

2022年1月 星期五 21日

辛丑年十二月十九

第 538 期

镇江周刊

ZHENJIANGDAILY
镇江报业传媒集团出版

镇江日报

Tel:0511-85010056
本报网址: http://www.jszw.com.cn



腊月到,年味浓 “忙年”模式开启

本报记者 董伟 谢雨

新春走基层

“年前忙,年后闲,忙忙闲闲过大年。”“腊八”一过,虎年的脚步越来越近,家家户户又开始为“年”忙起来了。

市民“忙年”红红火火

40后的洪大娘是土生土长的镇江人,每年春节的年夜饭餐桌上,都少不了洪大娘的一道拿手菜——用大白菜和辣芥末腌制的“风菜”。18日下午4点,洪大娘戴着口罩来到菜市场,径直走到相熟的菜摊子前,买了两棵几天前预订了今天取的新鲜黄芽菜,看着菜根上还沾着新鲜的泥土,菜叶子挺括脆嫩,洪大妈满意地说:“黄芽菜就是要新鲜,做出来才清香。每年过年饭桌上荤菜多,吃点风菜,又爽口又开胃,我都要腌个七八瓶,几家子分分就不得了。”

除了做“风菜”,每年除夕,洪大妈还有一道菜要负责——鸡汤烧杂烩。经过多年的改进,这道菜渐渐已拥有了最适合全家人的口味,里面有几样食材是固定不变的:青菜心、蹄筋、鱼肚、冬笋片、土豆片等。往年准备这些,洪大妈都是跑菜场、跑超市,没个三四趟备不齐,现在,洪大妈70后的女儿王女士,一方面体谅母亲年纪渐渐大了,一方面也是从防疫的方面考虑,接过了采购的接力棒。

“自己平时早出晚归,时间不多,出门又得戴口罩,我基本上不跑菜市场。网上东西挺多,价格也不算高,冷冻、生鲜、蔬菜都可以通过手机APP购买。日间家里没人接收也不要紧,小区里有专门的收货点,还有冰柜存放,下班时候去拿一下就行。”王女士说。

“我们的父母年岁都不小了,‘忙年’这件事儿,如今可就指望我们啦。”王女士给记者看了一则朋友圈:80后的“小姨妈妈”晒了4张图片,分别是香喷喷的肉圆、蒸包子、饺子和糖烧饼,“小姨妈妈”感慨地写道:“忙了一整天,记得小时候过年这些活全是我老妈的,不知道从什么时候开始就变成了我的,或许,这就是传承!”

每年和“小姨妈妈”全家一起过年的大姨是50后,自从这个外甥女逐渐挑起照顾家庭的担子后,自己每年的“忙年”内容里,很重要的一项就是“烫头”。在位于斜桥街的一家理发店里,理发师小葛的手机铃声过阵子就会响起来,“以前都是微信上约时间,现在基本上都打电话过来了,知道我忙得没时间看微信。”

记者在店里看到,四张椅子上都坐着顾客,“小姨妈妈”的大姨和另外三位都是染发加烫发,还有两位客人坐在沙发

上边玩手机边等待。小葛师傅根据每位顾客美发的进程,集中精力,逐个给她们的头发服务,“每个程序都有时间,可不能错。”小葛的爱人是美容师,平时就在楼上给顾客做面部保养,当天也在楼下打下手,帮顾客洗头吹发,她说:“快过年了,预约做头发的人多了,每天从早上开门忙到晚上十点,一刻也停不下来,有时候晚饭后来个客人烫头,就得到半夜才能打烊了。每天都是在对面小店炒两个菜,匆匆吃了填饱肚子就行了。到下周,来做美容的客人就会排满了。”

90后的小玲和几个姐妹,今年尝试在抖音当了主播,主要销售一些休闲的女装,也有了千号粉丝,这两周,她们“忙年”的内容除了抓紧时间直播冲刺销售量,就是给去年一年在店铺里网购衣服前100名的顾客送年礼。小玲选择了开在云时代的一家烘焙店“草莓面包”里定制的新年礼盒,“礼盒里有咖啡糖、夏威夷果脆脆、凤梨酥和各种口味的曲奇”,小玲特意关照店主蒋阿姨用低糖低卡的食材,她笑着说,“我不能把我的顾客喂胖了,来年还指望她们照顾我生意呢。”

19日傍晚,60后的许先生来到位于大市口的“购书画艺培”接自己00后和10后的两个孩子。当天,书法班的孩子们在老师的指导下,学写了春联和画着萌萌虎头的“福”字。看着红彤彤的书法作品,许先生笑得合不拢嘴。

比起这些忙碌的后辈们,20后和30后的老人就惬意得多了,他们“忙年”的内容,大多是看一看孩子们准备了什么年夜饭,最多对菜提一点来自“老人儿”的小小建议。



街头巷尾年货热销



市民们“忙年”热热闹闹,年货市场也是红红火火。

在天慧园酒店,一家企业负责人张先生正在采购春节礼包。他说:“以前每到年底,单位是要聚餐的,疫情之后,为了减少聚集,都给员工发放年夜饭礼包,让大家在家用餐,安全又方便。”酒店老总杜有生告诉记者,作为本地餐饮企业,为市民提供蔬菜礼包、点心礼包、年夜饭礼包已有10年,菜肴品种上,注重本地特色,价格688元、888元、1088元不等,可以满足不同消费者的需求。

“作为政府的平价菜供应平台,临近春节,我们更是在保证货源的基础上,有30多个品种低于市场价格销售。比如大白菜、青菜每500克都是0.99元。”万方超市负责人潘小东表示,超市一直注重本地采购、农超对接,已提前准备,稳定货源和价格。最近一段时间,超市还上架了很多坚果礼盒、糕点礼盒、水果礼盒,以供市民节日期间挑选。同时,作为“苏陕合作”单位,从陕西渭南白水直供的苹果,因为品种出众,口感上佳,也受到了消费者的欢迎。

“来我这里灌香肠的都是老客户了。肉可以现挑现选,然后清洗、切块、绞肉、灌装……全程看得见,大家也放心。”中营

菜场正忙着灌香肠的万老板对记者说。摊位上的猪肉每500克价格在16至20多不等,消费者可以自行挑选部位、肥瘦。排队等候的黄女士说,自己并不喜欢吃香肠,但是家里儿孙都喜欢吃,这次一下买了200多元的五花肉。万老板说,最近每天都要接待10多位灌香肠的客户,最多的一次买了600多元的肉。

在宋方路批发市场的一处禽类摊位,很多市民在这里购买老母鸡,价格每500克27元。“最近老母鸡卖得特别好,有的人一买就是三四只……”摊主沈女士介绍说,入了“九天”很多人会来买老母鸡,喂鸡汤进补,都说“一九一只鸡”嘛!这里的水果批发也吸引了很多人,苹果、梨子、柑橘都很受欢迎,特别是每500克2.5元的红富士苹果,色红个大,好多人都是一包二三十斤的买。

蔬菜也是市民采购年货必不可少的品种,市场里,萝卜、青菜价格在每500克1.5元左右,豌豆苗价格稍高,每500克5元左右。

大润发的糖果货架前,市民张女士带着孩子正在挑选巧克力和其他糖果,“孩子考完试了,带他一起来买年货,挑一点自己喜欢吃的东西,顺便也感受感受年味。”除了孩子选中的糖果外,王女士还购买了一些礼盒。她说:“过年了,也给亲戚家的孩子准备点礼物,让他们开开心心。”

(摄影:臧莉 王呈 董伟)

记者短评

忧虑有之,安定亦有之

□ 董伟

过春节,中国人有个习俗叫做“忙年”。虽然春节只有短短的几天,可人们用“忙年”这个形式,将期待与欢乐延展进更多的日子,去收获更多的喜悦和温暖。“忙年”的氛围,总是那么富有生机,充满喜庆,团团圆圆。在做好疫情防控

的前提下,忧虑有之,安定亦有之。上下同欲者胜,同舟共济者赢。只要我们在心理上保持积极乐观,在生活中保证科学防护,心往一处想,劲往一处使,相信没有翻不过的山、没有跨不过的坎。我们终将迎来春暖花开。

特稿 TE GAO



导读 DAO DU

忆夏佩白先生

→ 10 版

一根笛子醒来了

→ 11 版

为金晓宇刷屏的你,一定要读读他翻译的书

→ 12 版



一座城市的理念 一座城市的实践

□ 华翔

两座城市两则新闻,却一个是因理念而规划,另一个是有实践出成果,仿佛一前一后,证明着一条正当时的城市发展路径。

因理念而规划的城市是合肥。合肥,旅游资源并不丰富,甚至有网友直言“合肥发展旅游业,好比去广州看雪景、甘肃找海滩”。日前,却有新鲜出炉的《安徽省“十四五”旅游业发展规划》提出:合肥将“高水平打造国际知名旅游城市”。

对这样一个貌似突兀的战略谋划,文章《又要“无中生有”?这很合肥》作出了分析。一是现实的需求:“旅游业对于眼下的合肥更为重要。随着合肥GDP突破万亿门槛,城市发展目标进一步升级。合肥市委书记虞爱华曾指出,未来合肥要让‘创新愉快’更愉快、‘养人的地方’更养人,力争成为全球科技创新的新枢纽、老百姓美好生活的新天地。再提旅游业发展,解决的正是美好生活品质提升的难题。”更重要的是其背后的城市发展理念——“发达的文旅产业为聚集创新人群和提升城市活力提供了一个宽松活跃的氛围”,“对于眼下的中国城市,城市创新与旅游业发展尤其密不可分”。文章举例,世界城市发展规律显示,凡是举世闻名的大都市,必定是旅游大市;凡是创新发展之城,同样也是旅游目的地城市。譬如海外的旧金山,还有国内的长沙。

就像另一篇文章《中国人的快乐之城,不用力玩是要被赶出去的!》所写:“文娱产业赋予长沙一种娱乐精神,把一切都能玩出花样来,城市传播能力所向披靡。长沙的魅力,在于它的少年气。浴火重生,顽强坚韧,还不断给人们最新鲜的快乐和活力。”与此相映成趣的是“从2010年到2019年,长沙发展速度突飞猛进,在全国城市中的GDP排名一下从20名之后,跃升到第12名。”

这一条新发展路径,能否再次让合肥“出圈”,尚不得而知。正如《又要“无中生有”?这很合肥》中所说,“城市文化特色,创新开放风气,缺一不可。而要让二者发生聚变,成为城市旅游业的名片,关键在于找到与城市文化特色最合适的创新表达方式。”“对于眼下的合肥,在创新氛围优势之下,更需要精准定位城市文化、并发挥到极致。”但另一座城市的新闻,却仿佛在证明——

成都,近年来因以休闲气质为特征的文旅产业而屡屡“出圈”已是不争的现实。而这样一种“出圈”给城市发展带来了极大产业空间。近日,《成都市数字文化创意产业发展“十四五”规划》正式发布。《规划》提出,成都将打造千亿元级数字文创产业集群。细读《规划》,这其中更有直接的文化旅游产业项目,但更多的则是因文化集聚而派生出的各类产业。文旅、文创与城市发展的关系,有案例可具体说明。成都日报2019年报道《从格调到格局 成都文旅融合的产业之变》介绍了当地的两个景点。

一个是天府绿道。有构建出天府文化“锦江故事卷轴”,具有“夜市、夜食、夜展、夜秀、夜节、夜宿”六大夜消费主题场景的“夜游锦江”;也有创造性地将原有传统公园改造提升并植入文旅体商项目,成为时尚据点的江滩公园……于是,天府绿道成为一条可感知、可欣赏、可参与、可消费的爆款产品,用成都日报的话说——充分实现生态价值、经济价值、人文价值、生活价值和社会效益。

另一个是蓝顶当代艺术区。其负责人金延说:“当一个中心区域的各类文化人士聚集,文旅融合的聚合效应将逐步产生,高端引领作用将逐步形成。该区域辐射周边更广大的区域将成为现实。”这块位于成都双流、锦江、龙泉三地交界处的荒坡地,经过10多年的发展建设,业态越来越丰富,形成了完备的文旅融合创意产业链,与周边的艺术创意相关的工作区、艺术区、商业区、旅游区,共同构成多元化、多层次的艺术栖居之地,成为城市的耀眼名片——以当代原创艺术为引领的创作和创意产业聚集区;集艺术欣赏、展示、交流和消费于一体的文创产品交易区;具有田园和人文双重景观的体验式文化旅游区;具有强大精神联系的工作生活一体化的新型创意社区。

有数据可以说明。2020年,成都文创产业实现增加值1805.96亿元,占GDP比重首次突破10%,全市文创项目总投资达1349.9亿元,规模以上文创企业达2240家。“成都休闲、成都创造、成都服务、成都消费”的城市品牌也已然从单一的文旅产业延伸到整个文创产业。

于是,我们看到了并无“宝山”的合肥,开始谋划“无中生有”了……

扫描二维码
关注公众号



镇江
品读

责编 董伟 美编 董伟 校对 骆美霞