



# 博物馆“双11”看古人的生活好物

海都记者

刘文辉 吴婷 文/图

一年一度的“双11”，相信大家已经为自己购买了许多心仪的产品。而在福建博物院的“古代文明之光”展厅中，许多“一眼千年”的古代生活好物也令人频频“种草”。昨日，海都记者走进该展厅，探寻古人的流行时尚与日用好物。

料珠项链满满“文艺范” (福建博物院图)



南朝的料珠项链

## 南宋“时尚达人”穿搭令人惊艳

走进展厅，记者看到，不少市民被展示柜中一组特别的“穿搭”吸引。“这条裙子真好看，用料轻薄，还印有金色的圆点小团花，是我喜欢的仙女风。”市民王女士口中赞叹不已的这条褐色罗印花褶裙，是来自南宋时期的“时尚一姐”黄昇，裙子形状如同折扇，下半部分印着金色的圆点小团花，面料轻薄透明，飘逸灵动。

黄昇，一位名副其实的宋代千金，父亲是南宋时期的状元，历任馆阁吏部郎，知泉州并提举市舶司以及知漳州等职，丈夫是赵国胤第十一世孙赵与骏。展厅里还有同样来自黄昇的褐色罗印花填彩花边无袖单衣、黄褐色花罗两外侧开中缝合裆裤等，整体风格修长，颜色素淡，给人一种“仙气飘飘”的感觉。

记者了解到，黄昇墓于1975年发掘于福州北郊浮仓山，堪称一座宋代丝绸宝库。随葬服饰多达354件，多数保存完好，出土时色泽鲜艳。有袍、衣、裤、裙等多种样式，面料包括纱、绢、罗、绮、绫、缎等，展现了当时福建丝织制的高超水平。除了漂亮的裙子，还有精美的搭配饰品也十分吸引大家眼球。一件来自南朝的料珠项链低调却不失设计感，其由共计91颗料珠组成，珠子有6种颜色间隔穿搭，用现代眼光看也是满满的“文艺范”。



南宋“时尚一姐”黄昇的随葬服饰

## 注重美观 也兼顾实用性

爱美之心，不仅人皆有之，且自古有之。在注重美观的基础上，古人也注重实用性。

商朝时期的青铜鱼钩虽然不起眼，但让人仿佛穿越时空，脑海中浮现出古人在湖畔抛竿、溪涧垂钓的场景。记者看到，三只鱼钩上已经布满铜锈，但依然可以让人清晰地感受到钩尖的锋利，让人不禁想象，在古时候，古人一定用它钓起过不少鲜美的大鱼。

而清朝时期景德镇窑“大清乾隆年制”青花六连瓶则显匠心。与现代常见的花瓶相比，它的造型十分特别。据介绍，其由六个瓶子构成，中心一瓶略高，周围连接五瓶，中央的主瓶和旁边的瓶子都有孔洞相连，整器俯视宛若梅花绽放，于典雅氛围中巧现其思。

还有南齐时期的长柄三足铜釜斗，釜斗很适合作为炊具使用。据博物馆相关工作人员介绍，釜斗曾是一种行军用具。史书中记载：“昼炊饮食，夜击持行”，意为白天可用来做饭，晚上行军时兵卒可敲击釜斗，发出警报。这件釜斗出土时配套有一件陶三足火盆，将其置于火盆之中，盆中加放炭火即可用来温食，就像古代版的小火锅。

长柄三足铜釜斗可作为炊具 (福建博物院图)



景德镇窑“大清乾隆年制”青花六连瓶 (福建博物院图)



褐色罗印花褶裙，来自南宋的“仙女风” (福建博物院图)

# “双11”购物节“冷清”还是“冷静”？

“双11”已走过15年，消费者开始回归商品品质与自身需求

海都记者 何畏

今年“双11”，各平台发布的战报是一如既往的热闹。然而，许多消费者今年的感受，却与热热闹闹的平台数据不同。在不少消费者看来，这个“双11”似乎没什么存在感，甚至有些冷清，大家买买买的欲望并不是那么强烈。微博上就有一个有趣的热搜，话题是“双11是不是卖不动了”，有2.3亿阅读量，在榜时长14.3小时，热搜榜最高位置冲到了第三位。而从百度指数来看，今年“双11”的峰值搜索量较去年同期下降了60%。今年的“双11”，究竟是啥情况？

## 观察：一年数次大促，消费者“营销免疫”

“双11”遇冷，是平台“不努力”吗？

事实上，从上个月开始，各大平台就已经开始了“双11”的卖力吆喝，邀请消费者参与下单。

只是，如今已是“双11”的第15年，当“折扣”“促销”不再是“双11”的专属，这届的消费者就不会再轻易受到平台营销的影响，做出冲动消费的行为。

## 吐槽：“低价”需研究各平台规则

今年的“双11”，终于不再考数学了！“烧脑”且闹心的数学运算没有出现，今年各大电商平台主打的就是“低价”。

京东将“双11”大促的主题定为“真便宜”，天猫为“全网最低价”。而且和前

两年相比，今年“双11”的优惠政策已经精简了不少，大多是“官方直降”“单件立减”“自动叠券”等简单明了的营销策略，没有太多云里雾里的规则。

但消费者并不满意。不少网友吐槽，“低价”更

多是通过常选择的几个购物平台之间比较得出的，各种满减规则需要耗费精力，“需要花费大量的时间和精力去研究不同平台的规则，还得分批付定金尾款，花钱还添堵”；“又有预售又有定金，还要计算最

到。在一年数次的大促面前，消费者已经失去了对“双11”的新鲜感和消费体验感，也在看惯了商家的各种套路后，形成了“营销免疫”。

优购买方式，套路没有减少”；“太难算了，主要是要凑单、满减，太麻烦了，很复杂”……

还有网友指出，“先涨价再促销”的老套路依然存在。还有的“超低价”，不仅限时还限平台……

## 只要价格“真香”，可选择的有很多

近些年风生水起的直播带货，也在一定程度上降低了“双11”的吸引力。

海都记者身边的一位朋友，就在直播间里蹲到了一部手机的好价。“原计划等到‘双11’下单，没想到那天直播间里居然给出了一个好价格，算起来比‘双11’还便宜，我就果断下单了。”

一天24小时“随时在线”的直播带货，既不用“凑满减”也不用“等打折”，也都有折扣，足以满足消费者的即时需求。

同时，此前波澜不惊的实体商超也加入这场购物狂欢中，纷纷推出相关优惠促销活动，部分商品的价格甚至比线上更优

惠，吸引了不少消费者到店购物。

“双11”至今已经是第十五个年头，消费者从刚开始的新奇，也逐渐变成了淡然。由疯狂向理智转变的“双11”，也是中国消费市场走向成熟的重要标志。

国家统计局日前公布的数据显示，今年前三季度，社会消费品零售总额同比增长6.8%，服务零售额增长18.9%，最终消费支出对经济增长贡献率为83.2%，折射出当前我国消费市场活力正在恢复。

从消费者的角度来看，回归商品品质与自身需求，进行多方对比，理性消费，或许才是最省钱的购物方式。