



“爱你老己”治愈了什么？

□ 黄仕琼

“想吃火锅鸡，老己立马带我去”“奶茶两杯起送，老己一杯我一杯”……年末，“爱你老己”的梗悄然走红，人们将其融入柴米油盐的日常，掀起“老己文学”的创作热潮。这股风潮，以低成本的行为关怀自我，更以反内卷、反消费主义的精神内核，成为当代人对抗内耗、重建自我关系的良方。

“爱你老己”的走红，始于其高明的心理转换智慧。“老己”，是扎根于乡土语境的亲昵自称，少了“我”的直白生硬，平添了几分江湖气与人间烟火。在传统的自我认知中，人们习惯于用第一人称进行自我审视，“我怎么又犯了个错”“我今天的效率太低了”“我还不努力”。“老己”的出现，为年轻人提供了一个全新的自我对话视角，它将自己变成了一个可以平等对话的“老伙计”，相当于在自己与负面情绪之间建立了一道缓冲带。当人们不再用挑剔的目光审视自我，而是用体谅的心态关照“老己”，加班深夜的一份宵夜，就不再是放纵，而是“老己”应得的犒赏；周末午后花半个小时剥橘子的慢时光，不再是浪费时间，而是“老己”会享受生活的证明。

“爱你老己”的深层价值，在于它构建了一套自爱逻辑。在“内卷”浪潮席卷的当下，值得被爱往和优秀、成功等标签捆绑在一起。而“爱你老己”打破了这套功利化的价值枷锁，它传递的核心理念是，爱自己无需前置条件。哪怕今天“一事无成”，哪怕只是饿了、累了、情绪低落了，“老己”依然值得一顿热饭、一次漫无目的的散步。这种无条件自爱的逻辑，直击当代年轻人的精神痛点。它不鼓励躺平摆烂，也不煽动盲目内卷，而是提供了一个自洽的生存方案，用即时的小确幸为自己充电，牢牢掌控生活。

尤为可贵的是，“爱你老己”回归了自我关怀的纯粹本质。当不少营销话术将“爱自己”异化为买奢侈品、报高价课程、打卡网红景点的消费竞赛时，“老己文学”却展现出强大的免疫力。年轻人用最朴素的方式定义着属于自己的自爱。有网友调侃，“老己是唯一一个笑着给我花钱的人，也是唯一一个身上有100块，就真的会给我花100块的人”。奖励“老己”，无关价格标签，只关乎真实的情绪需求。这种对非消费式自爱的坚守，帮助年轻人厘清了真实需求与营销制造的需求边界，避免了自我关怀沦为新的焦虑来源。在物质主义泛滥的当下，这份清醒显得格外珍贵。

从网络热梗到生活方式，“爱你老己”的火爆，更折射出当代年轻人从向外索求到向内扎根的心态转向。面对学业竞争、就业压力、社交焦虑，年轻人逐渐意识到，外界的认可与评价终究是不稳定的，唯有自我陪伴才是最可靠的心理安全网。“老己”这个称呼，成了他们与自己对话的媒介，更构建起一个不依赖他人的情感支撑系统。这种向内探索的姿态，不是消极避世，而是一种积极的自我赋能，通过与自己和解，积蓄对抗生活不确定性的力量。

真正的成长，从来不是活成别人期待的样子，而是学会与自己的“老己”并肩同行，接纳自己的平凡，肯定自己的价值，在好好爱自己的过程中，有底气有智慧地爱他人、爱世界。

名单后，许多海外客商自己找上门来，一问才知，AI搜索脐橙货源地，自家公司也赫然在列。像过往赣南人接纳每一个新朋友一样，她一一款待着远方的朋友，敞开心扉和工厂，耐心地在一段段沟通里建立互信。“今年已经和泰国客商签了20个柜，第一个柜已出货，陆续在走单，目前正在签俄罗斯客商十几个柜的订单。”被问起来年重心是否会转向海外市场，她昂扬的语气转而沉稳理性起来：“不。一定是线上线下同步、国内海外市场并进的。老客户和老朋友永远是基本盘，但是我肯定不会放弃向海外输送‘来自东方的礼物’的。”

和张华林的永记果业自家果园直接与海外客商供货不同，钟石林所在的江西晏蓝农业发展有限公司专注海外柑橘供货渠道，果品供货周期长达全年。他所在的团队拥有较丰富的中亚、中欧、东南亚等地的供货经验，客群稳定。打交道多了，他们也总结出了一些自己的经验，比如与国内市场普遍对中果的喜好不同，迪拜客户喜欢65毫米左右的小果，而泰国等地则倾向于95毫米大果；再比如中东市场相对欧洲市场，对糖度等级要求不高；俄罗斯客商则喜欢又大又红的果……

这枚赣南的果实，在向世界传递着独具赣南滋味的甜。

2 从赣南礼物到东方礼物

陆海联运的壮阔旅途，抵达了迪拜。这在传统脐橙大县信丰、安远来说算不得新鲜事，却是后起之秀会昌县首批出口中东市场的赣南脐橙。张华林是从外地嫁来的会昌媳妇，从公公手里接过脐橙这副担子，干了几十年。她还记得第一次上橙山时满目黄澄澄的灿烂丰收景象带给她的辽阔视觉震撼，也记得自己从业第一年的四五月间遇见的橙花开，人走在山头，未见其花，早闻其香。

除却迪拜，张华林的海外“朋友圈”正在有序扩展。她坦言，2023年12月取得出口资质时，自己以为那张纸要在抽屉里躺很多年，不承想，自纳入海关总署官方

冬天，没有一个赣南人的餐桌上少得了脐橙，赣南人的“朋友圈”亦然。这不，从11月起，南昌人陶聪家里的脐橙“天天吃得吃到过年”！自打2018年交了赣南的朋友后，每年年底，十几箱脐橙都会如约寄来。“这是朋友的心意。”

每到采摘季，每一个赣南人都会给四面八方的亲戚朋友寄上几箱脐橙。不管你身在何处，只要有亲朋在赣南，总能在冬季收到几份来自赣南的甜蜜。

张华林这几天很高兴，她是第一个把会昌脐橙的“朋友圈”扩大到迪拜的人。就在12月25日，永记果业有限公司出品的2000箱3万公斤赣南脐橙，经过了近20天



江西省大余县青龙镇赤江村香草脐橙种植基地，工人正抢抓农时采摘脐橙。 叶功富摄

3 从赣超到《脐橙小王子》

园里，脐橙成了足球，在队员们左右腿之间来回晃荡……

体育的快乐在果园里流动，动画的趣味则填满孩童的心间。目前，安远县联合功夫动漫股份有限公司制作的3D奇幻冒险动画《脐橙小王子》，前26集已在北京电视台卡酷少儿频道及爱奇艺、优酷、腾讯等11家新媒体平台播出。上线首月即突破5000万次播放量，在少年儿童观众中人气不低。《脐橙小王子》导演张卫东说：“纽荷尔橙这一赣南标志性作物与这里独特的地理风貌、水文密不可分，是这一方水土和客家文化孕育了从外形到口感都别具一格的赣南脐橙。要讲好这一文化故事，还得把它放回赣南的语境里。”于是，团队在一遍遍地打磨中，从水王子、绿公主与精灵们一起守护三百山城堡这一核心故事出发，展开想象，根据脐橙种类设置了血橙等不同族群的俏皮橙精灵，还为它们穿上了可爱的采摘戏服。故事中，孩子们会遇见寻找水源的紫荆，她代表了香港；会在故事的高潮戏中邂逅天心圩整军的真实红色历史，跌宕起伏；会见到后期动漫设计师一笔一笔画出的赣南围屋、三百山山水和极具赣南风味的百果果精灵；会认识小松鼠、野猪等个性鲜明的新朋友。而在生动的故事观看过程中，还能穿插学到脐橙的四季生长过程等知识呢。

“我希望《脐橙小王子》作为一款脐橙文化产品，可以让孩子们看得开心，让他们在看故事时感受到其中传递的正能量，诸如守护、团结、冒险精神和勇敢品质，最后希望全国的小观众能自然而然地感受到安远当地的文化氛围、历史底蕴和人文精神。”

安远城市超级IP“脐橙小王子”主题馆，是周边居民遛娃的重要选择之一。孩子们可以在这里席地而坐观看大屏动漫，唱安远每个小学的学生们耳熟能详的《脐橙小王子》主题曲，喝入口馥郁香甜的鲜榨橙汁，还能淘到各类琳琅满目的IP衍生品：主题笔记本、钥匙扣、饰品、益智玩具……江西橙业动漫产业有限公司总经理汤飞讲起，在各类衍生品中最受欢迎的明星产品，要数橙王子和橙公主玩偶。毕竟，孩子们可都是动画的忠实观众呢！

从赣超赛场到《脐橙小王子》，这枚水果，已经成了这方土地的象征，它向世界传递着赣南的运动之美、人文之美。

自1971年起，这块土地的当下和未来，便与这枚水果紧紧地绑定在了一起。它走进了人们的三餐四季，牵引着人们的日常喜悦。赣南的城市形象、产业经济里，也满是橙香的气息。

愿这块土地上的生活，一如贡水之上的古浮桥，宁静平和。

愿这块土地上的笑脸，一如这枚冬日里入口难忘的纽荷尔橙，甘甜灿烂。

在赣南，脐橙不只是一枚水果

□ 李滇敏 周颖 刘新权

12月22日，赣州，江南宋城。

军门楼的青砖带着宋韵。它的一侧，是因辛弃疾而名动的郁孤台；另一侧，古浮桥静静地卧在贡水的左右两岸，神色平和，一如八百年前。

军门楼下，脐橙鲜果沿着几面宋代铭文砖城墙，堆了足足38层。5面壮观的橘色脐橙文化景观墙明丽活泼。

和脐橙墙一样活泼的还有69岁的上海游客吴菊华。她大喇喇站在脐橙墙前，高举右臂比一个自信的“耶”，胸前橘色围巾与脐橙不小心撞了个色。这是她和厂里的退休姐妹一起旅行的第6天，下午就要告别“好吃好玩好睡”的赣州，她寄了4箱脐橙回上海，没忍住，又带了一些随身吃，“来了才知道，脐橙这么好吃还便宜”！

赣州市南康区居民王莲香（化名）因为给儿子带娃，进了城。趁着天晴，她带着15个月的孙子来了，羞涩地拦了一个独自散步的姑娘给自己拍照。她地理了理衣服下摆，牵着小孙子在脐橙墙前站定，咧开嘴笑了一个，想了想，又把小孙子抱进怀里，再来一张。

吴菊华的旅途瞬间，和王莲香的日常瞬间，不经意在这里交会。她们身后这一枚枚鲜妍圆润的脐橙，牵扯着无数和脐橙紧紧缠绕的赣南普通人的起落，是赣南送给世界的礼物，也是这方土地鲜活的文化符号。

1 集体记忆与风雨同舟

在这片土地上，几代人共享着相似的脐橙记忆。

48岁的寻乌人刘琼飞小时候更熟悉蜜橘，蜜橘一批批挂果，小小的；后来种了脐橙，果是一个个单挂，个头大一些，“最早见过冬至以后还挂果的脐橙，颜色橙红橙红的，有点像……过年时对联的颜色”。

39岁的钟石林的记忆里，则住着三年级时跟着爸爸妈妈地挖脐橙苗的场景。带着几百株苗，脐橙坑挖得深深的，成条状排列，一垄垄笔直连成一根线，“小时候下果子，是一树一树下的，你把一颗新鲜橙子放车里，橙香能持续一礼拜”。

95后刘小白（化名）在大余县吉村镇长大，他记得小学二年级时同学中流行的一款“冬日限定”游戏——往教学楼走廊的石灰墙上“弹射”脐橙球。脐橙渗出的黄色果渍印在白色墙壁上格外清晰，有时遇到督导校园卫生的老师，少不了挨几句训。但同学们特别喜欢这款手接脐橙游戏，和墙壁多次撞击后，脐橙的外皮变薄变软，手剥脐橙那可方便多了。

他还记得同班同学尹先麟的礼物。尹先麟每次都把自家种的脐橙用蛇皮袋装上半袋子，拿红色塑料绳扎着，用自己9岁的小身板扛着，走上一两公里，来到吉村中心小学，“分给每个同学吃”。

尹先麟听到这桩承载着二人共同童年记忆的往事，笑了：“小时候无忧无虑，那时候的脐橙都好像更甜！”20余年过去，道路旁、山岗上，远远近近都是脐橙树。当初那个扛着半蛇皮袋脐橙的同学，也在家乡开了一家赣南脐橙快递物流服务中心，镇上的果农都在这里发货，他忙得不亦乐乎。

年幼时，每逢采摘期，尹先麟也会跟着爸爸和大伯在果园里到处疯跑，转眼间，当初的少年因为妈妈生病，接过了家庭的重担，还有了一对儿女。“夏天那么热，果园里草那么密，可他们还是喜欢去果园玩，跑起来疯了。”尹先麟给我们看他一双儿女幼时的照片，橙园的山坡上，一双小童或蹲或半蹲，正瞪大眼睛看着两只走

地鸡。在冬天，脐橙是赣南的头等大事。这枚拳头大小的果子，甘甜与否，牵动着约100万人的饭碗。

而这个冬天，对于果农来说，不好过。全国柑橘类水果大丰收，褚橙、沃柑、耙耙柑等各类水果纷纷涌入市场，在丰富的可替代品种面前，脐橙正发生。面对脐橙价格的突降，有人转向电商反复探寻新的可能，有人去海外市场开疆拓土，也有人无所适从……而在寻乌人蓝宁那里，我们听到了4个平均年龄不到30岁的年轻人给出的关于风雨同舟的答案。

蓝宁和凌永春、凌宇南、吴海平是中学同班同学。蓝宁在父亲的脐橙加工厂铁皮房里长大，小年纪就跟着河南的客商学认橙子。19岁那年，朋友们一起创业。2017年，他们一起南下深圳，没学历的打工发传单，有学历的应聘到电商企业，边工作边学习电商运营技术，7个人一起挤在深圳龙岗区的一个城中村宿舍里，门牌号205024。后来，他们创办了江西美滋滋供应链有限公司，7个朋友里坚持下来的只剩他们4个，当初的门牌号，一度作为公司的Wi-Fi（移动热点）密码、门锁密码，颇有些“团魂”的意味。

几番南下，反复学习、实践，2018年至2019年，他们的公司一度盈利数百万。年轻人意气风发，带着卖橙子的经验跑去邻省倒腾芒果和柚子，全部亏损，一切归零。“那时候才知道，水果行业隔行如隔山。我能一眼看懂一颗橙子的评级和品次，却不认识一颗芒果是不是黑心的。”

从脐橙出发的4个年轻人，在芒果和柚子那里狠狠摔了跟头，怎么办？“接着一起从头来过呗！”他们决定回归自己摸了快20年的橙子。

“10年过去，4个人没红过脸，没吵过架。”蓝宁自己也觉得有些不可思议，美滋滋的业务量从一年1万公斤干到了1000万公斤。“我们应该会在一块儿干一辈子的吧，除非脐橙没了。”

赣南脐橙的未来，赣南年轻人自己去挣。