国际

来稿邮箱 gjb@jjrbs.cn

看世界

饿肚子也要倒驴不倒架？

□ 梁 桐





“今天有点忙，决定取消午饭，给自己一点休闲时间。”

“相较于花1000日元吃顿饭，我宁愿把钱省下来买偶像周边。”

……

最近这段时间，“取消吃饭圈”成了日本各大社交平台以及主流媒体争相关注的新热词。《日本经济新闻》发布的调查显示，在15岁至24岁的日本“Z世代”群体中，有近四成（39.4%）受访者表示，自己每周会打着各种名义至少“主动取消一顿正餐”。

从早期的“取消洗澡”到后来的“取消下厨”，如今，“取消吃饭”正被部分社交博主与商业媒体包装成一种充满现代感的生活美学，即追求极致时间效率、崇尚极简主义、彰显个体掌控力的“酷”选择，被冠以极高的精神价值。

支持这种生活方式的年轻人宣称，一日三餐不是“生存的刚需”，而是可以根据个人优先级“随时裁剪的选项”，“追星”“氪金抽卡”或换取1个小时无打扰的睡眠等，其带来的心理满足感远高于按时吃一顿饭。就这样，把原本用于买便当、吃拉面的钱节省下来，用来购买精神上的“抚慰剂”，被赋予了“对生活拥有绝对控制权”的浪漫色彩。

另有部分商业洞察机构将这种现象称为“时间效率革命”——在快节奏的都市生活中，去餐厅排队、等待上菜，甚至自己洗碗都被视为“低效行为”。取消吃饭不仅省掉了这部分开支和“能耗”，还为他们换取了更多的个人时间。

不过，更多人对这种将饿肚子重塑为主动选择的社交叙事极为反感。大量日本网友在社交平台上表达了愤怒：“如果有钱，谁不想好好吃饭？”“这根本不是什么时尚生活方式，这只是赤裸裸的年轻贫困。”

根据日本总务省及劳动部门最近公布的数据，当前，日本20岁至24岁年轻人的平均年收入仅为280万日元左右，扣除税费后月薪约为21万日元。而在东京等大都市圈，哪怕只租一间六七平方米的小隔间，也需要每月支付至少7万日元的房租，还不包水电燃气费。而且，要上班得买职业装吧？要融入职场得社交吧？就算主动选择“酷酷的轻断食”也不能天天什么都不吃，靠喝西北风活着吧？满足最低生存开销后的年轻人，真实的可支配收入还能剩下多少，并不难算。

雪上加霜的是日本近年来高企的通胀压力。数据显示，2025财年至2026财年，日本恩格尔系数升至28.8%，创下自1980年以来的历史新高，其中食品价格指数上涨最为猛烈，许多传统便利店的便当和超市生鲜区里的鲜肉鲜果均开始滞销。日本主流媒体曾报道过一名爱媛县23岁的年轻打工人的故事：为应对飙升的生鲜价格，她已经全面转入“低能耗生存模式”，现在每两天才吃一顿饭。她语气平静地表示：“肉和蔬菜都太贵了，干脆就不吃了，应该不会得什么大病。”

这才是被“取消吃饭圈”这个新“文化潮流”掩盖的残酷现实——当流行文化剥离了话术的高光滤镜，暴露出的其实是“日本年轻一代在面对持续通胀、实际工资缩水和阶层固化时的深层生存危机”。

另有专家表示，“取消吃饭圈”这一词汇的大流行，实际上反映了日本社会在面对年轻一代贫困化问题时的微妙心态，即用“文化与审美”来避开“经济与制度”的严肃讨论。当主流舆论倾向于把年轻人放弃基本生存需求的行为包装成“Z世代”独特价值观或“新消费习惯”时，本质上是在完成一场对结构性困境的“轻量化重构”。它将国家经济下行、实际工资长期停滞等宏观问题，悄无声息地转化为“个人生活偏好”的微观选择。当年轻人用“我今天取消了吃饭”这种带着几分黑色幽默和解构色彩的语言来表达无奈时，意味着他们已经放弃了对未来的期许，这种荒诞的“倒驴不倒架”背后，是日本年轻一代转向在极度有限的资源里卑微地生存。

餐桌向来是一个国家经济繁荣与民生福祉最直观的晴雨表。日本年轻一代取消吃饭现象的爆火，绝不是一次优雅的健康生活实验，而是一场由经济问题带来的社会痛楚。流行语言固然可以为残酷的现实披上一层“优雅”“自律”乃至“酷”的外衣，却无法填满饥肠辘辘的肠胃，消除营养不良的隐患。当一个社会的年轻人开始需要靠此来换取支付房租的能力、片刻的睡眠或精神上的慰藉时，被取消的不仅是一顿正餐，更是整个年轻世代对未来经济上升空间的信心与预期。

悦读

悦读

记不得从什么时候起，我们已经习惯了快速获得答案。

打开手机，任何问题都能在几秒内得到回应：搜索引擎能给你十几页结果，社交媒体评论区负责提供不同观点，短视频博主用30秒就能把一个复杂问题回答得头头是道、斩钉截铁，人工智能（AI）更是有问必答，永不疲倦。

可奇怪的是，答案来得越容易，我们反而越不踏实。不是因为那些答案错了，而是因为它们来得太快，快到我们还没来得及想清楚自己的问题到底是什么，就已经得到了一个笃定的结论。

而这，正是美国心理学家、认知闭合理论奠基人阿里·克鲁格兰斯基关注的议题。

在其新著《慢答案》中，克鲁格兰斯基讲述了一个让人印象深刻的故事：1973年赎罪日战争前夕，以色列情报机构收到了一位可靠线人的明确警告：埃及即将发动进攻。然而，情报分析人员根本没当回事——不是因为他们判断错了，而是因为他们压根没进行判断，他们心里早就有了一个“答案”：埃及的军事实力不足以支撑其开战，所以不会打。这个判断来得太早，也锁得太死，以至于真正的警报传来时，他们的认知大门已经关上了。

克鲁格兰斯基把这种现象叫作“过早闭合”。简单来说，每个人心里都有一个“够了，就这样吧”的开关。当压力大、时间紧、内心恐惧的时候，这个开关特别容易被触发，人们会倾向于抓住眼前第一个说得通的解释，然后死死抱住不放，对之后出现的反面证据视而不见。克鲁格兰斯基称前一步为“抓取”（seize），后一步为“冻结”（freeze），两步加在一起，就构成了过早闭合的完整机制。

这种机制其实一直存在于人的大脑中，几乎伴随人类历史的全过程。书中提到，2021年1月6日美国国会山骚乱之前，有关信息其实早已在社交网络上公开流传，但美国国会警察的威胁评估报告上却写着“不太可能发生”；而根据荷马史诗的描述，公元前13世纪至公元前12世纪，特洛伊人明知木马有蹊跷，却还是选择相信战争已经结束——两个故事相隔了3000多年，但背后的心理陷阱一模一样。

为什么人会这么容易陷入认知闭合的陷阱呢？对不确定性的恐惧，是一个重要原因。

大量心理学研究都证实了人类对不确定性的厌恶和对未知的恐惧，甚至还有观点将其视为人类最根本的恐惧。认知闭合正是逃避不确定性的有效办法——通过相信一个确定的结论，即刻获得自己渴望的安全感。但问题是，未知就一定糟糕吗？转角可能是一片荒芜，也可能是满眼风景；所谓人生低谷确实可能是“L”底部那条横线上的任何一点，但也可能是“V”字最底端的那个点。关键在于你究竟是选择闭合认知、站在原地，还是开放认知，往前探一步试试。

更进一步的心理学研究还表明，一个人的过往经历会影响认知闭合程度。个人命运多舛，那他就更容易陷入悲观，并将这种悲观情绪投射到未知情境上。反之，这个人则会偏向积极乐观，更愿意尝试新事物。换句话说，人们真正害怕的其实并不是不确定性本身，而是我们投射到不确定性上的各种糟糕想象。

理解了认知闭合的心理形成机制，就知道该怎么对付它了。无论是找一本积极心理学方面的书籍来阅读，还是用日常生活中的小确幸“给自己的心情化个妆”，都是不错的选择。

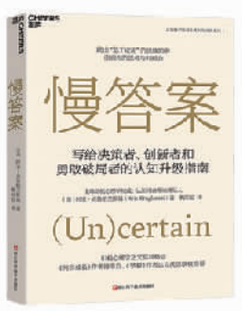
有趣的是，作为一名美国现代心理学家，克鲁格兰斯基特别推崇中国古代思想家、道家学派创始人老子。他称老子为“传奇哲学家”，并参考老子的观点，将不确定性视为“存在的自然状态”，建议人们顺应“道的流动”行事——接纳不确定性，尝试触碰甚至利用不确定性，至少不要直接跑进僵化且容易出错的确定性幻象中躲起来。

本书的书名叫《慢答案》，但它讲的其实远不只是“别着急”这么浅显的道理，而是存在至少两层含义：其一是“真正的答案需要慢慢找”；其二是“好答案本身就带着一种‘慢的特质’”。

不急于盖棺定论，愿意在模糊地带多停留一会儿，等更多的信息浮出水面，等自己的恐惧平息下来再作判断——在一个人人都抢时间的快时代，拥有寻找慢答案的耐心，可能才是最稀缺的能力。

肖悦读

慢答案





中国需求拉着巴西咖啡升级

杨家和 吴 念 金皓原

在巴西东南部米纳斯吉拉斯州伊图米林市的CETEC咖啡农场，经过脱壳、筛分的咖啡生豆接连滑入一台中国制造的色选机。机器识别出咖啡豆颜色差异，色泽相近的咖啡豆落入一袋，颜色有异的则落入另一袋。

“过去我们把咖啡生豆送到外面的加工厂，要等40天到50天才知道最终能卖多少袋。”农场主库斯托迪奥说，引进中国设备后，农场可以自行分选，掌握每个批次可供销售的数量，也能更主动地控制品质、安排交货。

巴西是全球主要咖啡生产国。巴西国家商品供应公司的数据显示，2026年巴西咖啡产量预计达到6760万袋，每袋60公斤，同比增长19.6%，有望创该机构有统计以来新高。

记者在巴西主要咖啡产区米纳斯吉拉斯州走访发现，当地咖啡从业者希望在保持规模优势的同时，通过改进生产和加工技术、提升咖啡品质、拓展销售市场来增加收入。中国市场的新需求也为中巴两国深化咖啡产业合作带来更多机遇。

CETEC咖啡农场采用气象站辅助滴灌、科学修剪、干燥过程监测等技术，并通过小批次加工和电子分选提高精品咖啡品质。农场生产的精品咖啡面向国际市场，通过自有出口渠道与海外采购商建立联系。

在该州卡莫波利斯—迪米纳斯市，蒙图埃拉咖啡农场的历史可追溯到1889年。农场主爱德华多和马尔维娜延续着家族三代人的咖啡种植传统，但经营方式已经发生变化。

过去，这家农场主要销售咖啡生豆，如今则将业务延伸至烘焙、包装和品牌销售，希望通过深加工获得更高收益。部分咖啡树采用遮阴种植，果实成熟速度相对缓慢，形成带有巧克力、焦糖和巴西传统甘蔗糖风味的咖啡。

在该州的瓦尔日尼亚市，全国农村培训服务机构咖啡种植卓越中心则通过分级、烘焙、品鉴和经营管理培训，帮助农场主等咖啡从业者提高专业水平、提升生产效益。中心主任巴拉塔说，精品咖啡像农场的“橱窗”，即使产量有限，也能展示农场的生产水平，带动其他产品获得市场认可。

2026年巴西国际咖啡周11日在米纳斯吉拉斯州首府贝洛奥里藏特开幕。该展是全球咖啡业最大的展会之一，今年主题聚焦可持续发展、技术创新和市场拓展。

“把不同品质的产品分开，高品质批次就有机会卖出更好价格。”在展会现场，安徽捷迅光电技术有限公司的徐佩明告诉记者，公司的色选机已用于巴西咖啡、大米和大豆分选。公司在当地组建销售和售后团队，希望在帮助农场主提高产品附加值的同时拓展市场，实现互利共赢。

巴西咖啡出口企业委员会今年1月发布的报告显示，2025年巴西咖啡出口总量同比下降20.8%，同期对华出口量同比增长19.5%，中国位列巴西咖啡出口目的地第十位。

在瓦尔日尼亚市的咖啡仓储加工企业UCOM巴西，来自农场和合作社的咖啡豆按客户要求清理、筛分、分级，再安排入库和出口。企业总经理博西说，约5年前，亚洲市场约占企业出口集装箱总量的5%，如今已升至10%至15%，中国需求增长是重要推动因素。

瓦尔日尼亚农业合作社主席派瓦同样看好中国市场。他说，合作社拥有9000多名成员，产品销往45个国家，每年出口咖啡约50万袋，其中约5%销往中国。中国消费者对咖啡品质、产地和风味的关注不断增加，为巴西生产者提升产品附加值创造了机会。

中国市场带来的变化，不仅体现在采购数量上，也体现在采购标准上。来自上海的咖啡采购商马超连续两年参加巴西国际咖啡周，他介绍，巴西咖啡豆品质较为稳定，带有巧克力和坚果风味，在中国市场常被用作拼配基底。

2027年，咖啡传入巴西将满300年。如今，中国采购商来到巴西产区选豆，中国的色选机、无人机、农业机械也走进当地农场。从挑选一批豆到改进一道工序，中巴咖啡合作有了新的着力点。（据新华社电）

本版编辑 韩 叙 王一伊 美 编 夏 祎

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务邮箱：jjrbdz@jjrbs.cn 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 零售每份：1.00元 广告许可证：京西工商广登字20170090号 广告热线：58392178 发行热线：58392172 昨日（北京）开印时间：3:55 印完时间：4:55 印刷：