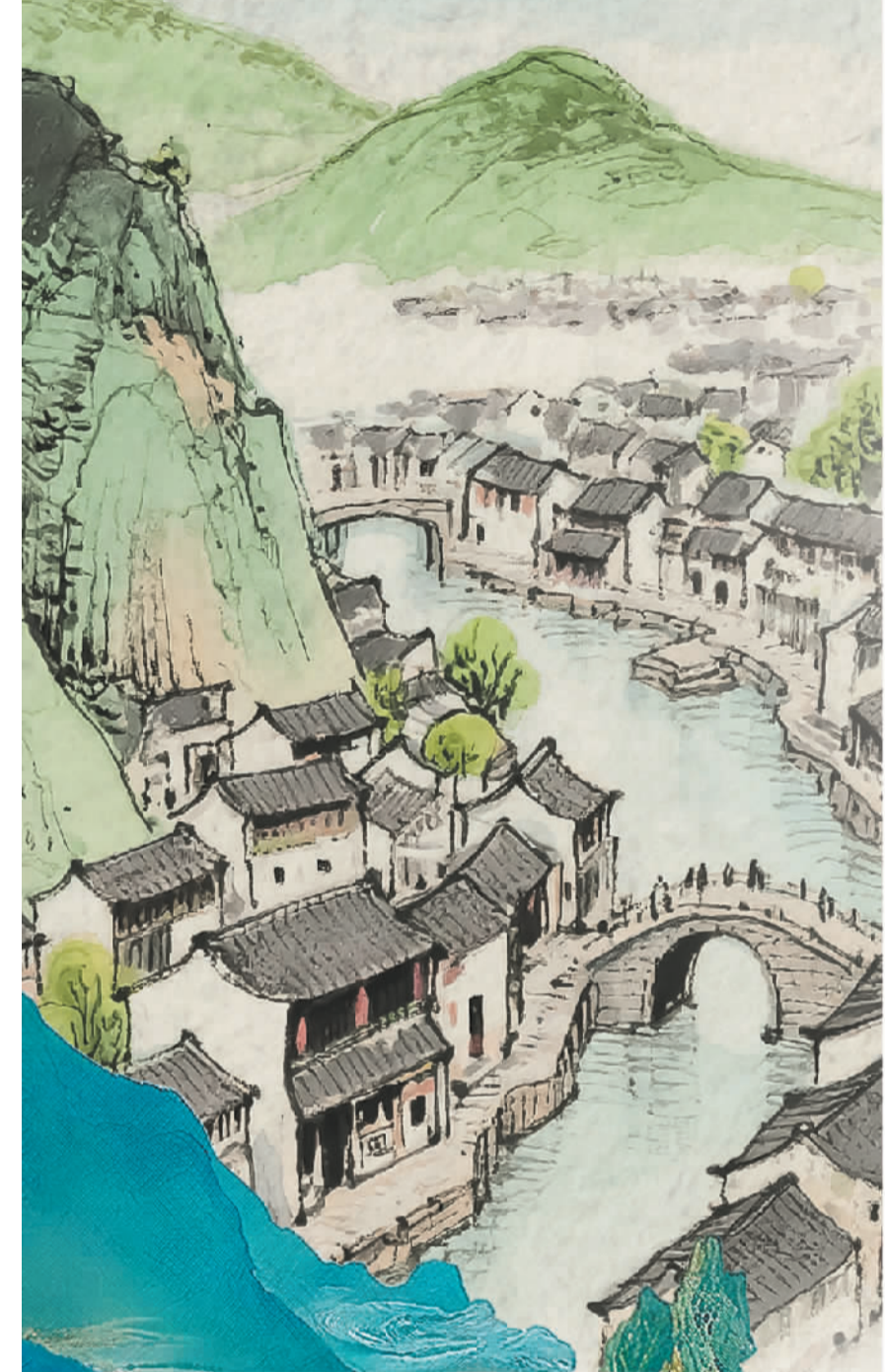


陶然

来稿邮箱: fukan@jirbs.cn



旧巷新街

黎滩河畔古与新

刘兴 朱丽玲

清晨的薄雾尚未散尽,黎滩河水轻拍岸石的声音从新丰桥下传来。河畔便是黎川古城所在之处。74岁的江西省黎川县地方文化研究中心特约研究员杨火根,推开雕花木窗,看着对面骑楼长廊下,早起的商户正卸下门板,烧水、擦桌,迎接第一批顾客。

“东起唐市街口,西至古城墙南门口,这条街长1.8公里,分布着34条巷子。”在杨火根的记忆里,黎川古城的故事不是书本上的文字,而是刻在青石板里、流淌在黎滩河里的鲜活记忆。

这座地处赣闽边界的商贸重镇,曾有“八县通衢”的名号。鼎盛时期,这里有600多家店铺在经营。一代文学大师张恨水,少年时曾寄居于此,他笔下那些关于市井烟火的生动描绘,多少都带着黎滩河水汽氤氲的印记。然而,木结构建筑在风雨侵蚀下逐年老化,这条街曾被列为“江西清明上河图”的古城,一度被列入全省火灾重点防控区域。

一场持续10余年的守护与更新实践就此开始,黎川试图解答一个命题:一座千年古城,如何在守护文脉的同时走出一条活态发展之路?

木构新生

2013年,接到黎川古城保护改造任务时,姜勇强明白这不是一场简单的拆与建。作为黎川县文化旅游投资有限公司总经理,他和同济大学教授李滨一起,带着70多人的团队,用3D技术还原每一处榫卯、天井、风火墙。基本原则清晰笃定:原有结构、原有材料、原有外观不能改动。

改造中最具智慧的巧思,藏在那些看似无用的旧木头里。老宅的梁柱有的已经中空,有的布满虫眼,既影响安全,也侵蚀古城肌理。施工团队没有简单一换了之,而是请来当地有数十年经验的老木匠,用一种古老的工艺来“续命”——将朽烂的部分锯掉,接上新的木料,榫卯咬合,铁箍加固,新旧木料就这样巧妙共生了。

修复后的木楼梯依然吱呀作响,人走在上面不敢疾行,生怕惊扰了百年木构。“你看这根柱子!”姜勇强指着一处厅堂

的立柱,新旧木料的纹理像年轮一样交织,“它还是原来的那根柱子,但它又能撑起100年”。

“以前的老房子都是木结构,木头腐烂不堪,家家没厕所,电线像蛛网一样,一下大雨大家就发愁。”在古城生活了大半辈子的益顺德小吃店老板邓洪回忆当年的困境。

游客走进修缮后的老宅,总要好奇地摸一摸那些修补过的木纹。木头是会呼吸的,它的脆弱与坚韧,成了古城最诚实的年轮。触摸它们,仿佛与百年前的工匠对话。

老城改造,最怕人去楼空。黎川没有一迁了之,而是选择了一条更慢、也更费周折的路。针对私房占比大、产权复杂的情况,政府分类施策:鼓励居民在原址按照统一规划修缮改造,给予适当补助;公房集中区域则采取置换安置。与此同时,路网升级,管网入地,消防系统也完善了。如今,600余家骑楼式店铺与150余幢明清厅堂拂去历史尘埃,保留着“骑楼相连、长廊不断”的建筑风貌。2023年,黎川古城景区入选全国古村古镇保护利用十佳案例。

木头与人,就这样达成了微妙的默契。

手艺增值

建筑可修复,手艺若断代,古城的魂就散了。

物理框架重塑之后,真正让古城“活”起来的,是那些流淌在骑楼长廊下的技艺与烟火。打铁的叮当声与弹棉花的砰砰声此起彼伏,不少消失的技艺在这里生机勃勃。

最典型的,是有800余年历史的灌芯糖。

“我小时候,村里家家户户都会做,后来慢慢就没人愿意干了。”潭溪乡村民李荣光说起这门手艺。2017年,在外创业的他回到家乡,注册“潭溪状元糖”品牌,别人觉得这门生计太苦,他却闻到了“业态”的味道。

他把制糖工坊搬进古城,自己穿上戏服扮成猪八戒现场拉糖。金黄色的糖稀在他手中反复拉伸,像丝绸般柔软。手机架在一旁全程直播,网友们看

着“八戒”拉糖,弹幕刷得飞起,下单的手指也停不下来。可看、可尝、可带走,传统手艺就这样走进了年轻人的视野。

“以前觉得做糖是不入流的活儿,现在我可可是百万粉丝的博主啦!”李荣光给笔者递上一截刚做好的糖,甜而不腻,入口即化。那一刻,非遗不是博物馆里的标签,而是舌尖上实实在在的甜。

如果说灌芯糖的走红是“老手艺拥抱新媒体”,那么入选第四批国家级非物质文化遗产名录的黎川舞白狮,则完成了从“年节限定”到“日常演出”的转变。舞狮团队成员胡金旺告诉笔者:“以前只能在春节那几天舞,年轻人都不来看。现在古城有了固定舞台,月月有演出,团队里既有60多岁的老匠人,也有20出头的帅小伙。”

在黎川,“百店、百堂、百业、百贤”的改造主题贯穿始终。千叟宴上,长桌一字排开,居民带着游客包芋糍、品擂茶;节假日里,游客穿上汉服巡游。游客成了“家里客”,居民成了“文化讲解员”。互动中,远道而来的客人就这样与黎川文脉双向奔赴。

油画添彩

如果说古建筑是古城的骨架,非遗是血肉,那么油画,就是黎川最令人惊喜的气息。

一个赣闽边界的小城,怎么就成了“中国民间文化艺术(油画)之乡”?古城深处的“云水间”民宿,笔者见到了画师周艳丽。她正指导几个孩子调色,窗内是未干的油画,窗外是流淌的黎滩河。

“这事儿,得从我师父那辈说起。”周艳丽放下画笔。

20世纪80年代,一批上海知青来到黎川插队,其中不乏会画画的人。他们办了免费油画培训班,想学画的农民挤破了门槛。黎川的农民第一次发现,种田的手也能握画笔。他们以画为业,远赴深圳、厦门、广州,靠一支画笔养活一家人,逐渐形成了3000多人的“画师大军”。

“可那只是生计,不是产业。”周艳丽说,画师们散落在全国各地,给别人画行画,画得再好,也只是个打工的。

转机出现在2011年。黎川县启动“油画回归”工程,设立专项基金,投资4.6亿元建成占地35亩的油画创意产业园。笔者的采访本上记下了这样一组数据:吸引400余名画师、40余家油画企业入驻,作品远销20多个国家和地区,年产值突破6亿元。

“回来以后,感觉就不一样了。”从深圳回乡的画师杨多平在外地画了15年,回来第一年收入就超过了20万元。“以前是‘画一张赚一张的钱’,现在是想怎么把这张画卖得更值钱。”在产业园,画师们不再只是接单,而是搞创作、做品牌、开直播。

油画与古城的结合,并非生硬的嫁接,而是一场相得益彰的共生。在周艳丽的“云水间”民宿,清代老宅的雕栏画栋间悬挂着油画作品,古宅的素雅与油彩的绚丽形成了奇妙的对话。她定期开展少儿油画公益课程,孩子们画的不是石膏像,而是古城的骑楼、新丰桥、黎滩河。

从“卖画”到“卖艺术”,“写生一创作—展示—销售”的完整产业链,正在反哺这座古城。

“这是‘艺术变经济’的黎川路径。”黎川县文广旅局党组书记黄慧娟希望游客不再是“走马观花”,希望一幅画能在民宿被看见、在展馆被欣赏,最后通过电商走进千家万户。

静静流淌的黎滩河水,见证了古城的千年变迁。

今年年初,黎川古城街区2026年二期保护项目启动备案。黎川在“古”与“新”之间,续写出一份独特的“活态”答卷。

候鸟

烈日如焰,热浪如潮水般漫过椰林与沙滩。

海南是“避寒天堂”,但到了夏日,高温高湿气候也让许多游客望而却步,季节变化让海南旅游长期陷入“冬旺夏淡”的循环。

每年冬季,涌入海南休闲、养生、养老的“候鸟”人群带来了蓬勃人气与繁华烟火。随着气温回升,“候鸟”北归,曾经一房难求的酒店民宿纷纷推出“淡季折扣”“淡季优惠”。

当“候鸟”飞走之后,海南拿什么激活活力?

昔日日月湾因冲浪而闻名,冬日里,全球冲浪爱好者云集于此。然而一入许丽雅,受季节与海域浪况所限,天然浪点变得寡淡。

万宁冲浪浪度度假区通过一座人造浪池延续“追浪”热情。一群年轻人踩着冲浪板,在人造浪池的浪涛中腾跃翻转,浪花撞击板尾,空中划出一道雪白弧线,热浪与欢呼声交织在一起。

“从‘逐浪者’变‘造浪者’。”中旅逐浪度度假区总经理苏新说,“人造浪池弥补了自然海域冲浪季节性短板,我们设计了23种浪型,无论是零基础冲浪爱好者还是专业冲浪运动员,都能在这里找到属于自己的浪头。”度假区还针对冲浪旅游淡季推出优惠套餐与冲浪折扣课程。即便在往年最冷清的月份,依然有不少爱好者慕名而来。

万宁冲浪教练达达对此深有感触:“人造浪池让冲浪热度不减,不少海内外旅游团会选择在冲浪淡季来这里冲浪。”

在澄迈县,一场“村排”把赛事体验、农产品消费、乡村微度假串联在了一起。

“好球!”伴随一声呐喊,双手捧起的排球被暴扣落地,赛场瞬间沸腾。2026年全国和美乡村排球嘉年华(村排)于5月在澄迈县大丰镇火热开赛,来自全国各地的24支队伍齐聚这里,赛事吸引了3.5万人现场观赛。看台上人山人海,掌声与喝彩声此起彼伏,炎炎烈日依旧挡不住人们的热情。

“现场氛围太棒了!”带着孩子来观赛的山东游客王进用相机记录下了精彩瞬间。

赛场外,“山海甄选·丰收市集”上的农产品琳琅满目,村咖生活节推出咖啡品鉴与星空影院,村排文创快闪,“跟着村排去旅行”精品旅游线路等活动精彩纷呈。当多元体验填补淡季的空白,气候便不再是决定人气的唯一因素。

放眼整座海南岛,环岛自行车赛、电竞总决赛、烟花嘉年华、“三月三”民族节庆……各地举办的一系列文体活动打破了“冬旺夏淡”局面,海南旅游也从依赖气候的“靠天吃饭”转向“全年全域”的热闹格局。

生活中的经济学

它们仨为啥“霸榜”夜市

张博雅

夜幕降临,一辆辆小推车陆续亮起招牌,当空气中弥漫着烤肠的焦香和臭豆腐的味道,当裹着鸡蛋的烤冷面在铁板上被翻炒得滋滋作响……夜市开始了。无论去哪个城市的夜市,烤肠、臭豆腐和烤冷面总会在某处等着你。

夜市小吃千千万,为什么偏偏是这三样?

有的小吃离开原产地容易“水土不服”,有的小吃受众偏好有地域局限性,好比热干面出了湖北常被嫌不正宗,拌粉离了江西仿佛少了那口地道,年糕离开江浙沪受众减少,更别提高度依赖本地原料的折耳根和各种蘸水……而烤肠、臭豆腐和烤冷面则从东北一路火到了海南。

先来算笔账。一根50克的淀粉肠,零售价3元至5元不等;一份烤冷面基础售价约8元,“蛋、肠、里脊”等丰富

配料组合让利润率有更多提升空间;一份臭豆腐售价一般10元左右。与消费者普遍认可的零售价相比,淀粉肠、冷面片、鸡蛋、香肠、酱料、臭豆腐的进货价格透明、成本可控。

可控的还有人力成本。对小吃摊主而言,一辆推车、千元启动资金就能开张,无需太高的专业技能,营业点可以随着人流移动,在不同场景切换。

除了成本和售价带来的确定性,“规模效应”也是“夜市三剑客”的重要支撑。走量需要有两个前提:一是出餐速度足够快,单位时间服务的顾客越多,边际收益就越高;二是供应链足够成熟,标准化易复制,口味把控成熟。

更重要的是,烤肠、臭豆腐和烤冷面还精准切中了年轻人的情感需求。

在动辄需要“做功课”“看测评”才能避坑的餐饮时代,它们仨反而成了不

容易出错的选择:味道从小就熟悉,价格闭眼买不心疼,不用再纠结选什么新品。制作过程完全呈现在顾客面前,大学城烤冷面摊主边翻炒边和顾客聊天,臭豆腐摊前排队的年轻人举着手机拍短视频……实实在在聊两句,再趁热吃上一口,自带“烟火气”和“社交属性”。

从淀粉肠到臭豆腐再到烤冷面,这些小吃生意的本质其实很简单:低门槛、能跑量、普适性。供应链成熟,人人都能支个摊试试水;单品利润薄,那就靠跑量来支撑;再加上那一口熟悉的味道和铁板前的几句闲聊,这些小小本买卖就有了自己的生存空间。

人间烟火气,最抚凡人心。小吃摊主们或许不懂高深的经济学公式,但他们在几平方米的铁板前,靠手艺和汗水经营着自己的小日子。夜市的灯一亮,锅灶一响,就是市井最鲜活的脉搏。