

万家星光

我为冬捕忙

数九寒天,千里冰封。在吉林省西部,查干湖420平方公里的湖面上日益热闹起来。人工凿冰、冰下走网、马拉绞盘、冰湖腾鱼……传统冬捕习俗吸引了大量游客前来观赏,当地举办的冰雪渔猎文化旅游节将这一盛世推向高潮。

观冬捕、品湖鲜、享渔趣,游客在查干湖尽情欢乐的背后,有一群人在紧张忙碌。他们的付出,让这个冬捕季更显温暖美好。

2025年12月29日,我们队实现这个冬捕季的第一个“红网”,单网捕鱼达17万斤!”2026年1月9日中午12点半,在查干湖湖心的冰面上,渔把头陈杰指挥队员们起网,不远处的6匹骏马正绕着绞盘奋力奔跑。谈起10天前的丰收网,陈杰的喜悦之情溢于言表。

所谓“红网”,是查干湖地区对于单网捕捞量超过10万斤丰收网的叫法。自2025年12月19日试捕以来,查干湖渔业有限公司的4支冬捕队暗摩拳擦掌、一争高下,并陆续迎来各自的“红网”。“上个冬捕季,我们队实现了一网捕获50多万斤的超级‘红网’,那真是爆网了。”陈杰说。

陈杰的冬捕队有40多人,从2025年10月末就开始筹备冬捕事宜。查干湖冬捕的渔网是片网,需要把一片又一片的网组合在一起,形成两张各约1000米长的大网,再在冰下布网时加一个网桩,才成为一个可用于冬捕的完整网。除了组装渔网,冬捕队还会仔细检查马车车轮、绞盘、冰镩子以及冰下走网用的钩子等冬捕用具。这样一番准备过程中,湖水随着气温下降逐渐结冰,越结越厚。

47岁的陈杰在查干湖渔业有限公司已经干了29年。多年的工作锻炼,特别是跟着老把头和队友们学习,让他的捕鱼技能日益精进。33岁时,陈杰被任命为副把头,并于3年前晋升为正把头。

“长年在查干湖工作,我们对这里的生态环境和地理条件越来越了解,知道什么品种的鱼大致生活在湖里什么位置,并根据冰层的气泡、纹路等因素综合作出判断。”当上渔把头,意味着肩上责任更大,陈杰除了要把渔网组装、冰湖选址等捕鱼技术掌握好、发挥好,还需要维护队内团结,深入了解每一名队员,更好发挥大家的积极性。“每

天晨曦微露,大家就赶往湖面,干得很辛苦,但看到那么多游客前来见证冰湖腾鱼,我们都充满了干劲。”

查干湖冬捕带火了周边旅游业,生动印证着“保护生态和发展生态旅游相得益彰”。陈杰说,为保护查干湖鱼群种类,20世纪90年代曾一度封湖3年,再开湖进行冬捕时,不仅鱼的个头大了,品种也多了。近些年,查干湖冬捕用的网是6寸网眼,主要是为了捕成年大鱼,让小鱼溜走继续在湖里生长。

“只有合理捕捞,护好一湖净水,才能不断擦亮查干湖这块金字招牌,实现‘年年有鱼’和‘年年有余’。”陈杰一边说着,一边望向出鱼口。只见一条条大鱼相互挤压着被大网拉出水面,有的鱼儿纵身一跃跳至冰面,有的则被渔工捞起,抛至不远的鱼堆处,游客们正挑选心仪的鱼儿,准备买下带走。

渔家乐

“凌晨3点多就起来了,忙到夜里十一二点才睡。”查干湖北景区湖畔,渔港农家乐日日处于“爆满”状态,餐馆日均接待30多桌、二三百人,2025年“五一”前夕完成扩建的20间民宿当下更是一床难求。

渔港农家乐经营者曲丽杰的手机屏幕不断闪烁。自冬捕季开启,这样的日子已成常态——天南海北的订单如同查干湖冰层下的鱼群,不断涌向她的渔港。冬捕节的热闹,从灶台边蔓延到云端。

后厨里,灶火正旺,蒸汽氤氲,锅勺声此起彼伏。“这个秘制炖鱼酱,是我们家炖鱼的‘灵魂’,熬了10多年了。”曲丽杰舀起一勺酱料,棕红色的酱汁在热锅中滋滋作响,独特的酱香瞬间弥漫开来,她将刚挑来的10斤重胖头鱼鱼头平铺入锅,硕大的鱼头占满了整个锅底,“这鱼头够六七个人吃,鱼身另做锅包鱼,一鱼多吃,让顾客尝遍查干湖的不同风味”。特色锅包鱼、香炸有机银鱼、酱炖胖头鱼……在这里,查干湖的鱼鲜变幻出清蒸、软炸、剁椒、煲汤等数十种风味。

查干湖与冬捕节声名远扬,让周边的村庄纷纷换了模样——西索恩图村被推介为中国美丽休闲乡村,四克基村入选全国生态文化村,渔场屯这个“最后的渔猎部落”特色浓郁……游客从八方而来,看湖景,观冬捕,品鱼鲜,带热了餐饮与住宿。

每到冬捕季,曲丽杰的日程表就排得满满当当:清晨查看订单、规划行程;7点准时上附近的“冰院子”选鱼,与顾客视频确认;8点回来准备早餐;中午带想看起网的客人去冬捕现场。白天在餐馆内外照应、忙前忙后,转眼的工夫,傍晚用餐高峰便已来临。

曲丽杰的微信朋友圈是另一个“冬捕现场”——查干湖全鱼宴礼盒从188元到上千元不等,最远卖到了新疆、青海、海南,销售好的时候,一天可卖出几万元。“鱼一出水就急速锁鲜,全程视频挑选,收到有问题,我们全负责。”说话间,她的手机又响起新订单提示音。

从2013年在冰面上支起移动小蒙古包到2018年在岸边拥有固定店面,再到如今吃住一体的渔港农家乐,还兼营网络售鱼,35岁的曲丽杰“冬捕之忙”不断升级,但那份热火朝天的干劲儿始终不变。

“挣钱哪有不辛苦的?但看着客人吃得满意,我心里就踏实。”她快速回复着信息,安排客人用餐、协调快递发货、叮嘱后厨备菜,间隙还不忘让服务员给远道而来的老顾客热上几瓶饮料,“都是奔着冬捕来的,得让人家感受到咱们查干湖的热情”。

冬日的湖面上,车辆往来不绝。曲丽杰说,经过一系列生态治理,查干湖的水更清了,鱼更肥了,游客更多了。如今,湖边的各个农家乐都把保护好这湖清水作为一种行动自觉,不仅会将厨余垃圾收拾利索,一早一晚等保洁车辆清运走,而且生活废水也由专门管道输送到污水处理站。

“生态好了,我们这碗‘生态饭’才吃得长久。”曲丽杰表示,期待查干湖广大商家的生意更加红火,让查干湖的这份“好”被更多人看见。

守护者

夜幕降临,查干湖畔的“龙鱼部落”被万盏鱼灯点亮——占地3万平方米,由冰瀑奇缘、龙鱼盛宴和龙鱼市集等区域构成,吸引了很多兴致不减的游客夜间继续打卡。

最近两个月,国网松原供电公司查干湖供电所运检技术员卢伟东每天都会和同事巡检供电线路,确保冬捕季景区各项活动用电万无一失。“龙鱼部落”的全新造景与运营,以及查干湖“腾鱼冰雪乐园”的八爪鱼漂移、雪地摩托、冰上气垫船等多种冰雪娱乐项目,都离不开电力支持。

“在‘龙鱼部落’动工前,我们就提前规划并完成电缆埋设、箱变基础施工等工作,新建了3台630千伏安箱式变压器。”卢伟东守护查干湖冬捕用电已进入第十个年头。他们肩负着4.6公里景区线路的巡检任务,每天徒步两万步以上,在零下20摄氏度的室外一待就是一天。

冬捕季的查干湖,日均涌入数万名游客,从住宿、餐饮到电子设备,用电需求旺盛。当地有关部门仅在冰面上就部署了16个用电

点位,涵盖渔猎作业区、游客服务中心、冰雪娱乐项目等,总供电负荷较平日增加了3倍多。

“用电的需求多、点多,意味着保障用电安全的责任更大了!”卢伟东说,公司在冬捕季开启前就对事关景区的3条主干线路开展了全维度检测,更换耐低温绝缘导线3.56公里,为23台户外变压器加装保温护套,在民宿聚集区和冰雪乐园新增12个应急电源箱,还量身定制了冬捕用电负荷分布图,“将每一处用电节点的负荷数据、线路走向都标注得清清楚楚”。

元旦前两天,气象部门发布强寒潮预警,查干湖冰上气温骤降至零下30摄氏度左右,伴有风吹雪天气。卢伟东与同事通过配网智能监控平台发现,景区的冰雪乐园区域线路覆冰厚度已接近预警值,而此时正是游客集中体验雪地摩托、冰上碰碰车的用电高峰时段。他们立即启动融冰预案,通过新型配网融冰装置对重点区段精准融冰,同时调度应急电源车随时待命。20分钟后,融冰作业顺利完成,保障了乐园内所有设施正常运转。

“在冰天雪地玩了这么久,又冷又饿,进到暖和的民宿,再吃上热气腾腾的鲜鱼,感觉太棒了!”重庆游客周旺说。

漫步查干湖,不难发现电气化的印迹已深深融入“吃、住、行、娱”各方面——11家全电民宿,让游客在疲惫的旅途中享受到家的温暖;14万平方米蓄热式电供暖(空气能),为来此旅行的人们驱散了冬日的严寒;数百个充电桩,为电动车自驾游提供了便利……

夜色渐深,“龙鱼部落”的灯光格外明亮,民宿房间里的电取暖吹得人倍感暖和,农家乐的大锅里胖头鱼正炖得咕嘟作响。“我愿意一直守在这儿,让冰湖上每盏灯都亮得稳稳当当,让这股热闹劲儿一年更比一年足!”卢伟东说。

冬日清晨,阳光洒向巍峨的贺兰山,峰峦披上金辉。光线漫入藏有古老岩画的山谷,冰层之下,泉水潺潺流动。再向深处走去,竟另有一番天地——冰瀑和雪雕静立,与古老岩画默默对望。身着鲜亮冬装的游客穿行其间,或漫步赏景,或拍照留念,笑语声声,冬日的山谷也热闹起来。

贺兰山岩画景区,承载着史前文明的印迹,坐拥独特的自然风貌。这里不仅是全国重点文物保护单位、国家4A级旅游景区,也是中华文明溯源的重要现场和国际岩画峰会永久会址。

1月10日,以“石语秘境千古迹,雪舞冰峰万象新”为主题的第四届贺兰山岩画冰峰节在这里启动。“去年冰峰节期间,景区日接待游客量最高突破4000人次,今年人气同样可观。”银川文旅集团贺兰山文化旅游开发有限公司副总经理李会娟说,景区始终秉持“保护中开发、开发中保护”的理念,让古老岩画在冰雪的映衬下,绽放出新的文旅光彩。

2011年,大学毕业的李会娟来到了贺兰山岩画景区。彼时,冬季的景区日均接待游客不过数十人次,与夏季单日超千人次的客流形成鲜明对比。如何破解冬季旅游“半年闲”的季节性困局,成为摆在面前的现实课题。

2014年,景区迈出第一步——尝试将岩画与冰雪结合,举办首届冰雪嘉年华。景区工作人员从简单的打造冰景开始,为寂静山谷添上一抹灵动。渐渐地,冬日来观看岩画、赏冰雪的人多了起来。

冰雪嘉年华逐年升级为“冰峰节”,吸引了专业雪雕师、高校学子投身创作。今年,以生肖马为主题的第四届冰峰节如约而至,一组“冰封玫瑰”作品热传网络,为冬日贺兰山增添了浪漫色彩。

甘肃青年遂稳强,在宁夏学习雕塑时爱上了贺兰山与岩画。今年,他与学生创作的雪雕《大漠孤烟直,长河落日圆》获得大学生雪雕大赛一等奖。“我希望通过冰雪艺术吸引更多人走进贺兰山,了解岩画,爱上这里的冬天。”遂稳强说。

连续多年的冰雪活动,悄然改变着游客构成。李会娟观察到,原本以历史文化爱好者为主的客群中,出现了越来越多年轻人的身影。他们在玩冰嬉雪的同时,也走进了岩画背后的遥远故事。冰峰节的持续举办,不仅提升了景区知名度与经营收入,更逐步塑造出独特的“岩画IP”。

冰雪,为沉默的古老岩画注入了崭新的温度与活力。借助现代传播与文创开发,古老岩画正走出深谷;景区推出的600余种文创产品,也让岩画艺术融入了日常。

本版编辑 陈莹莹 李 静 美 编 倪梦婷
来稿邮箱 fukan@jirbs.cn

生活中的经济学

超市涮火锅是种什么体验

李 苑

周末去超市,一片热气腾腾的区域吸引了不少人驻足。走近一看,几桌围着电磁炉涮火锅的食客正大快朵颐。

最近一段时间,多家知名超市开设了火锅堂食业务,用户只需推着购物车选好肉类、海鲜、蔬菜等食材,就可以在超市特设的用餐区开涮,部分门店甚至出现了不到饭点就等位的热闹景象。

其实,超市餐饮并非新概念。几年前,就有生鲜超市推出过“超市+堂食”模式的业务,顾客在购物区挑选食材,餐饮区的厨师就能给加工成一桌饭菜,尤其是现买现做的海鲜,新鲜美味,备受追捧。

如今,这一模式以火锅形式回归,虽已不再是新鲜事物,但也是一种贴合现代生活节奏的新选择。

鲜切牛羊肉,活蹦乱跳的大虾,水灵灵的蔬菜……超市涮火锅,核心玩法是“自己挑菜+门店涮煮”,主要优势在于方便快捷、性价比高。与超市自制的烘焙面点、熟食与半成品菜肴一样,都是为顾客提供“食物解决方

案”,只不过区别在于:消费场景在店内。

从消费者角度看,超市餐饮切中了很多人不“想下厨又不愿吃外卖”的痛点,食材丰富新鲜、制作过程透明、性价比高,更重要的是还不用自己洗菜备菜、洗碗收拾,餐后还能顺便在超市散步消食、买点日用品带回家。

从卖方角度看,传统商超在电商平台和社区团购的双重冲击下,需要在单一商品销售外寻找新的增长点,“购物车变餐桌”是一条吸引客流、提升利润率的路子。

而超市经营餐饮业务具有两大天然优势。一是成本可控。大型商超依托规模化采购优势,成本低,边缘卖边涮火锅可以降低原料损耗,其门店租金成本相较普通餐饮门店也更有优势;二是现场制作的新鲜餐食有独特吸引力。有顾客就因钟爱超市自制的“招牌”食物而反复光顾,成为门店常客,显著增强了顾客黏性与复购率。

这背后契合了确定性消费和个性化服务两大需求。前者以确定的环境、确定的价格,

降低了传统餐饮消费中的决策风险和不确定性,满足了现代人对健康、效率与预算的多重需求。后者好比网约小巴加价“点对点接驳”和电器加价延保服务,超市涮火锅场景衍生出了满足顾客个性化、差异化体验的服务消费,比如定制锅底、特调蘸料、特殊处理食材等。

商业逻辑已悄然改变。火锅不仅是一顿餐食,更是提供生活解决方案的一个体验场景与流量入口。除了涮火锅必备的锅底、食材和蘸料,有人还会额外搭配饮料、水果或甜品,不少顾客甚至用餐前后顺手选购零食、日用品等,“吃一顿”就转化成了“吃逛购”的复合体验,超市因此拉长了顾客店内停留时间,创造了更多消费可能,增加了超市坪效和客单转化率,从而提升整体运营效率。

对商超来说,需要思考“如何让顾客在此停留更久、体验更好”,而不仅仅是“如何更快把货卖出去”;对消费者来说,更多元的选择与更丰富的体验,无疑能为日常生活增添实实在在的便利与愉悦。

渔民从查干湖冰面上的出网点捞出大鱼。

新华社记者 颜麟蕴摄

马呈忠

贺兰