视剧《去有风的地方》火热播出,乡野梦便着了火,“有风小院”的悠闲与宁静,让李瑛倩深受触动。她开始思考,有没有可能,在金华找到这样一处地方?

过年的时候,李瑛倩回到了外婆家,永康市东村。树木苍翠,苔藓青青,小时候在村里玩耍的场景再次浮现在她脑海,她想,这儿便是属于她的“有风的地方”。

李瑛倩租下了舅舅家隔壁的一处闲置的破旧老屋,爆改开始。夫妇俩亲自动手,拆除旧的结构、清理垃圾,设计规划、施工建设,每一个环节都亲

力亲为。

李伟勋的父亲是老木匠,为了支持儿子的“造梦生活”,60岁的他老将出马。在他的指导下,李伟勋亲手打造了小院里的角角落落:一块有玻璃花窗的老门板被改造成置物架,摆上了各种书籍;两把沙发椅的木框架也是亲手做的,加上皮质垫子,洋气得像市场上卖的艺术沙发;洞洞板是家里的老板改造的,特别厚实,上面挂了咖啡壶和纸袋子……

风起风又落,小院逐渐成型,蔷薇花爬满了木篱笆,鸡爪槭翠绿清新,茶棚纱帘轻摆,恬静舒适,人间清欢。

一方小院,容下了一家人的三餐与四季。一楼是李瑛倩的咖啡馆,二楼更安静,留给了丈夫李伟勋作书法教室。

不仅有咖啡,李瑛倩常会把自制的饮品与小食摆上柜台:

有话梅气泡水(自己熬的

话梅酱)、有混合了黄桃和玄米香气的小蛋糕(自己熬的黄梅酱)、也有培根芝士披萨(自己砌的窑炉、自己做的肉酱)。

偶尔会遇到一些难题,一转头或者一声叫唤,爱人就会过来顺手解决。

桌上的玻璃瓶总是插着不同的、新鲜的植物,这是李瑛倩从村里采来的,有时是栀子花,有时是几根肆意伸展的树枝,香气浅浅,白纱摇曳。

对饮时坐的是细密的席子,天气渐渐转热,丈夫李伟勋早早就拿出,用乡间溪水洗刷过。躺上去,还透着凉。

在喧闹的日子里,乡野生活有一种张力,天然、宁静而舒缓。

望着乡间的云,看着乡间的雨,赏着乡间的草木,岁岁年年,慢煮光阴。这大概也是许多人理想中的退休生活,有人先行抵达,我们亦可游览寻梦。

## 你愿为回忆买单吗?

复古式主题街区兴起,中古服饰成为香饽饽,“爱上小时候”等主题零食品牌主打“童年记忆”……近两年,怀旧元素从产品、场景演变成颇受追捧的消费新风尚,引得80后、90后一边呼喊着“爷青回”,一边贡献着实打实的“钞能力”。

“回忆杀”其实是一种情感共鸣式的浪漫,饱含着对美好回忆的怀念。“怀旧”“回忆”这张牌,为何能打进人们的内心深处?

回忆上头,温暖又治愈。怀旧,对每个人来说都是一种情怀。一个旧物件、儿时的玩具和零食……无论什么时候,这些都很容易触动心灵,让我们从过去找到一些力量。

“我们在怀旧消费时,希望以此寄托找到小时候的感觉和美好。”90后消费者张力说。这种极具共情力的怀旧元素为品牌营销提供了契机,一些商家或品牌靠回忆和情怀“出圈”。童年的辣条、奶糖等以新面貌出现,吸引不少人为“情怀”买单。

迷恋传统,自信又从容。“怀旧穿搭”“古风妆容”“老式家具”等内容成

为讨论的话题;年轻人穿回力鞋,吃白象方便面、卫龙辣条……在95后赵升眼中,传统事物在年轻人中的回归,不仅代表着年轻人的消费倾向与态度,更代表着他们对文化的自信,彰显着当代年轻人的生活方式与品质。

从某种意义上说,消费不再是简单的物质需求,一些旧物所带来的温暖感,厚重的传统和历史所带来的价值感,现实和过去的穿越感,这些都是怀旧消费驱动力。

“回忆杀”是一张好牌,但企业或商家也应以正确的姿势拥抱它。

借情怀但不唯情怀。《营销管理》的作者菲利普·科特勒曾说:“在营销活动中给予消费者一定的怀旧元素刺激,激发消费者的怀旧情怀,勾起他们记忆深处共同的符号,以此来引发购买倾向。”如果巧妙地运用回忆与情怀,赋予品牌情感价值,能有效促进销售转化。但若只是低水平翻版,“新瓶装旧酒”“热锅炒冷饭”,则有可能导致情怀泛滥贬值,“回忆杀”变成“杀”回忆。

追潮流但更重品质。“回忆杀”可能会在短期内引爆消费,但随着时间的流逝,其边际效应会逐渐递减。噱头不是良方,情怀不是万金油。回头去看,那些能被我们留在记忆中的经典,都有过硬的质量和良好的口碑。应该说,回忆终有时,潮流是暂时的,良好的品质、公道的价格才是长久之道。

重创新更要走心。在回忆中走心的品牌或商家才有穿越时空的生命力。只有不断地靠近消费者,研究消费者需求,将旧时光里延续下来的风尚与当下时代相结合,将产品的品牌理念、传统文化与潮流文化相结合,创造出经得起时间考验的产品,才能在怀旧消费浪潮中赢得市场。正如许多年轻人所说,他们的怀旧并不是单纯地停留在某个年代,而是带着这些传统再出发。

一代人有一代人的“回忆杀”。“爷青回”一端连着过往,一端奔向未来。期待在产品迭代的过程中,能够涌现出更多可供未来怀旧的产品和创意。

(来源:经济日报)

## 把绍兴师爷故事“说”给你听

### ■鄞曼丽

徐文长巧救落难人、金师爷牵线外公、赵师爷引经据典说“流觞”……在绍兴柯桥,这些诙谐有趣的故事都有了“讲述者”。近年来,在省级非遗项目绍兴师爷故事区级代表性传承人孙金环的讲述下,惩恶扬善、巧解矛盾、敬业自强的绍兴师爷逐渐“出圈”,为大众所熟知。

### 坚持十余年与师爷故事结缘

绍兴师爷故事,是由一系列以“绍兴师爷”为主要人物的轶事趣闻组成的民间故事,以及文人据此加工创作的机智故事。绍兴师爷因其职业的特殊性,其人其事成为当地百姓的谈资,绍兴师爷故事正是在此背景下产生的。

“我与师爷故事的缘分,在孩提时代就种下了。”孙金环回忆道,小时候在老台门夏日夜间乘凉,听听长辈讲故事,听得最多的当数徐文长的故事,徐文长聪明睿智、蔑视权贵、扶弱济贫、仗义疏财,富有极强的正义感,使她从小就喜欢上了师爷故事。

不过,对于长期从事舞台、电视台主持工作的孙金环来讲,专题宣讲绍兴师爷故事应该也有十七八年了。收集故事之余,她以绍兴乡土作家、师爷故事市级代表性传承人王云根为师,还在2014年参加的浙江在线师爷故事比赛中获奖,对师爷故事有了更浓厚的兴趣。

“绍兴师爷故事内容丰富,有着鲜明的地方特色。比如《许师爷陪皇帝吃茶》《许师爷家中设御宴》《祝师爷发明五香茶叶蛋》等,题材广泛,情节跌宕,充满神奇和智慧,也是其他曲艺、戏曲、影视等艺术所取材的灵感来源。”孙金环说,每一次讲故事的机会,她都非常珍惜,她在学校讲、去乡村讲、上舞台讲、到敬老院讲、进社区讲……越讲越有味

道,越讲兴趣越浓。

讲绍兴师爷故事,孙金环选择用地道的绍兴方言。她借助专业特长优势,将莲花落、戏曲等元素结合其中,使得故事更生动、更有张力。每每讲述时,台下的观众无不被她的舞台表现力所吸引,身临其境、如痴如醉。

### 讲述百余场把越地文化讲给更多人听

随着人们文化生活的日渐丰富,以口耳相传为主的绍兴师爷故事的传讲空间正日益萎缩,广受欢迎的老传讲人也逐渐退出舞台。为此,孙金环非常注重师爷故事的资料收集,她还加入了柯桥区地域文化研究会。从2000年至2022年间,她收集汇编绍兴师爷故事项目,选

录王云根讲述的部分绍兴师爷故事作品,主编并推出了《绍兴师爷故事集萃》,内收故事45篇。

“在书中,我将故事分为智破疑案、谋助幕主、巧解难题、趣品越菜、情系越茶、慈善济世等多种主题,方便读者索引。”孙金环告诉笔者,为了让更多人了解师爷文化,她还向王坛镇会稽山藏书楼、王坛镇中心小学等单位捐赠了《绍兴师爷故事集萃》书籍。

近年来,孙金环在大大小小的舞台上讲述了百余场师爷故事,也因此吸粉众多。她不定期在线上传播绍兴师爷故事,声情并茂的讲述吸引了全国各地的观众。除了自己讲故事录视频,以及收集整理并出版书



说书人孙金环