

逐梦乡村

黄牛“出圈”记

余健



图① 内蒙古通辽市科尔沁左翼后旗草原的养牛场。

图② 内蒙古通辽市科尔沁左翼后旗伊胡塔牛市。

和白乙说。赛牛会是有讲究的。在科左后旗参赛的牛品种是中国西门塔尔牛，共设置基础母牛、挤奶基础母牛、育成母牛、母犍牛、公犍牛、育肥牛6个组别。评委会按照外貌特征、年龄阶段、毛色特征等方面的评选标准进行综合测评，全旗各乡镇苏木的养牛达人都会把自家最得意的“选手”送到这个舞台竞技。

来自科左后旗阿古拉镇柯希格嘎查的养牛能手薛建民也是众多赛牛会的常客，经常与布兽医在赛牛场上华山论“牛”。在这届科左后旗的赛牛会上，薛建民带着他的牛“过五关斩六将”，最终获得基础母牛一等奖，奖品是4吨牛饲料。

布兽医和薛建民是老朋友，却经常谁也不服谁，奖品不要紧，荣誉更重要。

薛建民专心养牛的年头并不长。过去，他是个种地汉，有几台拖拉机，顺带养了几头牛。2016年，当地遭遇旱情，薛建民的收入受到影响，“甚至连柴油都买不起了”。

后来，薛建民卖掉拖拉机，告别靠天吃饭的营生，买了6头好牛犍，一心要通过养精品牛发家致富。

“普通肉牛会受市场行情影响，优质的品种价格更坚挺些。”为此，他经常跑到各地选购优质基础母牛，尤其偏爱德系的乳肉一体改良牛，买回后便进行系谱追溯，择优配种。“我家牛犍的卖价一般在3万元以上，卖价比一般养殖户的成年牛都高，现在已经有了长期订单。”

前不久，薛建民的冠军母牛产下了一头母牛犍，目前生长情况良好。他正憋足劲精心照料这头小牛犍，准备在下次赛牛会上与布兽医的牛再一决高下。他说，他最大的心愿就是养全中国最好的牛。

牛村

薛建民要养全中国最好的牛，杨光却要“打造中国养牛第一村”。

杨光，巴胡塔苏木伊和塔拉嘎查党支部书记、村委会主任，也是伊和塔拉黄牛养殖专业合作社的负责人。2019年8月，在杨光的带领下，村党支部领办成立了伊和塔拉黄牛养殖专业合作社。“刚开始大家还没什么信心，首批入股的社员也就十几户，村集体再拿一部分，总共筹资170多万元买了100多头基础母牛就干起来。”杨光说。

谁能想到，如今坐在窗明几净、装修讲究的合作社办公室里，说出“打造中国养牛第一村”豪言壮语的杨光，刚开始是在废弃公交车里开启合作社的发展之路，而且一待就是好几个月，“当时没有多余的资金，筹来的钱基本都用来买牛，哪顾得上捌捌办公室，牛圈也就是用铁栏杆围了一片地”。

从简单养牛开始，到自繁自育以及从事交易暂存、托管代养、线上销售等业务，合作社的生意越做越好，也吸引了更多的村民参与。如今，全嘎查的村民或以资金、或以土地入股，全部成为了合作社的股东。

“这两年，我们建设了集中养牛小区，用牛粪发展蚯蚓养殖，蚯蚓粪再助力村里的水稻种植，建设黄牛博物馆，发展住宿、餐饮等业务，合

作社年收入40多万元，下一步还准备养些育肥牛，建挤奶车间，积极打造黄牛产业观光园，发展乡村旅游，进一步增加合作社收入。”杨光说。

杨光的底气，也来自于村里蓬勃发展的伊胡塔牛市。11月16日7时30分，伊胡塔牛市开门放行，牛先入场。上午10时后开始交易，人们争相涌进牛市，现场人头攒动，叫卖声此起彼伏，甚至还有直播卖牛的，场面十分热闹。

“我们每月逢三、六、十日开集，来这里交易的牛70%是本地黄牛。”科左后旗科尔沁黄牛牛市场有限公司经理白岩松介绍，伊胡塔牛市是通辽四大牛市之一，现有圈舍1500个、牛存栏量17000头。

“我们牛市成立于2010年，希望依托当地黄牛产业优势和交通区位优势，建设面向全国规范化黄牛交易中心。”白岩松介绍，近年来科左后旗养牛的人越来越多，牛的品质在不断提高，牛的存栏数也增加了许多。

数据显示，2022年畜牧业，科左后旗肉牛存栏达到104.3万头，涉及农牧户4.7万户左右，平均每户养牛20多头。小规模、大群体养殖模式在当地日趋成熟。

如今，伊胡塔牛市已经远近闻名，年交易牛50万头左右，年交易额约50亿元。不过牛市卖的牛虽多，大多数还是育肥牛，优质的基础母牛，养殖户可不舍得卖，不仅在于它能下犍，也因为它能产好奶。

牛途

去年，通辽市两个产品入选“内蒙古礼物”，代表科左后旗入选的是乌云娜的安牧态黄油。科左后旗的黄牛产业是条线，家家养牛，牛市兴旺，牛犍卖得好，“牛后”评得欢，但少有人从“牛”走到延伸的“奶”路上。

乌云娜，1988年出生的蒙古族姑娘。“从2013年开始加盟农村电商做供需结合，帮村里人联系种子化肥经销商，配送日常米面粮油生活用品，再帮他们把鸡鸭鱼肉蛋卖出去。”乌云娜说，当地一缺新理念，二缺好产品。

市场调研后，乌云娜发现当地标准化奶制品生产是片空白领域。这么好的黄牛资源，牛奶没利用上，多可惜！

2019年，乌云娜注册成立内蒙古玛拉沁食品有限公司，推出“安牧态”品牌，蒙语是“好吃”的意思，也有“牧区安全原生态美食”之意。此前，她办的玛拉沁信息网在当地小有名气，乌云娜自嘲：“这辈子都没想过，搞网站的跟牛奶结缘了！”

“别的盟市为啥奶制品产业做得那么好，人家

才养多少头牛，产多少牛奶。咱们只是建个作坊雇人加工，没有品牌没有包装净做批发，顾客吃得也不好不知道哪个厂子生产的。”乌云娜说，自己做事，3年内一定得有个样子。

“我们就喜欢布兽医家‘皇后牛’那样的挤奶冠军。”乌云娜介绍，大部分黄牛的奶量不大，但是营养丰富，口感也不错，制作出来的奶制品健康美味，安牧态的奶源就来自周边的养殖户。去年，她的工厂每天消耗原奶一吨半，全年销售额500万元；即将投产的标准化生产线每天将消耗5吨至8吨原奶，年销售额将突破2000万元。

乌云娜说，良种黄牛，高品质牛奶，加工工艺其实并不复杂，问题集中在保鲜期短和难以标准化。找到症结，就有了方向。

走近安牧态直营店，新鲜烤制的大片牛肉干每天都销售一空，奶锅巴、奶皮子、奶豆腐、酸奶等数十种奶制品统一标准、精心设计包装，大桶清饮清饮调成不同口味免费供应给进店的客人。1994年出生的主播苏日娜正对着手机直播，“有空一定要来黄牛之乡，品我们的牛肉干，尝我们的奶制品”。苏日娜的祖辈们都在家里自制蒙古族传统奶制品，“我爸说相比之下，店里的奶制品更好吃，因为厂里配比精准，口感更好更稳定”。

解腻的创新产品“植皮之恋”、燕麦炒酸奶棒、生牛乳和乳清等加工而成的“孝庄糖”、奶豆腐、奶皮子、牛肉干、杯装奶茶……乌云娜和团队用民族文化、用产品去碰撞更年轻的消费群体。今年，乌云娜去北京、呼和浩特、包头参加展销会，都是第一天就把带去的产品卖完了。

乌云娜说，下一步她要继续放大“安牧态”品牌知名度，把现代化奶制品带出内蒙古，走向全国。她的舞台，从来不只是科左后旗。

“科左后旗老百姓70%的收入与牛有关，基本上人人都与黄牛产业有着千丝万缕的联系。黄牛及其相关产品已经成为老百姓的主要收入来源，没有理由不做大做强牛产业。”科左后旗委书记解春贺说。

育新品、养好牛、做最“潮”的奶制品……“黄牛之乡”科左后旗的人们正依托当地的资源优势、产业优势在“牛途”上寻求“出圈”之道。

城市菜市场的新气质

王琳

“在菜市场，人的身体感官是被打开的。本地方言的吆喝声、品种奇异的特产、五颜六色的蔬果，充分调动着你的五感；另一头，热火朝天的小吃摊又在唤醒你的味蕾和胃。一切的焦虑，似乎都在喧闹的菜市场被消解——生活本该如此简单。”一位热衷于在旅途中逛遍不同城市菜市场的旅行者在网上这样分享。

有网友说，Citywalk(城市漫步)的尽头是菜市场。不为山川湖海，却困于美食与爱。纵览各个社交平台，不少打卡菜市场的年轻人或在攻略里分享“菜市场散步导览”，或在评论区写下“菜市场收获记”，整理出一份份“中国菜市场地图”，甚至很多年轻人借助互联网平台，带火了好多名不见经传的地方菜市场。

全国出圈的菜市场只是少数，但并非偶然。眼下，一蔬一饭、南北干货、市井民情、人文韵味……菜市场已不仅仅是菜品的买卖场所，而更是一个社交场域、一个解压空间、一种生活方式。年轻人越来越爱逛菜市场，不是没有理由的。

烟火气息萦绕的氛围感、“眼见为实”“可触可感”的体验感，互联网“复刻”不来。2022年全国城市农贸市场联合会发布《2021年农贸市场发展情况调查报告》显示，消费者选择农贸市场作为日常购买农产品主要

渠道的比例为77.27%，稳居第一。

菜市场用它独有的气质，带给年轻人线上购物所没有的生活气息，以及真实的人与人交流而产生的亲近感。“有时逛菜市场并不是真的要买什么东西，游走在摊位与摊位之间，看到食材最真实的模样，就像在观赏一个生活的展览，能让紧绷的神经松弛下来。”久居北京的菜市场爱好者小丁说。

当年轻人不断涌入，菜市场也在悄悄发生着变化，在满足基本所需的同时，也碰撞出新的创意，更加契合年轻人的审美趣味。

集“颜值”“智慧”于一身。历经城市治理与更新，菜市场已不是“脏乱差”的代名词，即便是传统的菜市场，尽管装修陈旧，但路面也是干净整洁的，没有堆积成山的垃圾，不会污水横流。小清新风、文艺国风、赛博朋克风……新兴菜市场的设计风格层出不穷，布局也更加清晰、规范。蔬菜区、肉类区、水产区等功能分区划分整齐，扫码支付、WiFi等软件设施也一应俱全，就连摊主都玩起了私域流量。小丁说，因为常去光顾一家菜摊，便加了老板微信，入了“菜友群”。常常一大早便在朋友圈或群里看到老板更新“菜品”，并提供搭配参考，如果量大，可以提供送菜到家等服务。

“旧烟火”中长出更多“新业态”。逛久了菜市场，你会发现，其能够提供的远远不止是食物，它几乎满足着日常生活的全部需求：修理店、五金店、花店、服装店、裁缝店……俨然演变成社群多功能聚合中心。在苏州的双塔市集，除了买菜还可以喝咖啡、买书，同时也保留了当地传统的裁缝铺和钥匙铺；在重庆市九龙坡区的民主村，原来的菜市场通

过城市的更新改造，增加了烤肉店、小酒馆这些年轻人喜欢的业态。消费场景的不断创新，赋予菜市场新功能，吸引一波又一波流量。

菜市场的“气质”颇有艺术范儿。有些网红菜市场积极创新形式，与商业活动合作，与当地特色融合，努力向文旅综合体发展。比如，北京的三源里菜市场里，除了陈列来自天南地北的食物外，还会举办一些新书发布会、书画展之类的文化活动。别致印花包装、俏皮的美术字体、接地气的标语……行走其中，有种烟火气里生长出的艺术感。更有趣的是，市场中的摊主也乐于与前来打卡的人互动，扮演一下镜头中的“演员”，他们淡定从容面对相机、手机，成为新鲜食材之外的拍摄题材。

四方食事，不过一盂人间烟火。当曾经质朴的生活空间逐渐焕发新的面貌，不禁令人担心菜市场的烟火气是否会弱化或者消失？一旦商业化的热潮兴起，物价是否也会随之上涨？一蔬一饭是生活本味，有生活气才有生命力。作为连接田间地头与每日生活的交易场所，菜市场首先需要满足居民购买食材的功能，便民应是最基本的属性。而如何平衡好市井气与商业化、对冲升级所带来的成本支出，则是所要思考的问题。

人间烟火味，最抚凡人心。如果时间允许，人们依旧倾向于在市场里挑选一条活蹦乱跳的鱼，挑选带着泥土和露水的新鲜蔬菜，在人间烟火气之中享受一种慢节奏的步调，在琐碎的一蔬一饭中体会风土人情。期待未来会有更多城市打造更有特色的菜市场，让更多人在热热闹闹、挨挨挤挤中，感到一种生活乐趣。



①

三步并作两步，布和白乙打开围栏走进牛群，领着他家的“皇后牛”来到了旁边的一处圈舍。刚进牛圈，“皇后牛”便撒欢似的向前奔跑来到小牛犍跟前。“好好喝奶吧，明年可全靠你啦。”布和白乙露出微笑。

牛犍

“哞哞……”常人听来是普通的牛叫声，对布和白乙来说犹如闹铃，“这是我们家的‘皇后牛’吼我呢。它正憋劲，想喂牛宝宝了”。

布和白乙，内蒙古通辽市科尔沁左翼后旗(简称“科左后旗”)甘旗卡镇准协日勒台嘎查牧民，也是一名兽医，人称“布兽医”。在当地，布兽医可是数一数二的养牛能手。

早在1998年，布兽医就开始学习养牛技术，给牛建立系谱及养殖档案，详细记录母牛特征、冻精使用、犍牛性状等信息，同时参加各类农牧业技术培训班和外出观摩，积累科学养殖知识，对牛进行品种改良，“皇后牛”便是他的杰作。

今年6月22日，在科左后旗第四届赛牛会上，这头挤奶基础母牛在8分钟里挤出46斤牛奶摘得桂冠，成为养牛人艳羡的“皇后牛”。

“养牛就得养好牛，养好牛才能赚好钱。”这是布兽医时常挂在嘴边的一句话，20多年的养殖经验让他明白改良品种的重要性。不同的品种，饲料都一样，价格却千差万别。不过品种的改良却不是一朝一夕之功，布兽医也是从2018年才开始培育出真正满意的母牛品种。

在科左后旗，牛的品种改良并不是新鲜事。为了养好牛，早在1953年科左后旗就从荷兰引进西门塔尔公犍牛，1957年开始杂交后代，以西门塔尔牛为父本，蒙古牛为母本，采用育成杂交方法进行品种改良。目前全旗肉牛良种率达到98%，是“中国西门塔尔牛—草原类型群”主产区，科左后旗也被誉为“黄牛之乡”。

育出好品种、养上好黄牛只是养牛人万里长征的第一步。

“酒香也怕巷子深”，为了让自家繁育出的好牛被更多的人知道，布和白乙积极参加各类赛牛会，也经常获奖。“养牛重在质量，不在数量。如今我的50多头牛，有11头在各种比赛中获过奖，我们的‘皇后牛’便是其中之一。”布



在浙江绍兴安昌古镇，腊肠、酱鸭、笋干等绍兴特产摆满老街两侧。(视觉中国)

本版编辑 陈莹莹 徐晓燕

美编 吴迪 来稿邮箱 fukan@jirbs.cn