

城市味道

就爱天水

陈发明

“千山万水，就爱天水”。一个月前，这还是一句文旅宣传语。近段时间，无数人用脚投票，让这句话名副其实。

甘肃天水，一座国家历史文化名城，从来没有谁能想到，会因为一碗麻辣烫而火爆出圈。

“泼天的富贵”来得就是这么突然。就如同它的名字，数以亿计的网络流量如同“天河注水”般流向这座西北城市。有网友调侃道：“上一次有这么多人来到天水，还是1700多年前诸葛亮北伐的时候。”

一座城市的蹿红或许就在一夜之间，但热度绝不是没来由地从天而降。作为龙年最先火起来的一座城市，人们爱上的天水，自有其可爱之处。

麻味，辣味

无数人带着问号来到天水，这里的麻辣烫到底有多好吃？排上几个小时的队，花上二三十元，吃完一抹嘴，确实香！此处省略3000字，因为成千上万的美食博主已经用自己已天水之旅的味蕾体验，告诉了“粉丝”们答案。

天水麻辣烫“赢麻了”，赢在“灵魂双椒”。成书于东汉末年的《神农本草经》中，就有“秦椒”的记载；北魏时期的《齐民要术》里，有“蜀椒出武都，秦椒出天水”的描述。这个“椒”传承至今，是秦安花椒。“颗粒大、果皮厚，你看看这个凸起的油腺，所以它香啊……”与秦安县林草局正高级工程师蔡麟阁聊天，一谈起花椒，他便拿出手机展示各种秦安花椒的图片，言语间透着自豪：“麻味浓烈，香味醇厚！”

还有一“椒”，是甘谷辣椒。400多年前，明朝天启年间叶应甲所编的《伏羌县志》中就有甘谷辣椒的记载，其曾作为明末清初的宫廷贡品而享誉陇上。独特的土壤、气候等自然条件，孕育出甘谷辣椒辣而不燥、香而不烈的品质。这次天水麻辣烫的火爆，也让甘谷辣椒名声大噪。

“市场上的辣椒面一般是10元1斤，而甘谷辣椒面能卖到二三十元1斤，贵就贵在物有所值。”何志斌是陇上椒农业科技公司的总经理，他自称“也算见过世面”，3年前请一个头部主播“带货”，几分钟卖出去1万多单辣椒面，但平时一天也就能卖三四百单。“最近每天都能接1万多单，天天加班到半夜。”惊不惊喜？意不意外？

天水麻辣烫“赢麻了”，赢在匠心制作。要问天水人哪家麻辣烫好吃？回答一

般是各有特点，每家都是自己配料。不仅市区如此，天水每个县里，人们也都有自己的麻辣烫“心头好”。比如在秦安县，宏芳麻辣烫是人们的首选。

吴宏芳16岁时就开始研制麻辣烫的配料，在秦安县城开了一家店。七八张桌子、50多平方米的小店，在这波流量到来之前，她每天的营业额都能有近万元，吴宏芳的秘诀就是自己的配料。“用我们本地的辣椒、花椒加上其他调料，自己炒好，也卖给别的麻辣烫店。”开店24年来，吴宏芳的配料一直在更新，不断改进味道。有人来学，她也是倾囊相授。

天水麻辣烫“赢麻了”，赢在浓郁“甘味”。一碗麻辣烫里，料汁是“灵魂”，菜品是“主体”，浓缩着甘肃味道。不仅有“双椒”，还有定西宽粉、兰州高原夏菜、康县木耳、河西走廊香菇……在天水大地湾文化遗址，出土了中国最早的旱作农作物黍标本。7000多年前，大地湾先民就已在从事农业生产。农耕文明延续数千年，在今天形成了丰富的“甘味”农产品体系，让甘肃成为全国“西菜东调”“北菜南运”的重要基地。

谁能拒绝优质食材的鲜香？谁能不爱传承千年的味道？

厚重，厚道

甲辰龙年第一座网红城市是龙城天水。人们来到天水，是因为对麻辣烫的一见钟情或者“网恋”；但深爱天水，绝不只是因为麻辣烫。

有一句诗流传很广：但使龙城飞将在，不教胡马度阴山。诗中所说的“龙城”，正是汉代“飞将军”李广的家乡天水。天水为何别名龙城？《史记·三皇本纪》中记载，华胥“生庖牺于成纪”，庖牺“蛇身人首”有龙瑞，以龙纪官，号曰龙师”。古代的成纪县便位于天水境内，“庖牺”是伏羲的别名，中华民族图腾的文化积淀，让天水又名龙城。

历代文献记载，伏羲有画八卦、结网罟、养牺牲、兴庖厨、定姓氏、制嫁娶、刻书契、作甲历等功绩，是中华民族早期社会生产、生活方式及社会制度的开创者、奠基者。作为“羲皇故里”，每年6月22日在天水举办的公祭伏羲大典，被列入首批国家级非物质文化遗产保护名录，已成为甘肃省独具特色的重要文化品牌，也是海

内外中华儿女慎终追远的重大祭祀盛典。

今年春节期间，大地湾博物馆推出的“小祖宗”系列文创产品，掀起一股博物馆旅游热。“小祖宗”形象创意源于大地湾遗址出土文物“人头形器口彩陶瓶”，又与天水始祖文化高度契合。最近几天，一件一人多高的“小祖宗”来到了天水古城，邀请全国各地来天水吃麻辣烫的宝宝们去体验大地湾文化。一款文创产品敢取名“小祖宗”，恐怕也只有天水才可以。

来到天水，总要去趟伏羲庙，追思人文始祖开天明道、教化先民的上古功绩；来到天水，总要去进博物馆，了解秦先祖西戎置县、东进创业的历史脉络；来到天水，总要登临山水，领略“蒹葭苍苍，白露为霜”的浪漫诗篇；来到天水，总要寻迹怀古，踏访三国时期“智收姜维”“痛失街亭”的古战场回响；来到天水，总要去看看古寺石窟，细细品味于苍翠山峦间的渭水梵音……

来到天水，人们印象最深刻的，或许不是色香味俱全的麻辣烫，不是让人目不暇接的文旅资源，而是天水人的热忱真挚。在此之前，天水最著名的一抹微笑，在麦积山石窟第133窟中，1500年前的一尊小沙弥的塑像，造型简洁质朴，但笑得天真烂漫，被称为“东方微笑”。

这抹微笑没有封存在洞窟里，千百年来已深深融入天水人的待客之道。吃一碗20元的麻辣烫，能收到远超其价值的小礼品；组织专门车队接待游客；政府大院免费停车，志愿服务随处可见；2天时间搭起一条麻辣烫美食街，就是为了“让宝宝”们少排队……

厚重的文化积淀，厚道的城市品格，共同凝聚成天水厚实的城市底蕴。谁能拒绝友善微笑的人？谁能不爱热情淳朴的城市？

五线，三线

这是一座“五线城市”。麻辣烫爆火之初，不少人怀疑：地处西北内陆的城市，能否接得住这“泼天的富贵”？网络上对“五线城市”的表述是，“经济欠发达的地级行政区，一般城市规模偏小，经济基础较差，大型企业数量有限……”即便如此，天水人也没

让游客失望。因为爱这座城市，所以倾尽全力“招呼客人”。每个天水人都是这座城市的服务者、代言人，他们深知，正是因为“五线”，所以这样的机会对天水来说太难得了。接住了，接稳了，天水终有一天会摆脱“五线”。

这又是一座“三线”城市。天水火了，77岁的郭淑莲虽然人在北京，但仍然像小孩拆自己喜欢的礼物一样，点开那一段段爆火网络的视频。天水，是她的“第二故乡”。50多年前，郭淑莲和同事们奔赴这座西北古城，在天水李子园山沟里建起海林轴承厂，开启了一段“激情燃烧的岁月”。这段往事，被很多人珍藏为“三线记忆”。

上世纪60年代，国家实施“三线”建设战略，一批中央部属大中型工业企业从北京、上海、哈尔滨、长春、洛阳等地迁往各地。天水被列为“三线”建设基地之一，先后有37家迁建和新建企业落户天水，形成了以电工电器、机械制造、电子信息为主导的工业体系，赋予这座古城骄傲与辉煌。

一碗麻辣烫，勾起“老三线”们的浓浓天水情怀和时常思念的天水味道；天水也没有忘记，“三线”建设者们打下的基础，是古城焕发新生的蓬勃动力。

郭淑莲参与建设的海林轴承厂，如今是我国最大的圆锥滚子轴承供应商，也是全国轴承行业骨干企业；由天水永红器材厂演变而来的华天电子集团，已发展为国内集成电路封测行业头部企业；天光半导体公司产品也曾配套于“上九天揽月，下五洋捉鳖”的国之重器，攻克数十项“卡脖子”技术……

有人形象地比喻，人们冲着麻辣烫而来，吃完了才发现，这份麻辣烫装在一个“金碗”里。谁能拒绝让自己家乡声名鹊起的机会？谁能不爱一座有情怀的城市？

一碗麻辣烫，让人们喊出共同心声：就爱天水！



图① 位于甘肃省天水市的麦积山风景。(视觉中国)

图② 天水市秦州区伏羲庙一景。(视觉中国)



甘肃省天水市的麦积山林场，绿茵似毯，牛马散放。(新华社记者 陈斌摄)

春回报国寺

杨学聪

春风渐暖，明清时期就与文人墨客结缘、因书市名动京城的报国寺，迎来一场与书的约会。

3月初，“旧书新知·读书报国”北京报国寺古旧书市暨首届晒书节启动，每周末都有古旧书市将一直持续到10月。

报国寺古旧书市开市，是众多爱书人期待的一次“回归”。明末清初，精致典雅的报国寺就是京城最著名的书市。作为文人墨客雅聚之地，清代著名文人王士禛、孔尚任等都是常客，留下许多佳话。据说王士禛嗜好古籍，常到报国寺书摊购买古籍善本。许多人到府上拜访总见不到人，到报国寺反而能碰到他。

适逢周末，不到10点，报国寺里已迎来不少爱书人。来这儿“摆摊儿”的闫冰把刚入手的《给孩子的诗》《第五项修炼》等书籍一本本码放在自己的椅子上。凭着多年的淘书经验，他赶早儿奔到相熟的摊位上，在一折书堆里“淘”到不少宝。而他自己的

摊位则打出“全场三折至五折”的广告，陈列了《秦汉文化》《中世纪欧洲》等装帧精美、有年代感又不失个性的老书。

“逛古旧书市，淘的过程最有意思。”作为纸上声音书店创始人，在北京黄金地段已经开设了4家实体书店的闫冰对报国寺书市情有独钟，“这里10多年前就有自发开设的旧书摊儿，我经常早上五六点来淘书。这个书市持续下去，热闹又有意思”。

208个标准包，是中国书店当天为报国寺书市准备的“口粮”。“按每包50本计算，不少于1万册、大几千个品种。”为安顿好这些宝贝，中国书店总经理助理刘易臣忙活了一个早上。作为国内最大的国有实体古旧书店，他们专门为报国寺书市挑选了一批通俗性、趣味性强的图书。在他看来，古旧书市是集众家之长的“接地气”书市，既能吸引人流，又能将好书带到市民身边，一举多得。

“买旧书的人千千万万，原因各不同。或因为便宜，或有故事和情怀，也有像我一

样为了找资料。”刘易臣说，读书时学《资治通鉴》，老师推荐的老版《通鉴学》没有再版，只能去淘旧书，他与古旧书自此结缘。在刘易臣眼中，淘旧书是一种邂逅，不时会有意外惊喜。

旧书品相或许有损，但知识不会打折。不少展位上标出折扣或“统一价”，单本售价5元、10元的旧书不难找到。“晒书节以书为载体，晒的是经典，是传承，是发展，是每个人对古旧书的所知所感所悟。”报国寺文化园运营方负责人后思慧说，除了交换，读者还可以用自家旧书置换鲜花或咖啡。

来这儿淘书，以书为媒可以与摆摊儿人聊个痛快，更有机会近距离接触书商们带来的古籍善本。应读者要求，孔夫子旧书网的张向涛小心地将民国时期影印出版的《初期白话诗稿》从玻璃展柜中捧出来。这是刘半农委托琉璃厂星云堂影印完成的1917年至1919年间李大

钊、胡适、沈尹默等人的诗稿和文章，记录着中国文学从古文到白话文的变迁。

“展示珍贵的古籍文献资料，是想告诉大家旧书里有不少好东西，有史料价值。”孔夫子旧书网业务总监赵爱军坦言，参与线下互动，不仅为了让人们开眼识宝，也是为了推动书籍绿色共享，让旧书真正流动起来。

始建于1000多年前的报国寺，2006年被国务院列为第六批全国重点文物保护单位。古旧书市的开市，让报国寺有了更契合自身的消费场景。

“3月份的前两个周末吸引了万余人次前来，人流量和销量一直在上涨。”西城区委宣传部副部长杜宇琛说，不同版本的书籍留有不同的时代印记，经过岁月筛选留下来的古旧书籍会更有价值。

商

生活中的经济学

年轻人

为啥爱逛商场地下一层，一度引发媒体讨论，而商场一层作为门面担当，同样是吸睛的存在。这里不仅有光彩夺目的黄金珠宝和化妆品柜台，近些年还出现了新的成员——新能源汽车。那么，商场一层为什么卖这些呢？

要探究商场一层的秘密，首先得从经济学的坪效说起。简单来说，坪效是单位面积的效益，衡量的是商场每平方米面积所产生的销售额。高坪效的业态通常会占据商场的核心位置，黄金珠宝和化妆品便是其中的佼佼者。

化妆品坪效相对较高。一方面是单价较高，市场需求量大；另一方面化妆品的毛利率也相当可观。尽管近年来，化妆品柜台受到线上销售的冲击，线下销售额有所减少，但一线品牌仍偏好商场一层设门店，商场也乐于在一层引进大牌化妆品店，前者是为了宣传和定位，后者是为了门面，双方各取所需。

黄金珠宝同样不容小觑。作为贵重物品，黄金珠宝具有极高的单价和保值投资属性，因此深受消费者的喜爱。知名黄金品牌的毛利率能达到20%以上，钻石品牌的毛利率甚至更高。此外，商场一层为消费者提供了直观感受黄金珠宝魅力的场所，精致的陈列与专业的灯光，让黄金珠宝更显璀璨，消费者得以近距离欣赏珠宝的精细工艺和独特设计。黄金珠宝这一极具仪式感下体验的品类不仅为商场带来了丰厚的利润，也发挥了引流的作用。

出现在一层的，往往是卖得最好的，或者当下最火、承租力最强的业态与品牌。

近年来，新能源汽车也陆续开进商场一层，这又是为什么呢？传统燃油车的销售主要通过4S店进行，4S店一般位于城郊地带，燃油车种类繁多的售后保养维修是其利润的主要来源。没有复杂机械结构的新能源汽车则不同，利润主要来自卖车本身。除此以外，新能源汽车品牌的销售往往采用极致单品策略，主推几款车型。对于有车辆陈列空间的商场来说，在一层展示酷炫的新能源汽车变得越来越常见。

当然，消费体验也是新能源汽车与商场一层双向奔赴的原因。商场一层的新能源汽车展位营造出的“科技感”“智能感”“未来感”，总能让消费者眼前一亮。新能源汽车开进商场一层，在众多大家熟悉的品类里营造出一阵赛博朋克的感觉，实现了商场与新能源车企的双赢。

随着时代的发展，商场早已不是人们心中单一的购物之地，而是转型成为集食、游、娱、购等多功能于一体的现代化商业综合体。商场定位不同，一层的布局也会不同。作为国内坪效最高的商场，出现在SKP一层的往往都是奢侈品大牌；而有些主打年轻消费者的商场，一层则有很多网红潮牌和快时尚品牌。或许有朝一日，我们还会看到人工智能机器人出现在商场一层的橱窗里。但无论商场一层如何改变，有些东西是不变的，比如商场对高坪效的追求，比如消费者对出现在一层的商品拥有的品牌滤镜。商场致力于提升每平方米的效益，为消费者提供更多、更好的选择，而消费者也用他们的真金白银，为商场一层的商品投下“信任票”。