

萧山缺一张乡村美食打卡地图

湘湖时评



■本报评论员 王肖君

周末只有两天,若是整天待在家里也是无聊,一些带娃的或爱好出门溜达的人,就会选择去杭州周边乡村“微度假”。

有的会选择一天的旅程:上午出发,两顿饭在外面吃,到傍晚或晚上回家,不用在外住宿。有的则选择留宿一天,去一处心仪已久的乡村民宿,享受风景和土家菜。

有统计显示,我国乡村旅游已稳稳占据国内旅游总人次的半壁江山。那么,去乡村游,到底是赏什么呢?

总结为什么去乡村的理由,不外乎

中国人的田园情结、乡土情结,或者是觉得“城市套路深,农村更淳朴”。但笔者认为去乡村,有一个潜意识需求,那就是想吃到令人难忘的地道美味。

上周末我去了海盐沈荡镇的古村落,有一家胜利饭店是余华小说《许三观卖血记》里的布景。拿手好菜有炒猪肝、草扎红烧肉、炒腊笋等,每一样都非常好吃,一顿四个菜大约一百元。到下午1点多,来逛古镇的人并不多,但这家饭店的客人还是很多。原来,胜利饭店是网红店,很多游客品尝后都推荐到了抖音、小红书等平台,使得到此一游的客人都慕名而来。

美食对游客的吸引力可见一斑。比如萧山地道农家菜,作为乡村饮食文化的一部分,是乡村游中一个不可或缺的旅游资源,它可以满足旅游者的口腹之欲,让其获得生理上的快感和精神上的愉悦,还能满足游客在味蕾上求新求异的心理。

虽然,萧山的农家菜口味大体上有些相似,但由于各乡镇的物产稍有

不同,南片和东片的烧法和配料也各不相同。同样一个“十碗头”名号,沙地片的南阳与山区的楼塔就各不相同。这种细微的差别,也只有萧山本地人才知晓。

如果要全域盘活乡村旅游资源,最能出圈的操作莫过于推出“萧山乡村全域美食打卡地图”,将每个乡镇里做得出拿手好菜且价格实惠的乡村饭店列出来,让游客在有图有真相中寻找地道美食。

比如萧山横一村千亩稻田旁,有一家生意不错的嗨稻农庄,客人主要是来村里看柿子稻子的游客。这家饭店为什么能留住客人呢?原因有三个,首先是掌勺的厨师手艺不错,烧的都是地道的萧山农家菜,比如三鲜汤、蒸土鸡、酱鸭等。其次是食材很新鲜,特别是蔬菜,都是附近农家清晨地里采的。再次,就是饭店的菜价实惠,七八个人吃一大桌就300多元,所以回头客特别多。像嗨稻农庄这样的饭店,是藏在村里,相信在萧山其他乡镇还有很多家。

无独有偶,在楼塔,有一句民间口头语叫做“来到楼塔不吃饭,不算到楼塔”。难道楼塔人特别会烧饭吗?还真是。据说,在大同三村,每家掌勺的人都会做“楼塔十碗头”,什么土三鲜、大豆腐、仙岩土鸡、炆猪肉……道道让你吃得难以忘怀。

怎么推荐楼塔版“十碗头”,大同三村经济联合社想出了一个好方法,成立了杭州至田家文化发展有限公司,采用“公司+农户”模式,开发了“楼塔田家饭”和“田家牧场”两个共富数字场景,目前正在调试和动员阶段。去农民家里吃一顿楼塔版“十碗头”,这个操作挺有意思,值得点赞。

前阵子,楼塔雀山岭的一家无招牌的包子店、河上的一家月饼手工作坊纷纷触网出圈。地道好吃的美食,永远能触动都市人的味蕾,这也是助推乡村旅游的“利器”。萧山的乡村可能并不缺乏隐藏的美食点,只需要被发现被推荐,才能拼凑出一张星罗棋布的萧山村美食地图。

“最燃氛围组”小学生宝贵的一课



■本报评论员 靳林杰

两个亚运,同样精彩。场上场下,同样惹眼。杭州第4届亚残运会期间,运动员赛场拼搏,而观众席换了一拨又一拨小学生“氛围组”。萧山区不少学校,选择在原本应该

上课的日子,组织学生到亚残运会现场观赛,让大家切身体会残疾人运动员的拼搏精神,这无疑是一宝贵的一课。

于是,我们的小学生观众出现在了亚残运会的观众席。他们坐在观众坐席上,挥动加油棒,喊出加油声,在被感动的瞬间甚至会落泪。

在网上,他们这个群体被很多人称为“最燃氛围组”,因为他们加油呐喊的时候,真的很用力。于是,他们成了现场一道亮丽的风景线。与此同时,他们也被现场所感染,被现场运动员那种拼搏向上的劲儿所感动。

不少孩子说,我的心情非常激动。也有孩子说,他们比的是不屈的灵魂。

还有的孩子,眼眶早已泛着泪花。教育最好的方式,就是让孩子能够感同身受。说了千万次“人生需要拼搏”,或许不如观赛来得更有冲击力。很多时候,我们会觉得亚残运会赛场更让人敬佩,因为残疾人运动员能够被冠以“运动员”这个称号,便已经历经千辛万苦。

我们通常会用这样一句话来形容他们吃过的苦,那就是“付出了常人难以想象的努力”,但当我们坐在亚残运会的比赛现场,才会感受到这句话可能稍显无力。因为你会很直观地看到,他们坐着轮椅却还在奋力打球,他们没有手臂却还能在泳池里飞速前进。

他们在赛场上,展现出非常的力量,突破着身体的极限,展现着生命的无限价值。他们的人生或许不完美,但他们的人生必然是闪耀发光的。

不少小学生在赛场湿了眼睛,是因为真的被感动。他们或许此前上过很多很多次德育课,听过老师一次又一次讲述拼搏的人生,却不如这样一次观赛经历收获的感受更深刻。或许这便是亚残运会最直接的意义。

奋斗的人生是最感人的。在亚残运会的赛场上,我们关注争金夺银,但我们更关注运动员的自我突破。而对于观赛的小学生们来说呢?他们除了能感受到赛场的“热度”,更会因为目睹了残疾人运动员一次次“完成看似不可能的操作”,所以内心更震撼。

坐在赛场上的小学生们一定会明白,生活中没有所谓的十全十美,但可以有无限的奋斗冲劲。只要敢于拼搏、挑战自我,任何人都可以成为自己人生的强者。就像亚残运会的运动员们,他们终究为自己“残疾人”的特殊身份增添了新的标签——“运动员”。

萧山的小学生们无疑是幸运的,有这样一次机会感受平凡人生,感悟奋斗的力量。相信这样的经历,会让他们成长之路走得更坚定,脚下之路,更稳当。

乡村电商直播需要“授人以渔”



■社会评论员 张旭

日前,无忧直播电商助力萧山乡村共富启动,发布了“蒲公英—云上共富”行动,并开设直播电商人才培训“萧山班”。萧山依托直播电商平台,强化资源集聚、产业带动和人

才孵化作用,推动电商新业态和乡村产业耦合融合,赋能乡村振兴。

萧山东边的益农是农业大镇,素有杭州“菜篮子”、萧山“米袋子”之称,各类农产品远近闻名,也是此次“蒲公英—云上共富”行动的起点。

授人以鱼不如授人以渔。引导村民们拿起直播“新农具”,端起带货“新饭碗”,从田间地头走上数字屏幕,身体力行地将共富概念踏踏实实揉进日常生活。

聚焦乡村直播,人才是关键。2022年,农业农村部科技教育司与共青团中央青年发展部制定了“农村青年主播”培育工作方案,便是希望通过培育乡村主播来带动乡村共富。互联网平台、直播电商企业等力量对新农人的大力扶持,将实质性解决乡村振兴路上的人才困难。

根据抖音发布的《乡村数据报告》显示,2022年抖音上的万粉乡村创作者同比增长10%，“80后”成为乡村内容创作的主力军,占比达42%。随着乡村抖音短视频创作者的增加,乡村相关视频增加3438万条,获赞超35亿次。以贵州省施秉县的“90后”苗族女孩王静为例,她用通俗易懂的方式讲解种植技术吸引260万粉丝,还帮助县城八九百户农户带货,年销售额过百万元。而另一短视频平台快手,2022年推出了“快手农技人计划”,目标投入30亿流量资源,打造1000个快手农技人。

回到萧山,牵手无忧传媒,其目标也是培育一批批农户投身于助农直播,通过电商直播等方式,帮助本地特色农产品走向世界各地。正如在益农创业的新秀主播宋开恩表示,无忧传媒的参与将有力推动益农农产品与直播电商进一步交融结合,对农业主播而言是一个重大利好,他们也将继续不遗余力推广销售益农农产品。像宋开恩一样,当前的益农,极力挖掘和培育乡村电商主播。同时,益农以共智富农业电商园为载体,从电商园区配套、电商运营服务、村播孵化、电商品牌打造、数字化供应链、产业配套等多方面发力,挖掘本地直播带货“网红”,借助新媒体宣传推荐,持续擦亮益农农业金名片。

让“流量”成为赋能发展的“能量”,解锁“共富密码”。大平台带动乡村直播,培育和帮扶基层乡村主播,让更多的人可以有能力去推荐家乡好物,带动农产品销量,最终实现村庄共富,这是一条可持续发展道路。《2022年数字乡村发展工作要点》数据显示,到2022年底,农产品电商网络零售额将突破4300亿元。安徽土鸡蛋、广西北流百香果、福建平和蜜柚……来自全国各地的丰饶物产,通过借助短视频、原产地直播、货架专区等渠道,连接全国消费者。

当然,乡村电商直播快速发展的同时,我们需要健全管理机制,加强监管力度,如约束主播的夸大宣传和重视农产品的质量和运输等,让乡村直播良性健康发展,真正成为致富新途径。

“土”非遗如何“潮”起来



■社会评论员 陈文澍

“土”非遗在世界舞台上能有多“潮”?

日前,萧山国家级非物质文化遗产河上龙灯胜会和省级非物质文化遗产绍剧《齐天大圣》登上了世界舞台——杭州第四届亚残运会开幕式暖场表演。

在备感骄傲的同时,我们也惊喜地发现,这两个节目在表演形式上,以更为年轻化、现代化的方式与世界接轨。例如,河上板凳龙用了广场舞结构方式让人眼前一亮,还对民间艺术

元素进行二次加工,让河上龙灯胜会特色鲜明;《齐天大圣》在原本猴戏的基础上,融入了萧山精神“潮”文化,使得节目文化底蕴更深厚……

作为中华优秀传统文化的重要组成部分,非物质文化遗产(以下简称“非遗”)的传承一直是社会各界关注的课题。非遗集厚重历史和鲜活人文于一体,在以“人”为媒“活态”传承传播的同时,背后又隐藏着千百年来人民群众的的生活与生产方式。可以说,这些从乡土社会里出生的非遗文化之所以能连绵不绝,其内涵不是用历史悠久就能一言蔽之的,它积淀着中华文明的智慧结晶,架起了中国与世界的文化桥梁,意义深远。

而此次萧山非遗亮相亚残运会开幕式,是非遗传承发展的重大一步,同样引人深思的是,随着时代变迁,“土”非遗又是如何更迭传播手段,年

年新,日日新,走在变“潮”的路上?

要知道,再旺盛的生命力,倘若没有传播手段的跟进,也极易陷入“孤岛”境遇。

可喜的是,非遗“潮”变近几年已颇有成效。在2022年中国国际服务贸易交易会上,彝族(撒尼)刺绣、京西皮影戏、潭柘紫石砚雕刻技艺等非遗项目展示摊位成为现场热门打卡点,这场服贸会的亮点之处还在于,以“非遗+”模式,融合了文创、科技等新形式,加速非遗传承融入数字化时代,让观众能近距离、沉浸式体验非遗文化魅力。

此外,“非遗+”还“加”出了旅游新场景,在萧山,“非遗+文旅”这种体验新模式已持续多年,通过各式推介会、乡村文化旅游节、共富市集、文艺赋能系列活动等平台,创新文旅消费新场景,以此不断拓展非遗文化群众基础,

探索出非遗“造血”的市场化之路。

事实也证明,此类活动赋予了非遗社交新价值,且这种接地气的形式,不仅能满足当代人的需求,积攒人气,也更容易释放文化内生动力,让非遗成为城市拉动文旅消费的“新宠”。

如果说,上述活动只是让非遗在城市内“出圈”,那么,在亚残运会开幕式这一对外交流的重要窗口里,非遗展示进一步发力,让中华优秀传统文化踏“潮”奔向世界,在世界体育舞台上彰显出非遗文化的创造力。

但仍需明确的是,“潮”是一种创新手段,是对非遗文化保护的重要措施,但归根结底,所有的创新都是为了传承保护非遗文化。在这条路上,如何不破坏其本身价值,找到现代性与传统文化两者间的平衡,还需要相关部门和传承者们持续发力,让非遗文化在现代社会里熠熠生辉。

为群众办实事 从打开“方便”之门做起



■本报评论员 钱嫒

出门在外,难免内急,想借用社区服务中心的厕所,却遭到一顿辱骂。江苏昆山的李女士越想越气愤,将视频发布上网,引发众多网友的关切。一时间,“群众到党群服务中心如厕被拒”成为舆论热议的焦点。

据此前报道,10月17日,李女士因为内急,在江苏昆山千灯镇河东街社区党群服务中心借用卫生间,先是被该社区的窗口工作人员欺骗说没有卫生间,而在其找到卫生间并准备如厕时,又被工作人员辱骂“有问题有病”。

两天后,事件有了初步处理结果,昆山千灯镇人民政府发布通报称,对

涉事工作人员作暂时停职处理。

上厕所事小,拒绝服务事大。社区党群服务中心的卫生间为什么不能借用?工作人员回应说,原则上不对外,来办事的居民有需要的话可以借用。这就让人纳闷了,来办事的居民能用,路过的居民为什么就不能?不都是老百姓吗?既然挂着“党群服务中心”的牌子,为何连方便群众如厕这点小事都办不到?

社区的公共服务,本应当以人民群众的需求为出发点,而不是仅限于特定身份的入。不让居民借用厕所,从表面看,是工作人员态度冷漠,没有同情心,但归根结底,还是一些基层工作人员的服务意识不够强,“全心全意为人民服务”的宗旨意识没有入脑入心。

然而,令人唏嘘的是,市民借用厕所遭拒并非个例:2014年12月,西安的郭先生在某通信公司营业厅借洗手间被拒,难以忍受致当街禁禁;2020年5

月,一男子在某地民政局借厕所,同样遭到工作人员和保安的阻拦。他外面找到公共厕所解决后,又特地返回民政局,质问在场的人:“这里的一草一木都是纳税人提供的,是纳税人建的这个东西。你们是一个服务机构,我们连使用洗手间的权利都没有。”这一问,可谓振聋发聩。

霸占公共资源,却拒绝与民方便,这些单位的厕所再干净,也不会给老百姓留下好印象。厕所,不仅是市民生产生活的必需空间,也是社会文明的一面镜子。

为了充分利用社会资源,解决城市公厕配置不足、群众如厕难等问题,国内一些城市早已开始实施“厕所开放联盟”行动,即临街机关、企事业单位和社会服务单位的内设厕所向社会免费开放。

如《广州市公共厕所管理办法》中规定,“鼓励全市临街的行政机关、企事业单位等财政供养单位的一楼内设

厕所免费对外开放,并悬挂对外开放标志。”据了解,广州目前已有2500多座内设厕所对外开放。

今年6月中旬,国家文旅部也就进一步加强旅游厕所建设管理发文,鼓励更多政府机关、企事业单位厕所向游客免费开放,持续巩固和扩展“厕所开放联盟”。

为群众办实事,是各级政府的重要职责之一。要把实事办好、把好事办实,最基本的就应为群众敞开“方便”之门。通常,政府机关、企事业单位的内设厕所,其卫生状况要优于一般的公共厕所,如能向公众开放,不仅能提升市民如厕的体验,拉近普通群众与党政机关的距离,还能展现出一座城市的友好度。

而作为最贴近基层的社区党群服务中心,更应尊重群众、服务群众,把群众工作做实、做细、做好。只有为群众打开“方便”之门,才能赢得群众的尊重与信任。