

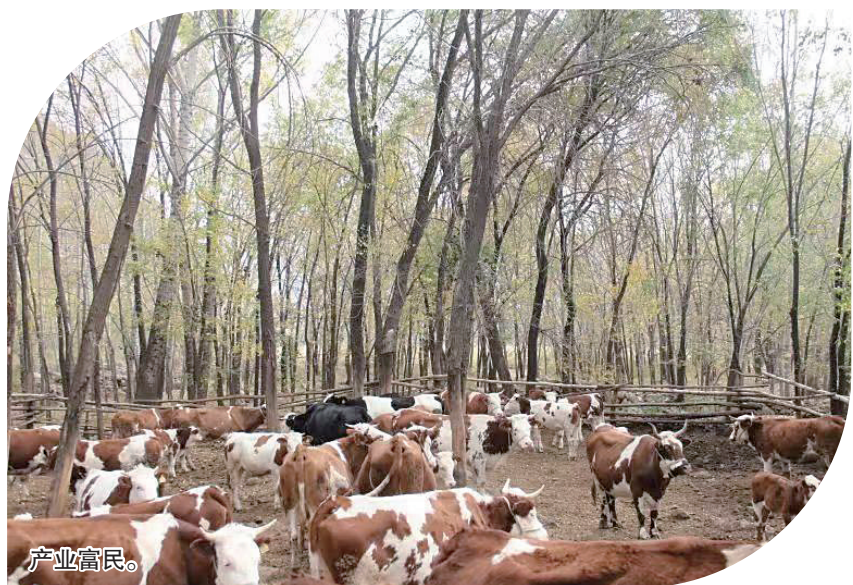
六支沟印象



一叶知秋。



青山泼墨。



产业富民。

●通讯员 守东

同事多次邀约,组团去他存金沟乡六支沟村的老家。几次设想,都因生活的无序改变而落空。想到错过了春山碧野里的苗儿青青、水儿莹莹,斜风细雨中的牛儿哞哞、鸟儿喳喳,烂漫山花间的蝶儿翩翩、蜂儿恋恋,遗憾便有所滋生。

国庆长假,“疫情在不远游”的形势主导,以及随时会来临的应急任务,让大家都不便远行。于是,六支沟之行就引发了大家一致的赞同。毕竟,在这色彩斑斓的金秋时节,明艳的秋色都不想再错过,收获的喜悦还想再重温。

对大家来说,醉心的旅行不是看遍风景,而是赴一心仪之地,可以随意地说笑、也可以任性地调侃、更可以放纵地抒情,总之都是无拘无束的状态。没有了“案牍之劳形”的严肃紧张,大家可以全身心地轻松下来,在游玩赏景中尽享季节的风采、在身心愉悦中体验无忧之快乐。

六点钟从宁城县天义镇出发,天公似乎并不作美,一路上,天都是阴沉沉的,大家未免有些担心,怕美好的愿望意外落空。车到六支沟村已经八点多一点,天空正飘洒着细如牛毛的雨丝。这样的天气,不但没影响到大家观景的兴致,还提升了登山的舒适感。

在山脚下环顾左右,似曾相识的亲切感扑面而来。因为在宁城县境内,高海拔地区的景色、地貌都是极为相近的。几乎每一条沟里的每一座山,都是郁郁葱葱的植被、都是奇山异石的分布、都是恬淡静雅的秘密。所谓登山,便是在没有路的路上走。遍地是植被遮挡,脚下是碎石细沙,让登山的旅途“举步维艰”。

同事不停地分享着村子的历史、树木的典故以及童年的往事。大家走得小心,听得专注。

几段故事下来,便接近突兀山顶的那棵被当地人命名的“老干妈”古松。“老干妈”这一别致的称呼,立刻勾起我浓浓的观瞻欲望。

记得年幼时,听母亲说过,我小时候体弱多病,大姑便托了一个先生,帮我向一棵老松树认了“干妈”,

祈求无灾无患身体硬朗。说实在的,从孩提时代,历经几十年不歇的光阴,烟火红尘已然两鬓泛白,却从来不曾问询过“干妈”的事,笑料一样地淡忘了。直到目睹了这株历经沧桑的老树,才体会到先辈的“良苦用心”,也才读懂了古装剧里“向天再借五百年”是多么的情真意切。怪石嶙峋之地,简直看不到土壤存在,一棵枝丫横斜的古松,在四季更迭的变换里、在风吹雨打的侵蚀下,依然遒劲有力生机勃勃。

细细揣摩,与辽宁千山不老松有着同样的坚韧,与安徽黄山迎客松有着同样的风骨。不由地,我对这棵承载着同样使命的“老干妈”充满了感动和敬意。

在茫茫大山深处,六支沟是一块很不起眼的地方。但四季轮回都会从坡峻岭峭、沟沟岔岔的每一棵草木间穿过。

只是在这高山深壑之处,春天夏天来得迟、秋天冬天来得早。这里的土地多是坡地,难以机械操作,所以春秋收更加费时费力。

同事对大家说,从小就过够了这里的苦日子,所以想方设法努力拼搏走出大山,后来,他们兄弟几人,都没有辜负父辈的期望,活成了同村人心中的榜样。也许懂得诗书继世的他们,骨子里始终装着这样一棵古松。

站在山顶,目极之处是深山老林的寂寥。错落的树林、纷飞的落叶,以及被浓雾封锁的峰峦,都失去了春夏之际的姹紫嫣红。

据说,夏天来这儿休闲消遣的人特别多。大家三人一群五人一伙,在树荫下在小溪旁支起帐篷、架起烤炉,食材的香味在火苗的烘烤下飘散弥漫,日子就有滋有味地幸福起来。出走半生的同事,归来已不是少年。他把老家的房子重新刮白装修,隔三五地回来居住。我知道,这里是他的根,有他的乡愁。

太阳升起来了,云雾散去的六支沟村,山路蜿蜒几簇房舍,恰如相依为命的父老乡亲,挨挨挤挤抱成一团。祥和的日子里,大家一起共享太平。



晨雾中的乌兰布统大草原。

乌兰布统苏木 好生态促成好风景 好风景成了“摇钱树”

●特约通讯员 原国林 通讯员 杨春雨

克旗乌兰布统苏木自2010年将原来的4.1万亩耕地全部退耕还草后,通过种草、禁牧、休牧、轮牧、造林等举措,如今178万亩的土地已变成纯净的绿色草原。今年7月份以来,景区已吸引了100多万人次的旅游客流。

为了做到疫情防得住、游客进得来,苏木与景区协商分控南部和西部两个入口。来自河北方向的南入口归苏木管辖,景区售票口后撤5公里,既提高了公路干线的通行能力方便了游客,也为沿线的孤山、小红山两个嘎查的住宿、餐饮、车马等服务拓展了空间。景区负责来自多伦县方向的西入口,针对乌兰布统开放型景区的实际,采取减少收费景点,只对进入“百草敖包”“公主湖”“将军泡子”等核心景区的游客收取门票等举措,做到了疫情防得住、游客进得来。分兵把守节省了人力资源,明确了各方责任,提高了防控能力和水平。与此同时,景区缩小门票收取范围的新举措,不但刺激了游客的人园率,也提升了景区的公信力和影响力。

乌兰布统常住人口1418户3758人,其中,有394户2774人从事宾馆、饭店、车马、野骑等旅游服务。旅游日

接待能力达到18313张床位和26043个餐位,年营业收入在2.09亿元左右。随着车马、野骑服务规模的壮大,催生了乌兰布统马产业的振兴,养马、育马已成为草原的新兴业态备受牧民青睐。家住孤山嘎查的李玉民养了30匹基础母马,为了改良品种,他投资近200万元从国外进口了阿拉伯、澳大利亚两匹纯血种马,与当地蒙古马进行冷配杂交改良。今年他为养马户改良了70匹马,仅此一项,年收入就达60万元以上。据统计,乌兰布统苏木现有跑马场7家,马存栏3026匹,其中,1032匹马从事具有增值服务的车马、野骑服务,仅此一项人均收入可达1.5万元,是牧民收入的重要来源。

金秋走进乌兰布统苏木,草原上是星罗棋布的草棚,储草棚里是牲畜越冬、休牧的“口粮”。草业振兴作为苏木牧旅业融合发展的强有力抓手,通过退耕还草、禁牧、休牧等一系列举措,打草场亩均干草产量由原来的70公斤提升到110公斤,年储量达1.35亿公斤,草的附加值大大提升。目前,苏木有养殖户1024户984人,其中,223户肉羊养殖户饲养了55708只肉羊,314户肉牛养殖户饲养了17693头肉牛,肉牛肉羊改良率达到了80%,据测算,来自畜牧业的年综合效益达到13310.4万元。



↑在乌兰布统大草原上翩翩起舞的小游客。

←游客乘坐马车观光旅游。 石浩然 摄



好山好水好赤峰

赤峰市市场监管服务中心发布消费提示:

微信下单购物请注意

近几年来,随着微商经济的不断发展,微信朋友圈经济也逐渐热起来。大家往往通过加入商家建立的一个微信群,即可形成一个拥有固定客源的消费群体,经过顾客在群中的消费分享,也为商家做了口碑广告,再经过朋友间的介绍,又会有更多的“朋友”被拉入群中,逐渐形成一个庞大的消费群体。特别是在疫情防控期间,通过这种模式从一定程度上保障了消费者对日常用品特别是蔬菜、水果、肉食品、节日食品的需求,让这种经营模式得到了快速发展。

但在消费过程中,也偶有不和谐问题产生。如消费者购买的水果组合中存在部分水果有腐烂或因长期保存或保存不当失水过多的情况、商品介绍或图片与实际不符、海鲜产品死亡率高、商品来源不明、没有明确的生产日期、保质期或食品中有杂质等问题。虽然经消费者与商家的沟通后能得到较为及时有效的解决,但仍存在消费安全隐患。在此,赤峰市市场监管服务中心提醒广大消费者和经营者在消费和生产经营中要注意以下问题。

1、消费者要按需下单,不要盲目跟风。不要因其他人的消费体验盲目下单,每个人的消费体验与个人偏好密切相关,各不相同,再加上理解偏差,极

有可能造成对食品的口感等体验感的误差,而因此也会产生消费不满意。因此,建议消费者在购买前要多咨询了解商品信息再下单购买。

2、消费者下单时要对商品种类、数量、规格、品质、配送方式、付款方式等相关要求与商家进行详细约定。收货时尽量当面验视,发现问题要及时与商家进行沟通。一旦出现与约定不符的情况,双方可以及时核对查明原因,约定解决方式,避免产生纠纷。

3、区别于实体店销售,由于消费者不能通过直接感观对商品进行判断和选择,因此采用微信群进行商品销售时经营者应向消费者提供客观、真实、全面的商品信息,包括但不限于商品的基础信息以及来源、散装商品也要向消费者提供真实明确的生产日期、保质期等信息。包装应采取符合商品特征并能够保证在运送途中的安全卫生,以确保食品安全和可追溯。

4、建议商家就商品信息以及消费者特殊要求进行一对一确认,消费者也可提前就退、换、补货相关事宜以及产生消费争议时的解决方式等问题与商家进行约定,一旦出现纠纷可作为双方解决消费争议的依据。



骑行热带动自行车消费升级

“朋友圈晒头盔紧身运动服骑行照片成时尚”“几十人组团骑轻松骑百公里”……近来,多地出现骑行热,凭借运动健身、时尚、科技等新元素,“沉寂多年”的自行车重回公众视野,引发新一轮消费热潮。“新华视点”记者采访发现,兼具交通代步与户外运动功能的自行车销量一路走高,中高端自行车线上线下“一车难求”。

●自行车凭借运动、时尚、科技元素回归

在北京长安街上,全身装备酷炫的自行车骑行爱好者已经成为一道风景线。一些骑行者已经满足于周末“刷长安街”“刷二环”,而是骑行日常通勤。

“这两年明显感到骑行升温。我住在海淀,工作在国贸,15公里的路程经常骑车上下班。”北京市民刘先生道。

北京市交通委员会调查数据显示,北京市骑行量由2017年的0.5亿次提升至2021年的9.5亿次。

随着城市绿道的建成,骑行成为热门户外休闲方式之一。有的城市周末最热门的骑行路段还会“堵车”。

骑行热带动了自行车销售和租赁,中高端山地车、公路车“一车难求”成常态。天津武清区一家单车生活体验馆负责人李秋菊说,今年以来,所有品牌销量大涨,比去年同期增长50%。

记者走访多家自行车专卖店发现,今年以来,很多公路车出现缺货。北京西城区一家自行车品牌旗舰店店主张先生说,最近两个月,万元级专业比赛用的公路车全国缺货,预订需要等待3个月。一家自行车租赁企业负责人告诉记

者,从“五一”至今,公司的自行车租赁业务十分火爆。除了天气最炎热的时段,公司车辆供不应求,周末用车必须提前多日预约。

此外,自行车相关产品的线上销售也非常火爆。记者从京东商城了解到,“618”期间,自行车零配件的成交额同比增长100%,骑行穿戴装备的成交额同比增长80%。多个品牌的码表、头盔成交额同比增长300%以上。

●骑行热缘何兴起?

多位专家指出,受疫情影响,人们的远途出行减少,更多是在市区及周边郊区开展户外活动,自行车成了最好的选择。

北京体育大学户外运动产业研究中心主任孙海滨说,骑行热并非突发现象,这些年一直在逐步升温。很多城市规划理念发生转变,道路基础设施提升,满足了更多骑行需求;不少城市搞全域旅游,举办专业级骑行赛事,带动更多人加入骑行。

这两年,越来越多年轻人加入骑行队伍,一家三口数人共同骑行很常见。北京朝阳区自行车运动协会会长王长昆说,骑行爱好者数量快速增长,从专业级运动员、骑行俱乐部成员、退休职工等群体为主变成了全年龄段市民。骑行爱好者“群体扩容”“人均多辆”共同带动了自行车销量增长。

值得关注的是,骑行还从健身运动变成社交活动。孙海滨说,年轻人加入骑行所展现出的阳光、时尚,也带来骑行运动属性的悄然变化,部分年轻人骑行不仅为了健身运动,更是社交“打卡”塑造个人形象的心理需求。专业级自行车本身是一个相对稳定的小众市场,业余爱好者蜂拥而至,导致中高端自行车供不应求。

●国产自行车质量提高品牌崛起

多位专家表示,“3个月等一辆车”,部分原因是受疫情影响,国外品牌的中高端自行车产能不足。

“国产品牌因供应链完整,正在迅速扩大产能赢得市场。”珠海一家自行车配件企业负责人刘春生说,公司生产的国产变速器弥补了进口的缺口,客户企业采购后打造了安全稳定的国内产业链,今年以来销量同比增长60%以上。

多位受访者认为,近年来,山东、江苏以及深圳等地本土企业的国产山地车、公路车渐渐在骑行圈活跃起来,国内企业的创新活力也被激发出来。

刘春生说,机械变速器绝大部分市场长期被海外品牌垄断。目前,企业进行核心零部件创新,研发和生产下一代变速器。

天津一家自行车生产企业总经理杨玉峰用手机向记者展示一款App,骑手既可以结交附近车友、实时聊天、组建骑行团队,还可以在虚拟赛道上比赛,兼具运动和社交功能。通过车载传感器,App实时监测身体状态,对故障车辆远程维修提供技术支持。“这可以有效保障骑行人员的健康。”杨玉峰说。

中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉说,行业将抓住消费升级新机遇,扩大市场,继续扩大中高端运动自行车供给,不断提高产品技术含量和附加值。

郭文玉说,目前,我国自行车产品档次和附加值进一步提高,自行车产业显示出持续稳定发展的较强韧性和较大潜力。未来,先进制造业和现代服务业深度融合,必将推动自行车产业生态加快创新、产业体系加速重构。(新华社)