

城市味道

洛阳芳华

夏先清 张锐鑫



坐落于河南省洛阳市的中国一拖集团有限公司。(视觉中国)

朝阳透过云层，倾泻而下，染红了波光粼粼的洛河。

流淌千年、迤逦向东，在与奔腾黄河拥抱前，洛河在洛阳境内挽起夏都二里头、偃师商城、东周王城、汉魏故城、隋唐洛阳城五大都城遗址。五都荟洛，生生不息。

牡丹花都、盛世隋唐、运河中心；第一台拖拉机、第一台压路机、第一条浮法玻璃生产线……这里有历史的慨叹，更有行进的时代，古风遗韵是洛阳，风华正茂也是洛阳。

对话

了解洛阳的古与今，往往从“一朵花”“一碗汤”开始。

洛阳人待客，早一碗牛肉汤，晚一桌洛阳水席是标配。水席标志性菜肴牡丹燕菜上桌，故事总比筷子先到：“相传，百姓挖出一个长三尺有余的大萝卜进献给武则天，御厨绞尽脑汁，终于整出一品汤肴来……”

历史偏爱洛阳，洛阳人也钟爱谈历史。三巡酒下肚，思路发散。听到入迷时，擦得心痒痒，忍不住插话：“想去看看！”

10年前，“有说头、缺看头”是洛阳人心中的遗憾。“中国石刻艺术最高峰”龙门石窟、“中国第一古刹”白马寺、“甲天下”的牡丹文化节……历史浮光中众多惊鸿一瞥，但现实中的洛阳则沉寂得多。

10年后，洛阳人腰板挺直：去二里头夏都遗址博物馆，感受夏朝先民的生生不息；登上应天门，一览李白笔下“隐隐五凤楼，峨峨横三川”的盛唐气象；踏一踏天街石板缝上的小草，自会明白“天街小雨润如酥，草色遥看近却无”是何等美妙韵味。

走出宽敞明亮的洛阳龙门高铁站，乘坐地铁一路向北，行至洛邑古城站。徐徐走上地面，时光开始倒流。堆云髻、抹胭脂、点花钿，身着汉服的姑娘笑靥如花，摄影师快门咔嚓按动。熙攘人群，沿街叫卖，洛邑古城烟火味处处散开。

擅长四轮定位的全瑞锋没想到，修了10年轮胎，现在转行修眉。

2017年4月，依托金元古城墙遗址、文峰塔等古迹而建的洛邑古城开园。全瑞锋瞅准商机转行开汉服店，一头扎进这个陌生的行业。恰逢洛阳市政府推出免费培训班，老半边干边学，各种眉形信手拈来。

“公主拿了道具记得在前台登记”“公主在洛阳旅途愉快”……一句句问候声一大早便此起彼伏，直至次日凌晨。他拉来女儿全璞帮忙，“你来吧，我不中”。

一年过去，周边汽修纷纷转行，汽修一条街变成汉服一条街。今年“五一”假期，洛邑古城单日最高接待量突破20.6万人

次。“从前满街汽油味，如今两手胭脂香。”全瑞锋感慨。

这个洛阳“汉服密度”最高的地方，去年跻身抖音平台“全国汉服打卡地”榜首。前不久，董明珠也在此挑了件宽袍大袖、衣袂飘飘的唐式汉服，邀一众女企业家观非遗漆扇、尝牡丹花饼。

“谁说历史只属于过去？历史也是现在。”河南洛邑文化旅游发展有限公司董事长李薇说，“有人问我天冷了汉服生意怎么办，着冬日汉服雪中前行，那一刻真是浓缩了古都气质、升华了汉韵华裳。”

历史与现代对话，关键要找到共同语言。“沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”，深谙文旅融合之道的洛阳，将历史人文之美化为城市魅力之源。

请来北京冬奥会视觉团队，打造中国首部数字行演浸艺《寻迹洛神赋》，让游客走进李白、杜甫的“日月相会”；牵手河南卫视，《唐宫夜宴》惟妙惟肖，翩跹洛神婉若游龙；引入剧本杀等新业态，游客游玩其中对话古人……

“漫步于各个遗址、博物馆，穿梭回转过了好几个时空，就像住进了一座温暖而鲜活的博物馆。”北京游客裘至中这样评价洛阳。

华灯初上，天堂明堂金碧辉煌，龙门石窟千灯点亮，来洛阳街头走一走，感受千年古都传承历史文化的诚意。

对焦

广州市场、上海市场，安徽路、天津路、太原路……沿着涧西区建设路一路向西来场Citywalk(城市漫步)，领略洛阳“开窗放入大江来”的胸襟和气度。

海纳百川的地名，是对当年异乡青年风口创业的致敬。“一五”时期，全国156项重点工程中有7项落户洛阳，洛铜、洛轴、一拖、洛矿沿着建设路一字排开。

“新中国第一座拖拉机厂，是硬生生挑出来的……”中国一拖退休职工刘福生，忘不了“两百壮士挑出一座工厂”的故事。

建厂初期，筹备组从开封调来200多人的装卸队，先行来到荒无人烟的建设工地。刘福生的父亲刘得仓是装卸队中的一员。“冬天，家人送来的饭冻成冰坨子，大家用黢黑的手抓着吃；夏天，装卸队的人光着膀子用大铁锹刨煤，煤尘和汗水在脸上，身上绘制了一幅粉墨画。”刘福生说，当时一位一拖工人写下一首诗：挥铁锤，热汗流，我为祖国造铁牛。三山五岳抬头看，黄河长江喊加油……

1958年7月20日，在欢庆的锣鼓声中，新中国第一台拖拉机披着大红花问世。那个时期，洛阳还诞生了我国第一台压路机、第一条浮法玻璃生产线，第一批汽车变速箱

轴承。

很长一段时间内，“洛老大”一直是洛阳在河南人心中的尊称。洛阳经济总量长期雄踞河南榜首，享有“中国工业看两阳——洛阳、沈阳”的美誉。“上世纪80年代，不少小朋友连冰箱都没见过，我们就实现了‘冰镇汽水自由’。”“80后”郭鹏说，她父亲和爷爷都是当地工人，作为大工厂子弟，她儿时的记忆除了父母身上的油味，还有炎炎夏日每天一瓶的汽水。

后来，“洛老大”却成了洛阳人心中的痛。人才、资金等要素“孔雀东南飞”，面对一个个产业风口总是慢半拍，“声量”淡了、角色弱了。

向“洛老大”心态“宣战”，洛阳人已然锚定中原城市群副中心城市的定位，决意重振辉煌。

夕阳中，中国一拖苏式建筑群风姿绰约。红砖红瓦搭配斗篷屋顶，像一位沧桑老人。走进老建筑背后的厂房，物流机器人来回穿梭，零部件在空中飞舞，高度自动化的“未来工厂”内，历史和未来交相辉映。

58岁的老师傅杨涛稳步走向数控机床，熟练输入数字化制造参数。他身后，8台桁架机器人、加工中心、机械臂奏起“交响乐”。“干活速度是我当年入厂时的10倍。你说我老吗？”

曾经由“两百壮士挑出来”的中国一拖，正抢抓智能化、数字化，建设中国最大、最先进的新一代大轮拖生产基地。比起年轻时用普通车床加工“拉、抬、搬、摇”的战术，杨涛如今轻点面板“以一当十”，独自掌管两条生产线8台设备。

与时代风口对焦，老树焕发勃勃生机。洛阳不组装汽车，但牵手世界新能源电池“一哥”宁德时代成立了中州时代；没有互联网巨头，但行业龙头中航光电5G连接器打破国外垄断链接千家万户；不生产芯片，但中硅高科超高纯硅基电子材料让“中国芯”用上“中国料”。农机装备、高端轴承、新能源电池、电子化工材料等十大重点产业集群，让洛阳加快迈向规模超万亿元的全国先进制造业基地。

对比

毕业前，史志强暗下决心：“到一线大城市去。”

2022年，史志强从郑州大学硕士毕业后，放弃了在大城市的发展机会，来到清研(洛阳)先进制造产业研究院成为一名管培生。

“有山有水，底蕴深厚，生活惬意。科技转化需求大，事业舞台也不小。”史志强负责与本地大院大企业对接沟通，谋划共建新型研发机构，用“硬科技”赋能产业转型。

1953年到1957年，来自大江南北的青

年人“千军万马战洛阳”。“一五”计划宏图落地，工业重镇一夜崛起，洛阳城区人口从14.1万人猛增至52.9万人。

历史告诉洛阳，要追逐熠熠生辉的梦想，离不开吸引青年、集聚青年、成就青年。

跑跑步，伸伸腰，多巴胺涌向全身。相比装潢前卫现代的商业健身房，尚贤苑社区体育公园红底白字的招牌略显朴素，可跑步机、瑜伽教室、游泳池一个也不少，价格优惠——年卡365元。

“社区健身中心不仅是居民休闲健身的场所，也是青年社交的良好平台和情感纽带。”邓亚萍这样说。昔日乒坛一姐，依托河南邓亚萍体育产业投资基金推进洛阳社区体育公园设计、选址和建设，遍布全市的190个社区体育公园主打一天只需1元。

刚刚步入社会的洛阳青年，工作可以慢慢找，房子也不必急着买。

“免费住宿、免费早餐……太实惠了，机会很多、慢慢探索。”郑州工业应用技术学院毕业生赵志坚在洛阳求职期间，入住申泰大酒店青年驿站，上传求职证明资料，就收到了免费入住的短信。

在炎黄科技园人才公寓，张亚迪10分钟办结所有手续，当天便领了钥匙，入住45平方米的一居室。硕士毕业于复旦大学计算机专业的张亚迪，在杭州工作了3年，最终决定到洛阳发展。“以前在大城市打拼，深知租房之难。这是我工作以来住的最大的房子，而且还免费。”张亚迪感慨。

推出青年驿站和青年人才公寓政策，洛阳想给“赶路”“追梦”的青年一个温馨小窝。青年驿站遍布全市，求职大学毕业生可享受一年最多3次、累计15天的免费居住。对于选择定居洛阳首次申请入住青年人才公寓的，可享受最长3个月的免租期，后期租金原则上不高于同区域住房市场租金的70%，最长可享受3年。

青年友好街区、时尚潮流消费街区如雨后春笋般涌现，洛阳开始全方位探索潮玩娱乐业态。

在由老旧厂房改造而来的天心·校场里文化创意产业园，老建筑被改造成拱券门窗、连廊亭柱的高端民宿，安放年轻人的“诗和远方”；“一五”时期广州商家支援建设的广州市市场里，人们在双层巴士喝杯啤酒，与街头艺人即兴合唱；拥有百年历史的西工小街，灰墙、红砖与霓虹灯把旧时光唤醒，文创小铺里把玩牡丹画扇，再咬一口河南非遗“小街锅贴”，唇齿留香……旧记忆融合新场景，洛阳总有办法。

清晨，又是生机勃勃新的一天。

你生活中的经济学

从微博的热门话题、小红书的种草笔记到抖音的带货视频，“平替”一词随处可见。

所谓“平替”，主要是指那些与大牌产品相比，价格相对亲民、功效体验近似的替代品。作为近年来消费市场的一个热点，它代表了一种新兴的消费趋势：消费者开始理性审视品牌溢价。

在网络社区，不少带货达人的“剁手省钱攻略”“换个思路买XXX”成为热门帖子。信息差的打破，也让“平替”消费的门槛不断降低。

一开始，“平替”主要集中在服饰、美妆、电子产品等领域。“只要一半的价格，不输大牌的品质。”消费者尝到“甜头”后，思路逐渐打开，从日常用品到专业设备，似乎万物皆可“平替”。

遇见心仪的产品，很多消费者的第一反应是拿出手机拍照识别，找“同款”攻略，看“平替”测评。发掘一款性价比高的“宝藏平替”，不仅能够有效节省开支，也能给人带来“寻宝”成功的精神愉悦。

然而，随着时间的推移，不少消费者逐渐意识到“平替”的选择并非易事。一些“平替”尽管在价格上非常诱人，但品质却不尽如人意。以冲锋衣为例，品牌不同但款式相近的产品，价差可能达到几倍甚至更多。在外观上，很多“平替”同大牌相差无几。但在面料材质、整体设计、舒适度上确实有差距，很多“平替”在防水、防油、防污等功能性上的表现实在无法满足消费者的需求与预期。

有消费者算过一笔账：相比大牌，购买一次“平替”的花销似乎不多。但从长期来看，为了保证耐用，频繁更换或维修“平替”的成本依旧不是一笔小数目。更何况，来回折腾也会极大影响消费体验。即便这些“平替”有突出的价格优势，也难逃被消费者“避雷”的命运。

买到不称心的“平替”，让不少消费者也逐渐形成了“少花冤枉钱”“追求物有所值”的观念。比如，虽然某些平价化妆品提供了吸引人的色彩选择，但它们在成分、持久度等方面难以与大牌媲美。某些快时尚品牌的服装尽管款式新颖，但耐用性、舒适度与整体观感始终难以企及大牌的经典款式。而对于一些高频使用的数码产品，许多消费者非常看重其使用体验，愿意为性能优越、设计精良、售后服务可靠的大牌产品“慷慨解囊”。

那么，这些现象是否意味着“平替”的退潮呢？答案是否定的。我们能从中看到消费者对“平替”的真正期待：平的是价格，替的是功能与体验。消费者喜欢的“平替”，是在价格降低的同时能够兼顾功能与体验，甚至还有一定亮点的产品。因此，对商家而言，打好“平替”这张牌，需要号准消费者的脉，在成本控制和产品质量之间找到合适的平衡点。过分依赖营销和低价策略，很难再让消费者为“平替”买单。

对于“平替”，每个人心中都有自己的标准。但在其背后，共通的是消费者对高性价比产品的不懈追求。不再仅仅关注“这个东西贵不贵”，而是深思“这个东西值不值”，从单纯的价格敏感转向实用价值考量。

本版编辑 陈莹莹 姚亚宁 美编 高妍 来稿邮箱 fukan@jrbns.cn



河南省洛阳市龙门石窟风景。(视觉中国)

住在长城脚下

张毅

盛夏时节，置身榆林城北红山顶镇北台，环顾四野，但见墩台巍峨，林水相映，尽显厚重生机。

“形如宝塔，呈正方形，内夯黄土，外砌砖石，共分四层，逐层递减，总高30余米，占地5056平方米。”陕西省榆林市长城保护中心镇北台文管所所长贺泽说，镇北台是明朝“隆庆议和”与“和平互市”的产物，也是“汉蒙一家”与开边关和平环境的历史见证。镇北台始建于明朝万历年间，在长城沿线历史遗迹中，是目前留存规模最大的古代军事观察哨与指挥台，因而被称为“万里长城第一台”，与山海关、居庸关、嘉峪关并称长城遗址“三关一台”。

位于陕晋内蒙古交界的陕西省榆林市，长城遗迹丰富，拥有秦长城、隋长城和

明长城，总长度逾1500公里。面对如此丰富的长城资源，榆林先后出台“长城保护管理办法”“长城保护行动方案”，推出了“六个一”长城保护长效机制等多项制度举措。

“保护好才能展示利用好，长城巡查与监管平台、68个长城保护工作站和305名长城文保员构成了榆林长城保护的网格化格局。”贺泽说，“我们建立起‘专职保护员+村民兼职文保员’队伍，在镇北台段，每人每月至少巡查4次并加大投入，通过无人机、视频监控等不断完善和提高对长城遗址的巡查保护效率”。

今年53岁的邵思齐是一名长城文保员，主要负责长城镇北台4段至7段巡查工作。6年来，他用脚步丈量着镇北台周边的每一寸土地，“我住在长城脚下，就得

保护好它，只要身体条件允许，我会一直干下去”。

从4人发展到100多人，来自榆林长城保护志愿者的“长城人”遍布当地有长城遗迹的6个县区，用自己的热情守望长城。

走进由志愿者协会创立的榆林长城主题展馆，700平方米的空间展陈着近万件与长城相关的图片、书籍和文物等。长城羊毛毡墙贴、镇北台陶瓷摆盘、榆林长城36营堡拼图等50多种文创产品琳琅满目。“展馆累计接待来自26个国家和地区的国际友人，开展全国各地中小学生学习研学活动100余次，各地来参观学习的游客累计达5万余人次。”在榆林长城保护志愿者协会发起人高秋燕看来，宣传、展示的唯一目的就是“活态利用”——“要让历史文化遗迹发挥时代

功能”。

“长城是一部巨书、厚书、大书，我们要学的东西很多，把长城故事讲给更多人听，唤醒带动更多人参与长城保护。”谈及发起志愿者协会的初衷，高秋燕说，协会培养的长城专业讲解员通过喜闻乐见、寓教于乐的活动，将保护长城、传承弘扬长城精神的种子播撒在孩子们的心中，还可以让更多人了解长城的故事。

坐落于陕西省榆林市的镇北台。(雷冲云摄(中经视觉))

