



NEW WORLD TIMES  
全美首家中文简体字报纸  
1997年9月19日创刊  
www.newworldtimes.us

# 新世界时报

2026年  
2月13日  
第1484期  
每星期五出版 本期48版  
ISSN 1543-7930

## “火马年”如何塑造中国新年



WWW.newworldtimes.com

首届中美青少年匹克球  
友谊赛在马里兰州举行

>>详见15版

瑞雪辞旧岁，马到功自成  
一大华府安徽同乡联合会  
成功举办2026马年春晚

>>详见17版

大华府社区健康  
服务中心健康讲台  
癌症筛检的观念及迷思

>>详见19版

美京医疗中心免费线上  
“糖尿病自我管理课程”报名开启

>>详见23版

抢票2月28日上海春晚，  
奖品多多，惊喜不断  
老时间，老地方，  
繁花依旧，不见不散

>>详见30版

离农历春节还有一段时间，中国各大城市却已经提前进入“倒计时”。商场中庭立起马形装置，地铁灯箱换上新春主题元素，手机里开始刷到马年红包封面与表情包。对许多人而言，马年并不代表严谨深奥的历法，而是大家都能即刻使用的公共语言：用来互道祝福、表达愿望，也用来把抽象的新年目标说得更加具象。

有专家表示，和马年相关的一些中文成语最常进入办公室语境，往往是能直接对齐绩效目标的表达。比如一马当先、快马加鞭、万马奔腾等会成为这次农历新年的特殊高频词汇。但这套语言从哪里来？人们在如何谈论一个以“马”为主题的新年开场？

丙午“火马年”从何而来？

生肖是12年一循环，实际上，生肖背后还有一套更长周期：天干地支的组合构成60年一轮回。十天干与十二地支依次配对，形成一个60年轮回；地支与十二生肖对应，“午”对应“马”。

因此，当年份的干支为“丙午”时，就会被称为马年，更完整的说法是丙午马年。而“火马年”来自另一层叙事：天干地支与五行（木火土金水）的对应关系，使得同一个马年会与不同元素组合。于是2026年不只是马年，还被大众传播为火马年。

这意味着把新年的期待压缩成更直观的词：“火”意味着热烈与能量，“马”意味着行动与奔赴，于是“火马”被解读为节奏更快、变化更强、机会与风险并存。也正因为它足够形象，“火马”迅速成为媒体与商业传播中的高频标签，把抽象的不确定感重新叙述为“向前冲”的故事。

民俗和特别的职场语言

在中国文化里，马不仅是一种动物，还

代表一组意象：速度、奔赴、行动、开拓、吃苦、与路之间的关系。

在日常中文里，与马相关的成语早已形成一套稳定的语库。比如，“马到成功”；“一马当先”；“快马加鞭”和“龙马精神”，把持续投入与精力充沛合理化成为一种理想状态。到了现代社会，这些词语经常被进一步转译为职场与组织动员的语言。

与此同时，这些表达还扮演着“关系语言”。在春节语境下，它们提供一套安全的社交脚本：对上级表示认同，对同事维持和气，对客户润滑合作氛围。“这类祝福既能回避对真实处境（如加班、焦虑、收入）的讨论，又能将个体重新锚定于组织关系网路中，强化归属与协作预期。很多风险来自结构层面（产业调整、平台治理、地方财政约束等），但公众叙事常把它转译为“敢闯敢试”、“换赛道”，是一种把宏观压力转成个体行动策略的方式。”姚迪说。

马年的符号如何走出传统？

最新的这个马年似乎不仅出自族谱、庙会或老黄历里，它更多是从城市空间、数字平台与品牌传播里出现的。

在城市中，春节越来越像一场公共视觉季。商圈、交通枢纽、地标建筑把生肖视觉元素做成装置与灯饰，马+红成为最容易识别的组合；红色提供节庆情绪，马提供年度主题。这里的马不需要复杂解释，只需要让人一眼就知道：新年到了。

在数字平台上，红包封面、贴纸、表情包、短视频范本让马年成为一种可操作的社交工具：把一张马年封面发出去，就完成了“一次祝福行为”。符号在这里被产品化，好看、好看、易传播。

在商业包装上，马年礼盒成为许多品牌

的固定动作。从美妆护肤到奢侈品，再到零食饮料，商品包装纷纷融入马的轮廓或剪纸风格图案，让生肖成为全球春节行销的跨文化符号。

与此同时，生肖也成为AI和数位内容平台竞相争夺的话题。

火马年被描述为“因AI发展带动投资信心与经济增长”的一年，财经与科技报导中频繁出现“资本在马年加速奔跑”，“AI行业策马扬鞭”等语句，把宏观经济的不确定性包装为“火马带动的机会视窗”。火马这种“行动与变革”的象征，既是鼓舞，也是对现实焦虑的一种文化性包装。”

春运背景下，马年开场正在怎样被讨论？

春运本身是一种年度级的社会动员，它往往把回家、就业、城市化与公共服务能力叠加到同一场景里。当马年遇上春运，讨论中出现两套不同的语言。

中国每年为期约40天的春运，被视作“全球最大规模人口迁徙”，2026年春运已在2月初启动。在交通部门与公共宣传中，马常被用来形容通达、顺利、及时，会自然借用“马到成功”“一马平川”等成语，把运输保障与马的迅捷形象连接起来。

但春运的拥挤与压力也会让“火马”的热烈叙事遭遇现实拷问：票难抢，路难走，服务业员工假期加班、成本上升……

中国2026年春节假期长达9天。关于出行规模的预期也达到新的量级：中国政府部门预计春运期间将有约95亿人次跨区域出行。

这样的大规模出行孕育出另一套语言。社交媒体上出现“谁能真正享受马年的速度与机会”的讨论，有年轻人调侃自己

是“困在购票APP里的瘸腿马”，还有人把加速、冲刺的组织语言对照“被推着跑”的疲惫。

姚迪表示：马的吉祥叙事在当下会与“牛马”自嘲形成强烈对照：“一边是组织与管理话语里对‘冲刺、加速’的歌颂，另一边是劳动者对被透支、被替代、难以停下来的自我命名。”

很多年轻职场人并不真的相信“马到成功”会自动发生，但仍会使用这些话。同时，他们用“牛马”来补足另一半真实感受。“两套语言并存，恰恰折射出当代中国职场最典型的张力：既要在口头上维持昂扬叙事，又要在私下里承认消耗与无力。”姚迪说。（本文转自BBC中文网，不代表本报的观点和立场）



GOLDEN LAND GROUP  
OF NORTHROP REALTY

### 全职房地产经纪专家

服务于MD、DC、VA

- 热情耐心
- 专业勤奋
- 了解市场
- 口碑一流



郭鸣

陈晨

James Guo  
443-854-5399

Helen Chen  
443-939-1380

mingguo@northroprealty.com

chenchen@northroprealty.com

精通新房，旧房正常买卖，租赁业务  
并且具有丰富的银行拍卖，短卖经验

Address: #12230 Clarksville Pike, Suite A, Clarksville, MD 21029 Office Phone: 410-531-0321