城市味道

江城吉林

□ 高海峰 马洪超

先有吉林城，后有吉林省。作为我国唯一省市同名城市，吉林市因松花江穿城而过，在满语里被称作“吉林乌拉”，意为沿江的城池。

缘江而生，因江而兴。明代，这里设有手工业造船厂，为更北方的奴儿干都司一带居民运送粮食，并逐步发展成当时北方最大的造船基地。清代，与江南制造局同期设立的吉林机器局，是清末洋务运动时东北地区唯一的兵工厂。新中国成立后，吉林市又迅速成为国家重要的化工、冶金、能源基地。

松花江滔滔，不舍昼夜。依托“大山大水大交通、大工大农大商旅”的资源禀赋，这座历史文化名城正全力建设独具特色和辨识度的省域副中心。

长子志

在吉林市区北部，中国石油吉林石化公司炼油化工转型升级项目现场一派繁忙景象。

这个总投资339亿元的项目，是“十四五”以来国家批准的首个大型石化项目，也是吉林石化推进炼化业务由“燃料”向“化工产品及有机材料”转型的重要举措。

当年，国家决定在此兴建吉林石化，有沿江近水等因素的考量。

吉林市是国家“一五”期间重点建设的东北工业重镇，全国156个重点工程项目中，其中有7个项目落地吉林市。作为在此期间兴建的大型化学工业基地，吉林石化不负众望，产出了新中国第一桶染料、第一袋化肥、第一炉电石。

创造过辉煌，也曾徘徊于低谷，但“新中国化工长子”的雄心始终不变：吉林石化于2022年2月全面启动转型升级项目，计划新建及改（扩）建28套装置，到2025年投产运行——相当于再造一个新的吉林石化。

陆书来，吉林石化新材料高级专家，进得了实验室、闯得了市场。“一年内解决不了ABS（合成树脂）黑点问题，这个专家我不当了！”10年前，他带领技术团队在200多天里进行了150余组实验，弄清了杂质组成和来源，顺利攻关。吉林石化成功开发出中国石油ABS自主成套技术，一跃成为多个一线家电品牌的ABS供应商。

如果说，再造一个新的吉林石化是“有中变优”，那么距离其不远处的吉林化纤集团有限责任公司近几年在碳纤维领域则书写了“从无到有”的传奇。

1959年，为解决东北人民穿衣问题，国家决定在吉林市建厂并确定生产粘胶短纤维。那年隆冬，北风劲吹，一小队创业者冒着严寒在吉林市北的松花江畔竖起了“人造纤维厂筹备处”的木牌。而今，吉林化纤不仅将人造丝、腈纶、竹纤维等传统产品卖到世界各地，还创新发展碳纤维产业，为风力发电、航空航天等装备解决“穿衣”问题。

生产碳纤维，必须先生产出碳纤维原丝，我国碳纤维技术长期受制于人。吉林化纤抽调一线工程师、化验员、技术工人，和高校专家组成科研攻关团队，矢志研发碳纤维原丝生产技术。

“当时经常做实验，每次都要带上‘猪鼻子’防毒面具，闷得喘不过气来。”研发团队创始人之一、吉林化纤集团副总经理张海鸥回忆，通过70余项技术改进、设备改造和上百次反复试验，研发团队终于在2007年4月生产出第一批碳纤维原丝。

宁可黑发变白发，誓将白丝变黑丝。吉林化纤在实现碳纤维原丝产业化生产后，向“高精尖”碳丝产品发起冲刺。

“当时，碳纤维的市场应用不像今天这样广泛，但吉林化纤集团看准发展趋势，坚持用百亿产值支撑和撬动碳纤维的科研与发展。”吉林化纤集团研发人员陈海军说，2017年12月，吉林化纤集团1.2万吨碳纤维项目第一条碳化线开车成功。

目前，吉林化纤碳纤维产能规模已跃居世界第二、中国第一。2023年，国务院国资委公示“创建世界一流专精特新示范企业”，吉林化纤成为吉林省唯一入选的地方国有企业。

听上年纪的人讲，当年吉林石化等单位的男职工多，国家在其附近建设女职工人数较多的吉林化纤，一定程度上缓解了年轻人的婚配难题。实际上，这两家老牌企业自诞生以来，就一直不懈地破解着各个年代的发展难题，江城人创新进取的新故事从未落幕。

凇雪情

如果说松花江把冰送给了哈尔滨，那她便把雾凇留在了吉林市。

雾凇由水汽凝结而成，其出现需要同时满足低温度、高湿度的气象条件。隆冬时节，吉林市南部的松花湖被厚厚冰层覆盖，冰层之下温度高于冰点的湖水经丰满水电站下泄北流，流经城区百里不冻。此时，如果无风或风力很小，便会产生与黄山云海、泰山日出、钱塘涌潮并称为“中国四大气象奇观”的吉林雾凇。

每年入冬后，吉林市松花江两岸的杨柳松柏常常银装素裹，宛如童话世界，吸引大批游客前来打卡拍照。松花江中的雾凇岛，更是人们观赏雾凇的热门景区，每年冬季都会吸引数十万游客前来观赏雾凇、体验民俗。

美妙的雾凇奇观只能在冬天看到吗？为让更多游客一饱眼福，吉林市文旅部门想出了好办法。

春夏之交，走进吉林市北山四季越野滑雪场的雾凇实验室仍需穿上棉服。实验室内云雾缭绕，体感较冷，树枝上结满了毛茸茸的雾凇。

作为亚洲单体规模最大的室内越野滑雪场地，吉林市北山四季越野滑雪场的室内气温常年保持在零摄氏度以下，既担负着国家队和省市队专业运动员训练任务，也为滑雪爱好者和游客提供嬉冰雪、赏雾凇的服务。

“学生快放暑假了，滑雪场和雾凇实验室将迎来新一波打卡体验热潮。”滑雪场运营部部长徐鸿博和同事们正为即将到来的暑期蓄力。

长白山脉与欧洲的阿尔卑斯山脉、北美的落基山脉同为“世界黄金粉雪带”。处在这一粉雪带的吉林市，是传统的滑雪胜地。

1962年建成的吉林市青山滑雪场，是新中国最早建设的高山滑雪场之一。如今，当地的万科松花湖度假区和北大湖滑雪度假区已成为国内顶级滑雪场。

“国内一流雪场在硬件设施建设方面几乎达到国际领先水平，下一步应重点在软件方面提升。”万科松花湖度假区总经理赵兰菊说，对标国际一流，万科松花湖度假区积极引进国际高端运动主题酒店。北大湖滑雪度假区也引进了国际化运营服务项目，全方位提高雪场吸引力、竞争力。

2022年2月15日，距离18岁还有3天的苏翊鸣摘得北京冬奥会单板滑雪男子大跳台决赛金牌，次日的《江城日报》上出现了他旋转跳跃的巨幅照片；2023年2月25日，X GAMES CHINA 2022滑雪巡回赛总决赛在北大湖滑雪度假区举行，这一次，苏翊鸣在家乡夺冠。

得天独厚的冰雪资源条件，不断优化的冰雪运动环境，让吉林市冰雪运动人才辈出。近年来，江城健儿实现亚冬会、世界杯、世锦赛、冬奥会等重大冰雪赛事金牌全覆盖。

粉雪、雾凇、不冻江、林海……吉林的冰雪之旅充满着激情与浪漫。来吧！一起见证“雾凇之都、滑雪天堂”的精彩。

文脉兴

吉林市四方坐落着朱雀山、玄天岭、龙潭山与小白山，被当地百姓戏称为“前朱雀、后玄武、左青龙、右白虎”。这4座山与反“S”形穿城而过的松花江组合在一起，构成一幅浑然天成的太极图，演绎出一部地域特征鲜明的民族演化史。

作为满族兴起之地，除了“吉林”一词来自满语，明清船厂遗址博物馆也展示着吉林城作为雅克萨战役驻军、造船、驿站、军粮总基地的风采。

“小山胜丘壑，远与长白通。”清朝历代皇帝都要祭拜长白山，因路途遥远且交通不便，雍正便决定在小白山北峰建望祭殿，面向东南方向遥祭。如今的小白山望祭殿遗址，记录着这段历史。

吉林市还是“京剧的第二故乡”。吉林商人牛子厚1904年创办的喜（富）连成社，是京剧教育史上公认的办学时间最长、造就人才最多、影响最为深远的一所中国京剧科班，不仅培养了侯喜瑞、马连良、谭富英等名家，也吸引梅兰芳、周信芳前来“进修”。

在吉林的母亲河松花江畔，京腔京韵传唱不息。每到周末，京剧票友们便聚到百年老店新兴园饺子馆，吃饺子、听京剧，登台唱念过把戏瘾。这家百年老店的牌匾，就是当年由牛子厚题写。

“老字号经久不衰，是因为有一个不动摇的根，那就是文化。”新兴园总经理张立坤说。

风光秀美、文化厚重，吉林与影视剧结缘颇深，《人世间》《东北往事》《雪山飞狐》等影视剧都曾在这里取景，第24届金鸡百花电影节在这里举办。连续20多年登上央视春晚舞台的吉林市歌舞团，也是令当地人骄傲不已的文化名片。

作为“中国书法城”，清末民初“吉林三杰”诗书俱佳、闻名关东。如今，近百位中国书协会员、300多位省书协会员，让这座城市翰墨飘香。

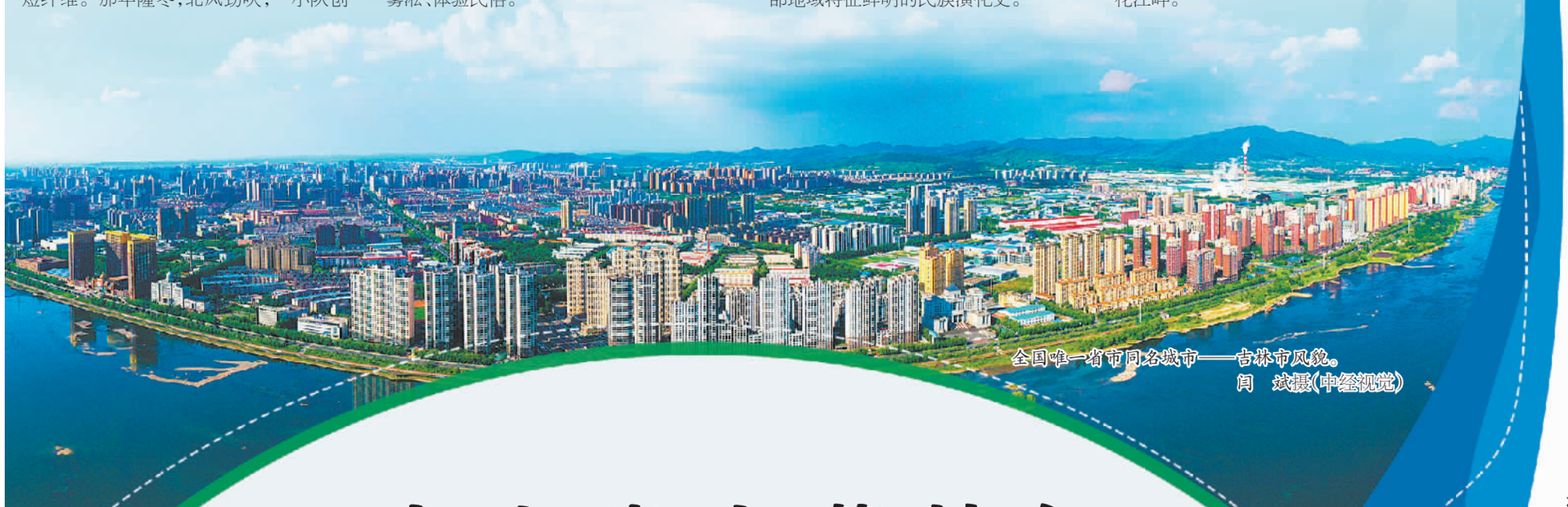
文旅资源虽已如此丰富，上天依然送来大礼。1976年3月，一场巨大的陨石雨降落吉林市周边500平方公里范围内，未伤一人一畜，未损一房一屋。收集到的数百块陨石标本中，“吉林一号”陨石重1770公斤，是世界上发现的最大石陨石。在吉林市博物馆，人们可以近距离观赏这颗天外“吉星”。

“文脉复兴、山水寄情、工业追忆、尚食美味、转角有景、乡村文化、红色吉林”，当地依此脉络建设“博物馆之城”，优化馆城布局，推动文化繁荣，建设文化强市。

松花江，江水清，浩浩瀚瀚冲波行，云霞万里开澄泓。去年，吉林市地区生产总值增速30年来首次排名全省第一，城市创新能力、信用指数、宜居指数均居东北地级市首位；今年一季度，吉林市地区生产总值增速实现7.3%，再次领跑全省。

以激流勇进的城市精神建设形神兼备的新时代新江城——吉林，正崛起于松花江畔。

冬季，“吉林雾凇”布满松花江两岸。 韩 涛摄（中经视觉）



全国唯一省市同名城市——吉林市风貌。 闫 斌摄（中经视觉）

火山岩上荔枝红

潘世鹏

一堆堆灰色光秃的火山岩上，生长着一棵棵枝繁叶茂的荔枝树，繁茂枝叶中卧着一个个硕大滚圆的荔枝果。摘一颗，剥掉薄薄表皮，溅起汁水露出鲜嫩果肉；尝一口，回味无穷。

炎炎夏日，海南省海口市秀英区永兴镇的万亩荔枝园内，每天都有慕名前来体验采摘荔枝的游客。头顶烈日，脚踩千年火山石，亲手采摘闻名遐迩的火山荔枝，那叫一个“热力四射”。

“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”。中国是荔枝原产地，也是荔枝产业第一大国，拥有丰富、优质的荔枝品种。海南是我国荔枝上市最早的产区，也是主产区之一。谈到海南荔枝，不得不说海口的火山荔枝王。

“香风十里嘘长夏，万簇红云酿火齐”，“荔枝王”又名紫娘喜，是海口市秀英区火山荔枝的主打产品，味美甘甜，大如鸡蛋。每到成熟季，当地都会举办火山荔枝文化节暨火山荔枝王大比拼活动。在今年的火山荔枝王大比拼活动中，现场评选出的一颗“荔枝王”，拍卖出了1.68万元的高价。

海口市秀英区永兴镇三元村的吴淑卿，是火山荔枝园“荔二代”“新农人”。2016年从重庆三峡学院毕业后，她一直在外地工作，但心里始终放不下父亲与家乡的荔枝园。2022年，吴淑卿决定回乡务农创业，正式接过父亲的“接力棒”。

“这片园子20多亩，是父亲2007年栽种的，一转眼十几年过去，我长大了，树苗也长成满园大树，火山荔枝王品牌更是越来越响。”

返乡后，吴淑卿一心扑在农业上，抓果园管理，搞市场营销，拓电商渠道，将自家的火山荔枝园打造成新的乡村旅游点。

“这些年，海口市各级政府对火山荔枝王品牌的推广力度越来越大，市场迅速打开，让我们充满了信心。”吴淑卿说，往年火山荔枝王要卖到6月中下旬，今年由于天气原因，产量只有去年的两三成，火山荔枝王供不应求。

“这边刚从树上摘下来，那边就立刻打包发货，主打一个新鲜。”永兴电商服务中心工作人员王聚鹏说，受春季雨水影响，今年是荔枝“小年”，荔枝产量下降明显。为了满足国内外消费者对海口火山荔枝王的消费需求，他们大幅加强了电商销售和物流配送服务工作。

早在今年荔枝文化节开幕前，仅有少量火山荔枝王开始成熟，就已经有海外客商来到荔枝园考察。得益于海南自贸港直达中东国际航线，海口火山荔枝王首次销往阿联酋。

远古的火山爆发，将地壳深处丰富的矿物质与微量元素带到地表，风化成肥沃的火山地质土壤，撒落的火山灰则成为天然的优质肥料。今天，这片火山岩孕育了海口火山荔枝王的甜美，也孕育出荔农的喜悦。

假期生活中的经济学

郭 娜

因为喜欢旅游，我们家是旅游年票的常客，总是拿着年票的景点清单，在周末驱车畅游。很多人都有类似经历，办了年票后，总想去尽可能多的景点赚回票钱。

形形色色的旅游年票由多家旅游景点共同发行。北京有“北京市公园游览年票、京津冀名胜文化休闲旅游年卡”，安徽有“畅游安徽·合肥文旅惠民卡暨合肥公园年票”，四川有“成渝文旅一卡通”等等。

旅游年票热销，贯穿着展望理论、沉没成本、福利经济学等诸多经济学逻辑。

人们为什么想要购买旅游年票？行为经济学中的展望理论认为，每个人的风险态度会随心中预期变化而变化。消费者购买旅游年票的决策，取决于心里预设的参考价值与旅游年票实际价格的差距。当抱有“去两次就能赚回来”的心理时，就会作出购买旅游年票的决策。同时，旅游年票有一年使用期限，延长了消费和服务之间的时间间隔，购买年卡涉及跨期决策：既然预判还有那么长的时间，肯定能去玩好多次。这样的心理也会驱动我们作出购买决定。

购买旅游年票后，人们通常希望尽可能多地去旅游年票中的景点参观游玩，这跟经济学中的沉没成本有关。沉没成本是指已经发生并且无法回收的成本。货比三家选购旅游年票的时间成本、购买年票花费的金钱成本等都是沉没成本。大多数人对同等程度的损失比获得更为敏感。简而言之，考虑到已支付的成本，人们会通过提高旅游年票的使用率来增加获得感，从而有效提高消费者的效用。

从社会整体来看，将多个景点门票组合销售形成全新旅游产品供给，会刺激形成旅游新需求。比如，原本是为了某个网红景点购买旅游年票，但是买到年票后，也会打卡年票清单中的其他景点。因为年票，热门景点与普通景点打包绑定，降低了旅游营销宣传的总成本，增加了非热门景点的参观需求，促进社会资源的优化配置。再如，旅游年票提前收取费用，增加了景区与消费者的黏性，促使景区资金快速回笼，为改善景区服务提供资金保障，有助于提高游客参观游玩体验感。还有部分旅游年票可以提供免预约等优先服务或旅游咨询等增值服务权益，这些都可以提高景区的服务效用，有助于长期稳定旅游市场。

实现了景区抱团取暖、整体提质增效的旅游年票，已成为旅游景点营销的有效模式。但要想吸引更多消费者，旅游年票的定价和服务既要考虑经济利益，更要注重消费者的服务体验感与心理满足感。大好时光不如出去走走，祖国山河等着我们去看看。

本版编辑 陈莹莹 姚亚宁 美 编 高 妍
来稿邮箱 fukan@jjrbs.cn