“酱鸭村”出名 匠心传承是关键

湘湖时评

■本报评论员 靳林杰

临近过年,萧山新塘街道的紫霞村出名了。一栋村民小楼的顶层,酱鸭挂得满满当当,有的人眼热这种过年的“氛围感”,也有人嘴馋一口好味道的酱鸭,就这样赶在年前成功“出圈”,不少人直接把紫霞村和“酱鸭村”画了等号。

小小酱鸭,如何让一座村子名声远扬?靠的还是最本真的东西,那就是口味。

制作酱鸭的是村民周金梅,因为姓周,名气大了,酱鸭被冠名“周氏酱鸭”。她的酱鸭从选鸭开始就有讲究,选的都是野鸭中的“老鸭”。在腌制鸭子的酱料上,她也有自己的“独家配方”,只用绍兴安昌的母子酱油,只用古法黄冰糖提鲜,浸泡鸭子的酱油泡完一缸就得换新,随便列举几个“注意事项”,都体现了“匠心”和“讲究”。

所以,周金梅的酱鸭能出名,还是有迹可循的,正所谓“所有的努力都不会白费”,这不是一句简单的心灵鸡汤,而是生活的真道理。

而周金梅与酱鸭的缘分,也是从传承开始的。最初,她不过是传承老一辈儿的手艺,有时候受乡亲朋友委托帮忙做做,但十多年过去,因为味道好,她的酱鸭自然名声在外,也渐渐地从“小圈子分享”变成了一门真正的生意。如今,她的“周氏酱鸭”作坊实力不容小觑,年销售量破万只,还带动了村里十几户农户一起加入。

所以你看,小小酱鸭的力量是蓬勃无限的,它可以让一个人出名,也可以带动一座村子致富。“酱鸭村”这个别称里,蕴含的是紫霞村实现共富的生意经。

随着“周氏酱鸭”的名气越来越大,周金梅也收到了“令人心动的offer”,有的厂商愿意花60万元买配方,有的愿意出月薪5万聘请她,但她都谢绝了,她的理由很简单,要把最纯粹的味道留在紫霞村,留在萧山。也正是因为她愿意留在村里,才能带动村里更多农户从过年自家酱鸭吃吃到发展成一种商品,把更多商机留在村里,让未来充满更多可能。

在萧山本地以及杭州其他城区、绍兴等地,在春节这段时间来点酱货,是传统血脉自带的“小欢喜”,所以,这样的传统值得去探索去发掘。从一个人制作酱鸭,到一群人一起制作酱鸭;从一个人完成选鸭清洗酱鸭晾晒等所有步骤,到一群人分工合作效率更高;从一个人考虑如何卖出去,到一群人一同找寻致富路,紫霞村的“酱鸭经”令人期待,它蕴含着把传承发扬的美妙,也包含着村民互助的美好。

如今,优秀的产品并不缺市场,而市场也非常需要周金梅这样的匠心手艺人,为我们带来最本真的味道。所以我们有理由相信,“周氏酱鸭”的走红绝非一时一地,而是可以找寻到正确的路子,成为现象级的产品,一直火下去。借着网络的东风,酱鸭一路飘香,或许能够飘到更远的地方,令更多人品尝到这酱鸭的美好滋味。

专坑老人

近日,一则“夫妻制造假币专坑老人被刑拘”的新闻冲上热搜,据了解,该夫妇在家中少量多次地伪造了大量假币,并专门物色识别能力较差的老年人使用假币,每次付钱必是一张百元钞票。从2018年至2023年的5年时间内共计使用了50余万元假币。目前,这对夫妻涉嫌伪造货币罪已被刑拘。

特别提醒:在现金交易时,一定要擦亮眼睛,仔细鉴别。一旦收到假币,切勿抱有侥幸心理再继续使用,应当上缴当地银行或公安机关。

漫画 俞钦洋

“无纸笔考试”就是这么欢乐

■本报评论员 王俞楠

最近,杭州一小学期末考做酱鸭冲上了热搜。

在做酱鸭前,学生们需要通过语文、数学、科学三关的无纸笔测评,如大声朗读《酱鸭宝典》,用字典查找自己不认识的字;通过正确计算才能从老师手里“买”到鸭子和调料;用自己科学的观察,看一看、闻一闻、尝一尝、触一触,了解酱油的特性……只有在测评流程中获取酱鸭方法,选购优质鸭子,研究酱鸭技术,通过考核后才能亲手酱鸭子。

这样的考试能收获关注,一方面是因为它打破了人们对考试严肃的“刻板印象”,另一方面是考试内容与学校的“江南习俗课程”紧密联系,让学生了解传统,颇接地气。

2021年,教育部出台《关于加强义务教育学校考试管理的通知》,明确了小学一二年级不进行纸笔考试。因此,欢乐又接地气的“无纸笔”考试,在萧山学校也有不少。

如这学期末金山小学教育集团金惠校区,就以游园会的方式,设置说“浙”里方言、数“浙”里镇街、认“浙”里物产、承“浙”里文化、品“浙”里美食、赏“浙”里风光等六大场馆活动,分别对应语文、数学、科学、美术、英语、音乐等学科。孩子们手持游园活动卡,依次体验各项游戏,“考”得不亦乐乎。

南都小学则给一到六年级的学生安排了生活劳动的考试内容,剥毛豆、扫地、拖地、叠衣叠袜等等;湘湖小学把湘湖美景安排进了考试之中,以城山怀古、览亭眺远、光照晨曦、跨湖夜月、杨岐钟声、横塘棹歌、湖心云影、山脚窑烟湘湖八景为背景开展,诗文、算术、“武术”运动……“闯关”同时让学生们对家乡也有了更多的了解。

不难发现,这些活动背后,都有老师的“小心机”——学科联动、学以致用,每个环节中都或多或少包含了对课堂知识的了解。

“无纸笔考试”突破了纸笔考试无法对学生的口语表达、必备品格、关键能力、情感态度价值观等方面考查的局限,把新课程标准要求达成的目标,通过闯关游戏等丰富多彩的情境设置,让考试既充满轻松感和趣味性,又充分发挥评价的激励性和发展性,让学生在玩中学、学中玩,玩中考、考中玩,更加体验到学习的乐趣。尤其是对低年级学生来说,实景性的环节设置也锻炼了他们解决问题和表达的能力。

笔者认为,随着“双减”的落地,“无纸笔考试”正是契合“双减”的一种方式。学习是快乐的,评价是多元的。不是不考试,而是提倡更轻松的教育方式,让孩子在没有压力的环境下快乐地学习。

振兴中国足球,从补课开始

■首席评论员 俞海波

竞争激烈的卡塔尔亚洲杯,早已无中国队的身影。在亚洲杯小组赛中,中国男足三战一战未胜,一球未进,创下了赛事史上最差战绩,就此打道回府。

成绩不好是该骂,然而看着36岁的谭龙,35岁的吴曦、张琳芃,33岁的武磊,让人感觉更多是悲哀。这批巅峰留在5年前甚至10年前的老将,竟然还是中国足坛最优秀的球员,可见国内足球人才青黄不接、水平断层到了何种地步。

亚洲杯出局的现实,再一次让我们认清了国足的实力。亚洲杯正赛一共24支球队参加,小组赛只淘汰8支球队。这表明,以国足目前的实力,恐怕连跻身亚洲十六强也有难度。接下来真刀真枪的世界杯预选赛,形势更加严峻。即使世界杯已经扩军,亚洲分得8.5个名额,中国队进军世界杯的梦想,看上去也遥不可及。

当然,就算这支国足走大运,竟然打进世界杯正赛,离2026世界杯还有两年,我们是指望这些国足老大爷们再咬牙坚持两年,还是指望这两年里青年才俊纷纷涌现呢?哪怕是幻想,也不能这么奔放。中国球员不是C罗梅西,老了还有半箱油。老将们伤病缠身,未来状态大概率不断下滑;至于年轻人,要是有顶上来的实力,早该脱颖而出,何至于让一伙老将苦苦支撑。

近年来,因为外战吃了不少败仗,世界大赛也毫无意外一律缺席,无论是从业人员还是媒体、球迷,大家的反思都足够多了。反思来反思去,核心问题就是一个:“为什么别人都在进步,中国足球却在原地踏步甚至退步?”这很像一个差生在反思自己的成绩为什么差,他当然可以把原因归结于用的文具不趁手、考前焦虑失眠、考试时候拉肚子、没看清题目、监考老师干扰等等,这些原因都可能成立,但是他不能装作没看见房间里的大象——根本原因就是自己没好好上课,没学好。

中国足球职业化之路自1992年红山口会议一锤定音,至今三十余年。回顾这三十余年的历史,我们可以看看,有些口号有没有做到,联赛和青训有没有被重视?往深一点说,我们到底有没有尊重足球,有没有尊重市场规律?规律无情,国家队一败涂地,联赛一地鸡毛,这就是足球和时间给我们的答案。

众所周知,联赛和青训是职业足球的根基,国家队是联赛培育的果实。然而因为大赛战略、奥运战略,国家队一次次被放在了更重要的位置,高水平球员频繁被抽调至国家队进行长期集训。联赛要为国家队让路,加上各种荒唐的政策出台,严重影响了联赛的商业价值。

联赛商业价值不足,加上行业不规范,导致职业球队缺乏自我造血能力,只能依附于大企业,沦为老板的玩具或者企业的招牌广告,就算能繁荣一时,泡沫终究也会破灭。二十年来,中国各级职业联赛已经有124支球队解散,甚至包括江苏苏宁、大连人等中超强队。

虚假繁荣泡沫的破灭,也会严重影响从业人员的信心。如今不少球队经营困难,职业球员频频被欠薪。底薪+欠薪,恐怕也没有哪个父母愿意让孩子往火坑里跳,青训球员减少,失去的是中国足球的未来。

所以,在振兴中国足球的漫漫长路上,以青训和联赛为本这门该补的课终究要补上,只有直面问题才能解决问题,否则,只会离世界高水平越来越远。现在,是到了痛定思痛、好好补课的时候了。

文旅土味喊麦 不能复制粘贴

■本报评论员 李小玉

在最近各大省市的文旅比拼中,哈尔滨似乎略胜一筹。以短视频为阵地的各地文旅局账号,都加入了一场以吸引流量、宣传当地旅游文化的“争奇斗艳”之中,招数迭出,好不热闹。

在哈尔滨的土味喊麦神曲《我姓哈》作为一种独特的宣传方式流行之后,随之出现了河南的《我姓河》、山东的《我姓东》、四川的《我姓川》,这股喊麦热潮很快席卷了大江南北,那些没有及时跟上的省市还会被当地网友催促,赶紧推出自己的版本。

这种土味喊麦的形式在一定程度上迎合了当下年轻人的审美需求。在当今社会,随着网络文化的不断发展,越来越多的年轻人开始追求新鲜、独特、有趣的内容。这类土味喊麦大多语言简练清晰、使用押韵,以独特的风格和形式,吸引了年轻人的关注和喜爱。对于年轻人来说,这种喊麦形式不仅具有很强的娱乐性,还能够传递出当地的特色和文化信息,从而增强年轻人对当地文化和旅游的认知与了解。

各地文旅局账号如此卖力宣传,自然是看到了流量背后的巨大收益。“网红新星”哈尔滨在三天元旦假期期间就收获了60亿元的旅游收入,去年淄博带动全民烧烤打卡狂潮,直接把淄博从一个默默无闻的城市推向了一线旅游城市的地位。

地名拟人化让哈尔滨成了所谓的恋爱脑暖男,人被特产化,便有了“小土豆”“小砂糖橘”“小菌子”等称呼,网络营销是剥夺地方文化底蕴以及个人主体性、加深刻板印象的罪魁祸首。哈尔滨的火爆,究其原因,冰雪、美食、人情、历史文化一个都不能少。东北烧烤、红肠、糖炒栗子,被做成果盘的冻梨等等,都是不能错过的美食。游客们在冰天雪地里品尝着最地道的东北美食,感受着哈尔滨人的热情和独特的冰城文化。中央大街、圣索菲亚大教堂、冰雪大世界等著名景点,更是吸引了无数游客前来一探究竟。

千篇一律的喊麦过程中,城市宣传的出发点已经从对本土旅游资源的挖掘和展示走向了纯粹的吸睛和对游客的讨好,失去与本土特色的联系。这种土味风格的喊麦往往缺乏艺术性和美感,带来了表达贫瘠、审美降级、人际关系快餐化等诸多问题。没有突出城市特色,只有跟风的宣传喊麦,很难起到吸引众多游客的作用。只有如哈尔滨一般,拿出自己的特色,提供优质的服务,才会形成正反馈的良好效果。

流量经济本质上是一种魅力型经济,它建立在城市自生的独特吸引力之上,如果没能抓住这一点,就很容易陷入过度营销的空转之中。随着寒假及春节旅游旺季的到来,研学、度假、亲子游等纷纷开启,在旅游市场日趋红火的当下,各地更应该加强优质文旅产品的供给,开发更多品质旅游项目、特色旅游路线;提高城市的旅游承载能力、接待能力、服务水平。

多一份无关输赢的热爱 生活会更精彩

■社会评论员 傅小慵

日前,在深圳街头弹钢琴走红的建筑工易群林、成都大熊猫繁育研究基地饲养员谭金淘“谭爷爷”、被网友戏称为“被乘务耽搁的相声演员”铁路工作者“影老板”刘影……一批不平凡的普通人收到了现场观看2024年龙年央视春晚的邀请函。

易群林说的一句话,特别能引起人们的共鸣:“能受邀观看春晚,到现在还像做梦一样,借此也想鼓励大家,不管做什么工作,都要眼里有光,心中有梦。”

易群林是深圳的一个建筑工人,会弹奏《梁祝》《映山红》《致爱丽丝》等钢琴曲,因一次偶然的街头弹奏被上传社交媒体,意外获得了上百万的点击量。

也许,正是因为他身着建筑工服装、头戴安全帽的装束,与钢琴、名曲,形成了一种“反差感”,特别让人感动。正如网友评论所言:“音乐是属于所有人”“有梦想谁都了不起”“尊重每个人,温暖每颗心”……

海量的好评中,很多人读出了平凡人追逐梦想的意义,但笔者发现支持易群林坚持钢琴曲练习的源动力,是无关乎金钱的,而是对艺术的热爱。

在当今社会,我们总想急切地追求财富和赢,总是如此着急奔向“设定”的某个终点,对自己充满了苛刻、不满和计较,仿佛除了要赢,就没有别的价值体系在支撑自己了!

小时候,我们每个人可能都是怀有热情和梦想的,只是常随着成长而渐渐丢失。看似被世界打磨了,可该打磨的是方法,一定不是那个内核,而内核正是在磨练中,渐渐茁壮和肯定的。但大部分人丢掉“曾经的预设”,中途放弃了很多计划好的事情,特别是所谓的梦想。

纪录片《宫崎骏:十年一梦》,印证了大师的成长也一样挠头喊难。只不过,成功的人比我们更多一份坚持和耐心。当人积累到一定程度,功力的长进带来的好处便是,不再对环境有那么高的要求,不再那么挑剔,不会非要怎样才可以,一些问题不再是问题。想想年轻时生起的那些对艺术创作限制的负面情绪,这不行那不行,种种理由之下,不过是自己能力不够,认识不通达罢了。

正如霍金在《大设计》一书中形容我们对世界的认知,如同一条金鱼透过弧形的浴缸,看到了一个变形的世界,但那就是属于金鱼的真实的世界,每一个人如何看待外界,是由内部决定的,基于自己的经验。既然无法左右他人的经验,也无法左右他人的看法。如同佛印禅师和苏东坡的那个经典故事:见佛见屎,见仁见智。

热爱就会有精彩,人生最大的幸福莫过于活在自己的热爱里,就如易群林一般。如果这是你热爱做的,那么没有外在奖励你也会一直做下去,就像你不需要奖励就会玩儿自己喜欢的游戏,但如果这是你被迫做的事,总想要某个时间就放弃退休,赶紧去做下一件事,那么这件事就很难做好。这种纯粹的热爱,更能彰显人的尊严与格局,无关乎所谓的赢、所谓的成功。