



一场持续三年的高考“连续剧”，终于在2026年的夏天落下帷幕。

38岁的清华毕业生李龙，手握北大医学部的录取通知书，为自己执着的人生选择画上了一个阶段性的句号。

18年前以695分踏入清华园，18年后再度叩开燕园之门，这本该是一段励志佳话。然而，舆论场中“是否占用年轻人机会”的质疑，却将这一个人抉择推向了漩涡中心。

质疑者的逻辑看似朴素而有力。清北名额是万千寒窗青少年改变命运的稀缺通道，若让“过来人”折返跑，岂非挤压了本该属于青春的机会？

高等教育的选拔逻辑，究竟是按年龄“排队”，还是按能力“择优”？李龙的回应简洁而锋利：“假如我高考时，有30多岁的考生分数比我高，我只会觉得自己技不如人。”

这句话精准击中了高考制度最核心的公平内核，即分数面前的平等。无论你是18岁的应届生，还是38岁的“大叔”，在统一的阅卷尺度和评分标准面前，身份、财富、过往履历通通失效。如果我们依然承认高考是公正的通道，那么这条通道理应向所有符合报考条件、而非预设“年龄优先通行权”。

也有人认为，把李龙的录取说成“挤占名额”，实际上是将“机会”窄化为某一年龄段的“私有财产”。机会是凭借竞争赢得的“可能性”，从这个意义上来说，北大医学部录取李龙，这不是“占用”，而是“赢得”，也是高考制度严肃性的胜利——规则面前，人人平等。

更深一层看，公众情绪的微妙之处，在于将“教育公平”简单等同于“结果均等”，却忽略了教育更深层的社会价值。大学之“大”，不只在于为年少者提供阶梯，更在于涵养终身学习者，包容多元人生路径。

李龙说，前37年真正有成就感的事不多，后半生愿在热爱的医学领域做有意义的事。这种历经世事浮沉后对初心的回归，这种不为生计、不为流量，只为内心召唤的纯粹奔赴，恰似一泓清流。一个鼓励终身学习、尊重个体选择的教育生态，其初性与活力，远比一条只允许“一次性冲刺”的赛道要强得多。

当然，我们也需直面公众潜在的担忧。如果大量社会人士反复参考、长期“霸榜”，是否会影响正常教学秩序与应届生心态？这确实需要制度层面的精细化设计，譬如对非应届生招生比例的适度引导、对报考动机的合理甄别……但就李龙个案而言，他以三年时光证明了一件“能做到的事”，用三年坚持去交换一张“入场券”，这桩“交易”是否值得，个体自有权衡，旁人不必过虑。

真正成熟的教育评价体系，应当容纳“18岁的冲刺”，也应当尊重“38岁的战斗”。当我们为一个大龄考生的录取而愤愤不平，或许潜意识里仍将大学视为“青春的特权”，而忘了知识追求本应贯穿生命的全周期。

李龙的故事，最终不是一场“占用”与“被占用”的零和游戏，而是一面镜子，映照出我们对教育公平、人生价值与年龄偏见的固有认知。

与其在焦虑中守护一个静态的“公平幻象”，不如在开放中拥抱一个动态的“机会生态”——每一个凭借努力与实力抵达彼岸的人，都配得上掌声，无论他年方几何，归来是否仍是少年。

中国神话缘何屡创大银幕“神话”

程诚

八仙过海，再显神通。
今年夏天，动画电影《八仙！》热映。导演名不见经传，也没有流量明星加盟，靠着小范围点映的口碑，票房取得了好成绩。首日破亿，评分冲到暑期档前列。

2015年，《大圣归来》喊出“国漫复兴”；2019年至2025年，两部《哪吒》累计斩获两百多亿元票房，《魔童闹海》更跻身全球影史票房前四。《白蛇》《姜子牙》《杨戬》也接连上映……在AI视频和微短剧不断争抢注意力的今天，影视公司为什么依然愿意把真金白银投向中国神话？

最直接的原因，是技术终于追上了想象。
神话天生属于视觉奇观。CG动画、3D制作、数字虚拟技术、AI渲染不断突破，让那些曾经只能停留在文字里的奇景，一点点落到银幕之上。

回头看，《大圣归来》的三维制作还带着几分探索意味，《魔童闹海》已经借助毛发系统和动态渲染引擎，把人物与场景推向新的高度；《八仙！》则从容铺开蓬莱仙山、巨鳌驮岛、云海仙府。东方美学不再靠观众“脑补”，而是实打

大家谈

这届网络文学榜单藏着什么秘密

尹贵龙

7月30日，巢湖之滨，2025年度“中国网络文学影响力榜”揭晓。从312项申报中遴选出31部作品和10位新人，这是中国作协网络文学中心推出的第12届榜单。

上榜作品在网文汪洋中不过是沧海一粟，但它背后折射的趋势，却值得细品。

1998年，中国台湾青年蔡智恒在BBS上敲下《第一次的亲密接触》；同年，安妮宝贝开始在“榕树下”书写都市寓言。那一年，没人能预见，这两簇微弱的火苗将点燃一场持续二十余年的文学之焰。

这些年，我们从《悟空传》的反叛读到《诛仙》的瑰丽，我们乐见《明朝那些事儿》霸榜图书榜，再将影视化作品《步步惊心》《琅琊榜》《甄嬛传》《庆余年》“盘出包浆”。

这些年，网文出海，海外用户访问量超10亿人次，覆盖200多个国家和地区，与好莱坞电影、日本动漫、韩国影视剧并称“世界当代四大文化现象”。

从“被窝文学”到“新大众文艺”，从“社区小众”到“跨越山海的世界语言”，网络托起了文学，文学获得了新生。

回头看，这条“生长线”上写满的不仅是类型文学的迭代，更是无数普通人追逐文学梦的倔强。网文作者中，有工人、农民、学生、医生，有菜市场卖菜的陈慧，有送外卖的王计兵，他们都曾仰望星空。

从不拒绝任何一个想讲故事的人，这大概是网络文学最动人的地方。

今年的影响力榜，透露出不少值得咀嚼的信息。
网络小说榜上，《剑来》《志怪书》延续古典文脉，寄寓道义情怀；《逐日而生》《明日绿洲》则用科幻连接现实，展现文明关

怀。传统与未来，在此达成某种平衡。
其中，《蓄意逐风》的获奖评语是“以带有鲜明网络气息的‘玩梗’，探索以语言驱动叙事的新路径”。这意味着官方评价体系开始正视网文的“网感”本身，而不是一味要求它向传统文学靠拢。

先承认差异，再来谈价值，这比“网文需要文学化改造”的空洞说教，更务实、更现实。

海外传播榜上，《国色芳华》《长月烬明》等作品以“深邃的东方美学”“浓郁的非遗元素”惊艳海外。大英图书馆入藏中国网文原作、海外营收突破80亿元。

数据令人振奋，但“走出去”和“走进来”之间，仍有很长的一段路。
在“网文作家老龄化”“新人难出头”的议论声中，新人榜的十位作家全部在30岁以下。这至少说明，后浪依然有奔涌的空间。

作为本次论坛的主场，安徽籍作家表现亮眼，“江淮三子”也在文学现场。亳州籍作家榴弹怕水的《黥龙》，阜阳籍作家存叶的《逐日而生》登上网络小说榜，淮南籍作家伊北的《六姊妹》登上IP影响榜。

历史架空、科幻现实、家庭年代，勾勒出当下网文创作的三个主要维度。三代同堂，也是安徽网文梯队的缩影。

时至今日，网络文学已然“C位出道”，但“出道”并不意味着“定型”。数据显示，2025年中国网络文学作者规模达3269.4万人，作品总量超4583.7万部。如此庞大的体量下，如何从“量的扩张”转向“质的跃升”，是整个行业的必答题。

今年的榜单或许提供了一种方向。比如，现实题材深耕、幻想题材突破、精品化IP开发、全球化传播等。但不可忽视的是，评价体系的分歧依然存在。

在IP影响榜上，《盛夏芬德拉》《一品布衣》等微短剧改编作品，以精品化制作获得“国民级出圈”，但这也抛出一个追问：当一部网文的终点被预设成“30集微短剧”，它的文学性会不会被人稀释？

作协榜单关注“该读什么”，商业平台反映“流行什么”，两者之间有时交集有限。有张力未必是坏事，各司其职本身就是行业成熟的标志。与其争论具体作品的文学属性几何，不如以包容的心态给予其成长空间。

网络文学叙事里，裹藏着无数网文作者追逐文学梦的细微故事。从1998年的BBS到2026年的合肥，28年间，网络文学把“讲故事”这件事，从书斋拉进了广场，从精英拉回了大众。它不完美，有套路、有烂尾、有流水线式的生产，但它始终保持着一种难得的特质：对“讲一个好故事”的朴素热情，以及对普通人文学梦的包容。

这种包容，或许才是网文最不该丢掉的底色。
千百年前，“凡有井水处，即能歌柳词”；而在今天，凡有屏幕处，总有网文香。就像某个深夜，一个外卖员在送完最后一单后打开手机，开始敲打属于自己的第一个句子。

那一刻，网络文学最初的微光，开始燎原。

实地摆到了眼前。

技术之外，还有中国电影工业对本土宇宙的期待。

好莱坞拥有漫威、DC，以超级英雄构建起庞大的电影宇宙。超人、蝙蝠侠、蜘蛛侠，一个个角色不断延展，通过续集、外传、剧集彼此连接，持续释放IP价值。

中国神话拥有令人羡慕的优势。封神、西游、八仙等故事属于公共文化资源，不需要高昂的版权成本。更重要的是，它们早已走进一代代人的童年。

事实上，对神话世界的探索，几乎伴随着中国电影工业一路成长。早在上世纪初，中国电影人就拍摄了许多神话题材影视作品，比如1913年的《庄子试妻》，1926年的《义妖白蛇传》，1927年的《盘丝洞》等。

今天的创作，不过是在新的电影工业体系下，继续探索本土电影宇宙的道路。

技术进步、资本需求，可以解释神话为什么越来越受欢迎。但为什么总是这些故事，一拍再拍、常拍常新？

答案还藏在中国神话的自身特点里。

1929年，茅盾先生在《中国神话研究ABC》中提出，中国神话一个鲜明特点，就是“历史

化”。那些原本充满神性的形象，在漫长流传中不断被后世文人改写、补充、重塑，神性渐渐淡去，人性却越来越丰满，不同版本层层累积，形成今天丰富而开放的面貌。

不同故事彼此传抄、互相借用，人物可以串场，情节也能生发。今天还在《封神演义》里降妖伏魔，明天便能走进《西游记》助力取经；原本立起来的人物，也会被后来的戏曲、话本、小说重新请出来，安放进另一段传奇。

《大话西游》让孙悟空谈爱情，一度被认为颠覆经典，如今却成为华语电影经典；《宝莲灯》围绕沉香、二郎神重新组织神话人物关系；《大圣归来》赋予孙悟空新的成长弧光；《哪吒》则把“魔丸”设定融入现代人的身份焦虑……

这些作品彼此风格迥异，却都没有脱离中国神话传统，因为中国神话最大的特点，本就是开放、包容，能够不断容纳新的时代经验。

正因如此，中国神话始终留有不断续写的可能。

三
八仙的故事，本身就是不断生长的。

唐宋时期，张果老、吕洞宾等人各自流传；到了金元杂剧，散仙们才渐渐被请到同一台戏里。八仙的人选也并非一开始就定下，徐



热点评谭

这“天字系列”火了之后……

倪迅

近日，外交部发言人毛宁在海外社交平台发布一条短视频：一叶竹筏浮在翡翠般的水面上，倒影清晰得仿佛悬空。

视频拍摄者是安徽池州摄影师饶颐，他将这部作品命名为“天潭”。至此，饶颐的“天字系列”三部作品完成“大满贯”。

“天路”取景池州贵池平天湖，2024年获时任外交部发言人华春莹推介，海外全网播放量破亿；“天河”取景青阳九子岩七布泉，2026年3月获毛宁推介，全网阅读量超2000万次；“天潭”取景石台牯牛降龙门潭，再获毛宁向全球推介。

三部作品跨越三地，用镜头把李白、柳宗元的诗句重新“打捞”成可视的地理坐标。摄影师的匠心独具，让全世界看见了池州之美，这无疑是这座山水之城的高光时刻。

但传播“破圈”之外，社交媒体上也有一些不同声音：视频里是“天上人间”，现场看到的是寻常景致，视频呈现与日常体验之间为何有落差？还有游客遗憾表示：跟着“天路”视频去打卡，到了才发现要等风停、等光对、等云散，我只有半天时间，拍出来的照片和宣传片没法比。

这些声音并不唐突。爆款视频带来的“奇观”想象，与普通游客亲身体验之间的落差，值得被认真对待；更重要的是，靠摄影师个人产出爆款产品，外交部发言人转发推介的打法，其流量能一直持续吗？

换句话说，“天路”“天河”“天潭”火了，给池州带来更多文旅“入场券”，但“入场券”如何变成“成绩单”？

先说落差感。
必须看到，“天路”“天河”“天潭”不是凭空冒出来的。2025年，池州8条河流10个国考断面水质达到或优于Ⅱ类比例100%，生态质量指数连续五年稳居一类。龙门潭水质达到国家地表水Ⅰ类标准，水体含泥量近乎为零，清澈通透是它的常态。

也得承认，某种程度上，摄影师和普通游客看到的，不是同一片“玻璃水”。镜头捕捉的是特定天气、特定角度、漫长等待下的“决定性瞬间”——“天潭”的翡翠色水面，需要特定光照和超低风速；“天路”的倒影奇观，需要无风天气和恰到好处的云层。

相比之下，普通游客按日常行程抵达，时间有限、耐心有限，产生落差感在所难免。但这绝不是所谓“照骗”，而是艺术凝练与现实景观之间的天然时差。事实上，这些水域本身也经得起期待，摄影师做的，不过是让本就通透的水，在某一瞬间被推到极致。

问题的关键，不是镜头有没有“照骗”，而是当一座城

市被镜头召唤时，有没有准备好承接这份期待。

池州之美毋庸置疑，但经由视觉奇观而抬升的游客心理预期，需要更系统、更精细地承接。把“奇观打卡”变成“深度体验”，将“屏幕惊艳”转化为“实地心动”，让游客在不那么完美的天气里也能感到舒适和值得，还需下足“绣花功夫”。

从“单兵作战”转向“创作矩阵”。摄影大咖的创作水平堪称一流，但文旅宣传需培养多元化的创作者，产出各具特色、适配不同人群的内容，这就需要建立常态化视觉内容生产机制。

池州连续四年出台新媒体宣传奖励办法，拿出真金白银激励社会各界人士成为“文旅推荐官”。今年，合肥、上海等地的创作者自发拍摄平天湖“天空之境”、石台山间瀑布银河，获得现象级传播，池州文旅部门主动作为，积极宣传奖励政策，邀请他们常来创作。创作者自发加入、官方机制托举、市场正向反馈，形成了一条从“被看见”到“被支持”的转化链条。

从“单点出圈”转向“全域出彩”。摄影作品再“亮瞎人眼”，也只能成就“单点爆款”，而现在的文旅已经进入全域旅游阶段。怎样让“天路”“天河”“天潭”不是各自为战，而是串成池州的城市名片？

目前，平天湖隧道正在建设——这条全长7.209公里的湖底隧道，预计2028年通车后，主城区、平天湖风景区与九华山将连为一体，让游客从“过境游”转向“城区游”。九子岩所在的青阳县也在推进东九华文旅综合体建设和索道改扩建，县山联动，共建“大九华”的格局正在打开。

从“流量驱动”转向“留量生态”。摄影师的坚守、外交官的“金口”，让山水之域的名片亮在屏幕上，而要让这张名片亮在人们心里，就要在景区服务、文旅业态上做好文章，将“决定性瞬间”固化为“常态化精彩”。

在基础设施上补课——2025年改造提升牯牛降、九子岩等8个重点景区；东九华文旅综合体项目建成后，将布设多个“天河”观景平台，让游客抬头即可与“天河挂绿水”的瀑布同框；平天湖区域增加饮水点、休息座椅等设施，提升游客可停留性。

在文旅业态上做文章——推进平天湖滨湖休闲营地、摩崖特色市集、莲花台9D梦幻沉浸式体验等项目，将瞬间的视觉震撼，沉淀为深厚的文化认同与舒适的旅游服务。当游客知道，即便“错过奇观”也能“赚到体验”，流量才能真正沉淀为口碑。

池州被世界看见，是起点，不是终点。

从“被看见”变成“被抵达”，把“入场券”变成“成绩单”，这是山水之城必须答好的新考题。