

氛围感以光鲜亮丽抚慰我们,但生活中还有很多值得去发现的平淡。  
——利达  
女儿说:“妈妈你好像一个工程师,给我换了一个新家。”因为我特别喜欢换新一些小物件,让家里的每个角落都是我想要的样子。  
——三分甜  
有些氛围感不过是消费主义强加给个人的东西,我觉得还是要寻找自己的内心,看清楚自己到底需要什么。  
——悟道

早起蹲一次日出,看看日落;听首曲子,书店看看书,生活的氛围感很多都免费,何必被资本裹挟。  
——橙芯橙意  
氛围感的营造,在自己能力范围内让自己开心就好。超过能力范围的,可能会让自己陷入不必要的纠结之中。  
——dajf  
生活不是缺少氛围感,而是缺少一双发现氛围的眼睛。  
——卷毛

## 氛围中的食物、时光和美好

生活告诉我们,人们对食物的兴趣不仅源自它们本身的色香味,还跟用餐的氛围息息相关。同样一盘菜,在富有情调的静谧餐厅、熙熙攘攘的露天大排档、来去匆匆的快餐店,品出的味道感觉完全不同,或是热烈浪漫、或是人间烟火、或是平淡幸福……各有各的思绪和欢喜。我们对食物的兴趣会受心情影响,而心情随着环境氛围发生微妙的变化。

有一天,大家开始用晚餐的时候,我突然想煎一块牛排为自己做个营养减肥餐。配一个大点的盘子,牛排上盘后,感觉少了什么,又配了一些蔬菜水果:牛油果、小西红柿、黄瓜片、煎土豆、玉米粒、胡萝卜片、紫甘蓝丝,再加一点复合芝麻调味汁、撒点黑胡椒。筷子不好用,又配上了尘封多年的刀叉。因为没经验,牛肉真的好硬,但是不影响我吃下去,因为我知道它们健康营养。

## 凝聚幸福的照片墙

在家的角落,我创建了一个特殊的地方,一个展示我们家庭幸福时刻的照片墙。在这个墙上,时光凝固成照片,温暖的回忆洋溢其中。

我和家人精心挑选的相框将每个瞬间展示出来。它们如同画作一般,点缀着我们的生活。我还为照片墙布置了射灯,温暖的灯光和温馨的照片相得益彰。

这个家庭照片墙不仅仅是装饰,更是心灵的港湾。每当我走过它,就会陷入回忆之中。有时,我会停下脚步,凝视着旅行的照片:在那片海滩上,我们笑得多么开心,感受阳光温柔的拥抱。有时,我会看着聚会的照片:在那个晚上,我们欢乐地聚在一起,分享美食和笑声。有时,我会驻足观赏一次次艺术照:在那镜头下,我们展现出自信和美丽。

每当有新的照片被添加到墙上

女儿看见了也想吃,我说:“这是妈妈的营养减肥餐,没啥好吃的。”她坚持要吃,还问奶奶要来白色的三角巾,掖到领子下边。我从未带她吃过西餐,她也从来不吃硬肉和胡萝卜,现在她却一手拿刀、一手拿叉,吃得津津有味,吃饭困难户居然一盘全吃完,我惊呆了。为什么呢?喔,原来是盘子、餐具、食物的配搭给孩子带来了氛围感,唤醒了她的味蕾,普通的食物都变得好吃了呢。回想起小时候,烛光摇曳、香火冉冉的除夕,桌子上的食物总是散发出一年里最特殊的美味;初一的阳光温暖明亮,醇厚的茶水,搭配的点心、糖果、瓜子,香甜的味道,烘托出大家辞旧迎新的喜悦。

也许有时候,我们应该力所能及地创造一些氛围,在匆匆奋斗的日子里,让时光变慢,让美好的生活更有滋味。

王小满

# 万物皆可氛围感

如今,“万物皆可氛围感”。氛围感经济成为新消费的引擎,出门光顾精致的Bistro(法式小餐馆),家里要有日落灯、香薰蜡烛、投影仪,家居全套柔和舒适、细腻典雅的奶油风。为了享受轻松的氛围感,而让钱包承受巨大的压力似乎就有些舍本逐末了。

其实,氛围感并不是什么高深莫测、消费不起的东西。它可以是一杯冰镇的柠檬水,一盏柔光的小夜灯,一只小猫的呼噜声,或者一台投影,一面白墙,一部好剧。氛围感就是把你心中的小确幸,通过有形的设备,或者无形的环境加以放大,大到足以把身心藏进去享受。

## 小物件营造心动生活

不知道从什么时候开始,我们潜心于营造不同环境下的氛围感,大到一次露营小到一顿晚餐,氛围感似乎有一种不可抗拒的魔力,将平常的生活变得与众不同。

确实,生活需要仪式感,呈现的是人们对美好生活的向往,对自我价值的认同。对于极简主义的我来说,氛围感从来不是大铺大开的布置,而是体现在一件件心仪的小物件上。

在我的办公桌上,摆放着女儿小时候经常玩的扭扭蛇木制玩具,写不出材料的时候,就捏着玩具扭一扭,变换不同的造型,让自己的脑袋放空一下。在电脑的边上,则挂着喜欢的朱迪卡片和哆啦A梦的小扇子,这几样五颜六色的小东西,让枯燥办公桌有了新的生机;喜欢露营的我,虽然设备不是最完善的,但是每次都要带一个拳头一样大的红色小音箱,当天幕拉起,桌椅摆放完成后,开启音乐的一刻,看着大自然,发呆望望天空,感觉这才是真正的享受;还有家中进门处的招财猫置物架和长寿花盆栽,点缀出了生活的粉红气息。

氛围感落到了这一件件小物品上,给日常添加了色彩,给平凡添加了心动。对于人到中年的我们来说,围炉煮茶、精致装扮、健身修身可能是一种奢侈,更多的精力不得不放在孩子、家庭、工作上,氛围在心而不在形,这些小小的物件正好提醒我们,不要忘记心中对美好的向往。

费晓晓

## 邂逅色彩斑斓的日子

明媚的粉、清新的绿、亮眼的橙……今年春夏,“多巴胺”穿搭火速出圈,高饱和的色块瞬间填满了大众衣橱。时值深秋,“美拉德”色系成为不少人的心头好。暖棕、橘红、熟褐、焦糖等多重低调配色将难以言喻的秋日氛围信手拈来。如今,无论是穿搭,还是外出就餐、家居装修,氛围感是大家津津乐道的话题。

随着审美需求越来越多元,对于氛围感的定义,自然因人而异。在我看来,所谓让人心动的氛围,就是贴合自己喜好的某种情境,不必过分追求形式,主打一种轻松愉悦、惬意随性的感觉。比如,阳台上摆放几株长势喜人的花草、客厅里一张软乎乎的懒人沙发、一面时常更新的照片墙、睡前一首舒缓的轻音乐,简简单单的寻常物件,有了意趣的加持,让我们获得饱满的情绪价值,赋予平淡的日子不一样的色彩。

繁忙的都市生活,每个人都需要相对安静的港湾,享受难得的慢时光。家中阳台是我钟爱的独处空间,闲来泡上一壶玫瑰茶,备上几份爱吃的小食,放下手机,拿起一本长篇小说或诗集,坐在藤椅上潜心品读,写下所思所感所悟,将自己从琐碎的工作生活中抽离出来。

受到母亲的影响,我爱上莳花弄草。那些绚丽的花朵、盎然的绿意让我对生命的力量满怀感念。植物素来向阳而生,特别是那一盆盆圆嘟嘟的多肉,好养易活、玲珑可爱,直接治愈了我产后发胖的焦虑。由此可见,鲜花绿植是打造家庭氛围感的好物,自然的清新之色唤醒整个居住空间的生机与活力,在视觉上给人带来自然的归属感,放大了宅家的小确幸。

“人闲桂花落,夜静春山空。”“晚来天欲雪,能饮一杯无?”……古诗词的意境之美与当下大热的氛围感有相通之处,讲究浑然天成之感。只要拥有一颗热爱生活的心,处处皆可营造氛围感,把日子过得斑斓多彩。

董红

## 氛围感经济需多方呵护

作为消费的新赛道,氛围感经济让越来越多的人为之“埋单”,其中最为明显的就是露营的兴起。

在爱好露营者的圈子里,大家都对装备的购买不遗余力。蛋卷桌、露营车、天幕、投影仪、炊具……似乎永远有添置不完的装备。这些装备无疑就是为了营造在外放飞、自由自在的氛围感。更有甚者,爱在户外“围炉煮茶”,即用炭火烧水煮茶,小火慢煨,可以惬意地取暖、闲聊。随之就会购买精美的茶具、考究的碳炉等用具,不断刷新氛围感经济的存在感。

《2022—2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》显示,中国露营经济核心市场规模呈现逐年上升的趋势,并带动汽车、家具家电、食品以及户外电源等相关产业发展。

作为一名露营爱好者,我也经常购买相关设备,买到过不少心仪的产品,也踩过一些“雷”。去年冬天,我曾入手一套围炉煮茶的碳炉,并配有一个小小的排风机,可以将碳炉产生的废气排走。收到碳炉后,全家迫不及待地在家开起了“围炉煮茶”模式。原本想因为有了排风机,在家围炉也应该不会中毒。没想到,这个小小的机器完全不起作用,刚刚烤了一会儿栗子,小侄女就说有点头晕,几个大人也感觉到有些不对劲。后来,及时开窗通风,总算没有发生悲剧。虽说,这个排风机是配套产品,但由于产品质量不过关,险些酿成大祸,这也让我不得不吸取教训,下次再购买这些提升氛围感的小物件时,还是要更为谨慎仔细。

从露营徒步到围炉煮茶,从在自然中探寻内心到追求舒适居家环境,氛围感消费背后是人们对情绪价值的关注。情绪价值促成的感性消费决策及其所引发的相关消费行为,正在创造出一个又一个新的消费增长点。如何优化监管,让创新的种子既可以快长,又不会长歪,考验监管者智慧。

氛围感经济能够形成一种经济模式和消费时尚,背后必然有充分的消费信心作为支撑,这是一种可持续、高质量发展的经济形态。但就目前来看,这种经济仍处于孕育期,需要多方呵护,共同努力推动其发展。

挺子

