

# 别样凤凰别样情

郭晓勇

读过优美而哀伤的湘西画卷《边城》,怀了不可言说的温情的沈从文;而读了文友严峰《翠翠的边城》,才明白何处为“凤凰”……

在《翠翠的边城》里有这样一段文字:“沈从文先生的家乡在湘西凤凰,又因为他的名著《边城》,于是,不少人把凤凰当成了边城。”

此时我才顿悟,自己当属那“不少人”之列呢!也正是豁然于“凤凰”与“边城”之异,更唤起了我对凤凰热切的期许。

初秋,当北方开始收起夏的热烈,而将深沉、辽远与清静投向万里平畴时,似水如梦的湘西凤凰竟与我走近了。

新西兰作家路易·艾黎说:湖南的凤凰和福建的长汀是中国最美的两座小城。

凤凰的确风情别具。在有关古城名字由来的两种说法中,最精妙的诠释当是远古时代,一对凤凰在这里拍翅而起……

微雨过后的凤凰,处处透着清灵。淡淡的薄雾层层环绕着远近苍翠的山林,黛色的农舍,更有青绿的田野,青绿的山峦和青绿的沱江……好一幅山水佳作。

沱江是一条河,清澈见底的河水依小城边廊缓缓流淌,沱江南岸紫红砂石砌成的古城墙,沉寂着往世的秘密。

城墙有东、北两座城楼,虽久经沧桑,依然壮观。城墙边的河道不深,水流悠游缓和,乌篷船上艄公双桨轻摇,涟漪中水草摇曳……

撑杆顺水而下,江上渔舟荡漾,河畔笑语欢声。循声望去,挤满河岸的洗衣女,嬉闹中将沱江平静的水面拨弄起一抹抹涟漪,那一道道柔和着一个个清丽的倩影,悠悠然四下扩散开来……

依岸边山坡而建,是古老而奇特的土家吊脚楼群。东门虹桥和北门跳岩附近,高低参差错落、古色古香的吊脚楼垂悬于河道之上,充满力量之美。

这些悬挂在高河壁上的建筑,一端以山坡为支撑点,另一端用木桩深深扎在水中,山坡上,偶然长出的几棵大树倚靠着楼身,繁茂的枝叶把小楼的窗户几近遮住。

吊脚楼多为上下两层,五柱六挂或五柱八挂的穿斗式木结构,上下穿枋承挑悬走廊或房间,以木柱作架,杉板作壁,壁连着壁,檐接着檐……

凤凰城的吊脚楼多属清朝和民国初期建筑。据说它有很多居住之妙处,不仅防潮、避暑、通风,且节省土地。如今,沱江畔和旧街附近的吊脚楼主人,大多将自家的楼舍开办成家庭客栈或酒吧。

暮色已至,霞晖铺满整个河岸。在二楼,低领

所见,座座楼影倒映于清流;抬眸所望,残阳映红河上点点渔舟。当那淡金色将吊脚楼顶的山光压下去,又将楼底的水色泛起,房檐下高悬着灯笼,江面上飘动着点点荷花灯……

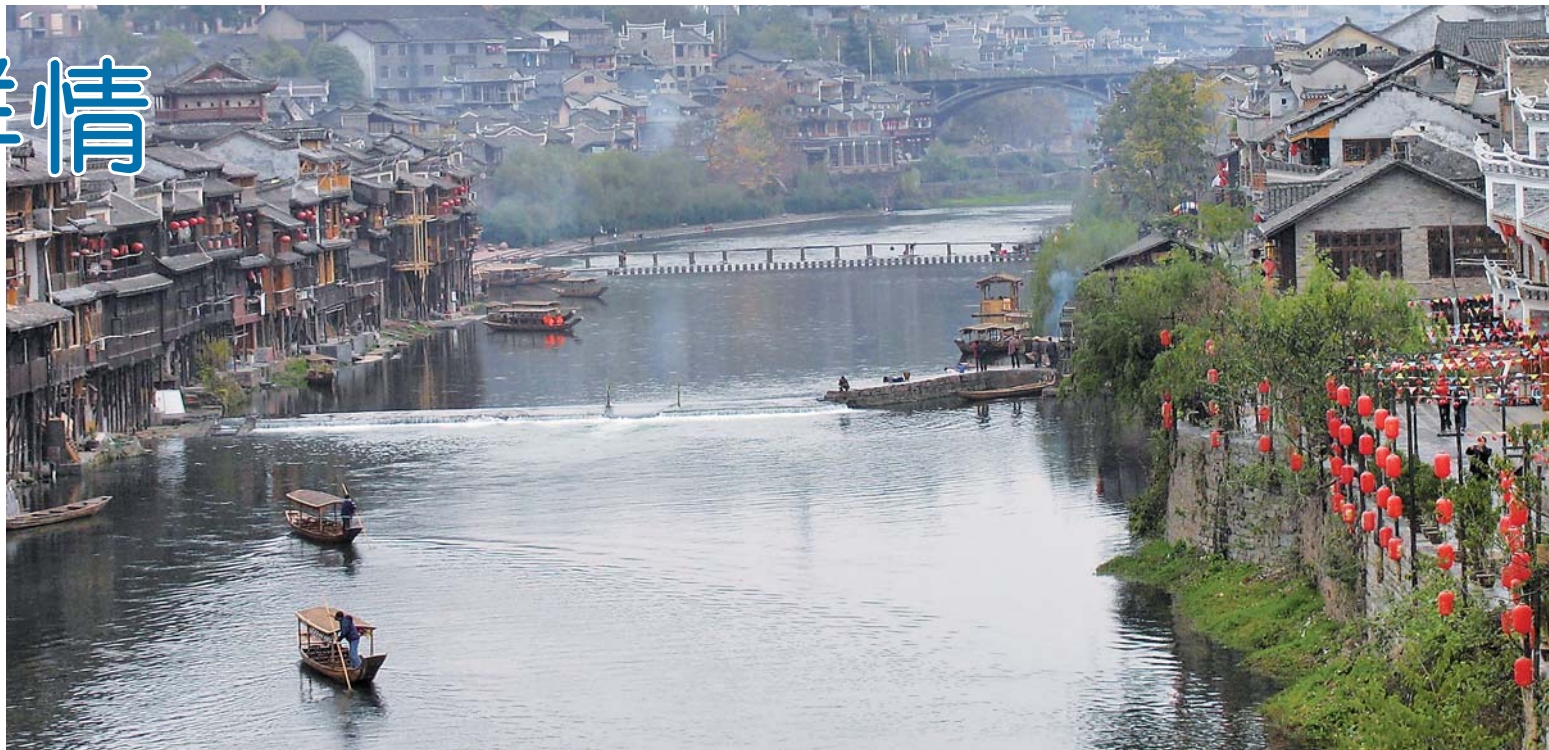
谁能抵得过凤凰的诱惑呢?夜更深了。仁倚危楼,听远处地摊上阿婆与客人的讨价还价声,近旁酒家伙计的吆喝声,凝望夜的沱江上星辉灯火,我仿佛看见这里昔日的烽烟,耳边响起那疆场军骑的嘶鸣。看不见的字迹,记录着多少被遗忘的哑默故事……

“山头夕阳被感动我,水底各色圆石也极感动我,我心中似乎毫无什么渣滓,透明烛照,对河水,对夕阳,对拉船人同船,皆那么爱着,十分温暖的爱着!”

“看了许久水,我心中忽然好像激悟了一些,同时又好像从这条河中得到了许多智慧。”

“但真的历史却是一条河。”

此刻,我实在难觅恰当的言语加以描绘,恐怕只有沈从文先生《湘行书简》中我最爱的这篇《历史是一条河》,最为真切和生动了。



▲沱江从凤凰古城穿城而过,两岸是吊脚楼。郭晓勇摄

作品开始的。

一生漂泊,大部分岁月在异乡度过,但沈从文的心却始终萦绕在这片土地上。1988年5月逝世后,按照先生的遗愿,他回归故里,“安居”于听涛山下;回到了他用一生情感守望的故园,无论地理上还是精神上。

“一个士兵不是战死沙场,便是回到故乡”——这是黄永玉在表叔沈从文墓前题写的碑文。墓地背靠南华山,面临沱江水,没有家,竖了一块天然五彩石。

石头正面镌刻的是:“照我思索,能理解我;照我思索,可认识人。”石后是沈从文的妹妹张充和的撰联:“不折不从,星斗其文,亦慈亦让,赤子其人。”“从文让人”是他一生写照。

墓地还有一碑,刻有沈从文的夫人张兆和为两人书信集所写的序,字里行间充满着恰人的怀念之情:

“现在还有许多人生活在那个城市里,我却常常生活在那个小城过去给我的印象里。”

亭台依旧,年华逝水。“他不是过客,他是凤凰的归人。”属于这片土地的一切记忆,都随着沈从文的离去而化为永恒,那作品、那情爱、那精神……

四

浅暮里,我从沈从文的墓地返城来到虹桥。虹桥又名“风雨楼”,横卧于沱江之上,是凤凰古城最古朴最悠然的风景。

始建于明洪武初年的虹桥,是有“来头”的。据说当年朱元璋听信了阴阳先生的谗言,说这里屏立南郊的南华山和一脉相承的扎入沱江

的奇峰,是一龙头所在,他日会有真龙天子而出。于是朱元璋命人在沱江畔建起虹桥,意在斩断龙脉,让凤凰再也出不了皇帝。传说之真伪难以考证,不过虹桥下那眼潭,确是名曰“回龙潭”。

几百年过去,虹桥几经修复。现在的虹桥分为两层,一楼为民族工艺特产街,二层是民俗文化楼。在茶艺室落座,透过窗棂,对岸沈从文多次提及的吊脚楼群、黄永玉先生的居所夺翠楼,以及南华山、万名塔,尽收眼底。

凤凰是土家族、苗族聚居之地。纯朴聪慧、勤劳勇敢、能歌善舞、心灵手巧……在凤凰,除了人文景观,苗家的绣品和蜡染布饰工艺品,竹工艺品和湘西腊肉、姜糖、茶叶、红橘等等当地有名的特产,着实也让人动心。

凤凰蜡染历史悠久。走进沱江镇东正街一家蜡染店,我被眼前斑斓的布饰迷住了。问起蜡染印花布的制作工序,店主人熊先生将我引至后间作坊,边演示边介绍。

先把镂雕成各种空白花孔图形的软木板或硬纸板模具铺放在白布上,再将蜡汁溶液注入花模镂空处。待干后,用当地一种自然生产的、染液含量较高的植物制成的染液进行浸染,除去防染蜡,即显现出蓝白相间的花纹图案……

“土家蜡染印花布注重配色纯净,讲究立意构图,幅面艺术风格特异纯美,突出的工艺特点为暖色;苗家蜡染土布注重染色纯,不讲究华美雕饰,给人一种自然纯净的艺术感,突出的工艺特点为冷色。”

看着眼前这一件件用笔简洁流畅、刻画细致真切、意蕴深远隽永的蜡染布饰作品,油然而生的,是对乡土艺人的钦佩与崇拜。

五

到凤凰,南方长城是必去的。南方长城又称苗疆长城,始建于明朝万历年间。北起湘西古丈县,南到贵州铜仁,全长190公里,其中大部分在凤凰县境内。

世人皆知赫赫有名之北方万里长城,而南方长城却不为人知。南方长城始建初衷何在呢?明初,朱元璋建立大明朝之后的治国方略之一,就是“深挖洞,广积粮,高筑墙,不称霸”。

为了抵御北疆少数民族的入侵,从明成祖起至明万历年止,明朝在北方修筑了大量的长城,称明长城。既然有了北方长城的先例,在南方同样可以修筑长城。

当时,湘黔边境的苗人被分为“生苗”和“熟苗”。生苗因不堪忍受官府的苛捐杂税和民族欺压,揭竿而起。为了安定边境,镇压反抗,明朝在“生苗”与“熟苗”之间修筑起一道长城。如今人们所看到的南方长城,是前些年依原旧址重建的。

登上长城高处,凤凰的田野风光尽览。清风拂处,当年的断壁残垣和烽火台依稀,远古的雄姿和风采犹存……

同北方长城一样,南方长城虽森严壁垒,甚或筑于险峻山脊之上,终挡不住民族融合的潮流;断墙残壁,而今只成为风景一道,堆积成记忆的沉淀。

凤凰,不知何时我能再听你的讲述,一如不知我心底漾起的,是对你的释怀还是更加执着的牵挂。

归来了,凤凰仍溢满心头。我知道,我的心已留给了你——别样的湘西,别样的凤凰……

## 蒙牛2019中报

# “五力”效应凸显 迈进“要强式”高质量发展期

2019年上半年,蒙牛乳业再次交出一份让投资人满意的答卷。8月28日,蒙牛乳业(2319.HK)在香港发布的2019年中报显示,公司2019上半年营收398.572亿元,同比增长15.6%;净利润20.769亿元,同比大增33%。营收和净利润均实现两位数快速增长。

这是刚刚度过二十岁生日的蒙牛交出的一份优秀的“期中”成绩单,也是卢敏放管理团队交出的第三张漂亮的半年报。从2017年上半年营收同比增长8.02%,2018年上半年增长17.15%,到今年上半年增长15.6%,蒙牛在卢敏放团队的带领下,经过三年修炼内功,稳扎稳打,以生产力、科技力、销售力、品牌力、向心力为动能的“五力”效应凸显,迈进“要强式”高质量发展新时期,呈现出快速、优质、全面、可持续发展的新时期新特点。

### 布局奶源与产能 夯实强大生产力

目前,蒙牛已完成多层次优质奶源布局。在新西兰,蒙牛设立了特仑苏专属牧场;在澳大利亚,蒙牛旗下富源国际收购了出口导向型乳品加工商Burra Foods;在阿尔卑斯山,则建立了蒙牛瑞哺恩奶粉的奶源地。在国内,蒙牛通过战略投资现代牧业、圣牧高科、富源牧业等,前瞻性地布局中国高端奶源企业收购麾下。

而奶源管理方面,蒙牛独立的奶源管理事业部日趋完善。根据地域和气候特点等要素,蒙牛将全国牧场资源划分为10个大区,在每个大区配备有专家、讲师团队和奶源技术员,对技术问题科学系统指导,责

任承包落实等。

有了扎实的奶源基础,再联动产能布局,蒙牛就形成了资源供给与市场需求相匹配的强大生产力。据中期财报显示,到今年6月底,蒙牛全国生产基地有43个,新西兰生产基地1个。再加上去年底正式运营的印尼生产基地,年产能达1027万吨。

### 聚焦研发与创新 激发产业科技力

2019年半年报的一个亮点,是蒙牛创新类产品呈爆发式增长态势。如常温产品“纯甄”于今年一月推出了黄桃燕麦、海盐焦糖和巧克力口味等风味酸奶;低温产品推出“北欧芝士”风味酸奶,“优益C”推出全新百香果口味等,几乎每个产品线都有新品上市。这表明,创新研发成果持续成为蒙牛业绩增长的重要驱动力。

蒙牛投入重金建成了世界领先水平的“高科技研究院暨高智能化生产基地”。该基地汇聚了16家国内外乳品业技术大咖,结合蒙牛自身原有的一流研发部门,最终形成了一条“1+1>2”的国际领先的完整研发产业链。

而在运用云计算、物联网、大数据、人工智能等方面,蒙牛整合行业资源,形成了提升产业链管理的完整方案。通过这样的方式,供应链管理已实现可见、可控、可预测的效果。在财报中,蒙牛也明确提出,“期待以奶牛+互联网”模式推动中国奶业奔向4.0时代”。

### 引领乳业新零售 升级赋能销售力

2019年,也是蒙牛第三个完整的财报年。经过这些年在供应链、组织架构、品牌建设和销售渠道大刀阔斧的改革,蒙牛实现了大跨步的发展。从2019年半年报来看,核心业务液态奶收入为331.090亿元,比去年同期289.316亿元有大幅增长;奶粉业务收入为42.378亿元,而去年则是29.465亿元。

目前,蒙牛已在全国推动了智网系统、零售通、镇村通等多个销售网络赋能升级项目,并在海外市场进行试点种植。

蒙牛2018年8月启动的智网系统,全面实现了经销商财务业务一体化,满足经销商多品牌经营特点,减少原市场多系统的成本投入,实现经销商全业态、全渠道、全场景、全部门、全人员的业务覆盖。而在新零售B2B平台方面,蒙牛携手阿里零售通,充分发挥渠道资源、品牌优势,通过渠道数字化变革赋能经销商,加



强蒙牛对渠道和终端点的控制力,逐步推动实现高效分销、精准营销以及全域营销。仅2019年“6·18”活动单日零售通平台销售额就过亿元,活跃触点逾7万家。

### 掌控文体大IP 跃升全球品牌力

蒙牛的子品牌建设,紧密结合潮流热点,完成了许多脍炙人口的经典案例。上半年,通过与热门网络及电视综艺节目合作,如真果粒《青春有你》、纯甄《创造营2019》、特仑苏《向往的生活》《声入人心》、冠益乳《中国好声音》、纯甄《中餐厅》、随变《各位游客请注意》等,蒙牛旗下产品成功俘获更多年轻人喜爱。

而蒙牛的母品牌建设,则继续深化品牌国际化形象,借力顶级文体IP彰显蒙牛风采。2019年1月,蒙牛作为中国乳业代表出席世界经济论坛达沃斯年会,4月成为第十四届全国冬季运动会官方合作伙伴,把蒙牛的国际品牌影响力推向了历史新高。而此前,蒙牛还成为FIFA世界杯全球官方赞助商、NBA中国合作

伙伴、上海迪士尼官方乳品合作伙伴、北京环球影城合作伙伴等。

### 打造“要强”文化 凝聚员工向心力

今年上半年,蒙牛启动“关键人才评价体系”,与国际一流的人力资源管理顾问机构合作,将蒙牛的用人理念、五行领导力模型、人才评估标准进行系统化整合,并制定了《蒙牛管理者选拔晋升与任用办法》。此外,还设立了“蓝海计划”和“超配计划”,引进了一批市场、研发和新零售高端人才,满足业务快速发展需求。

此外,今年蒙牛还实施了一系列贴近员工切实需求的爱护计划。为员工父母和子女提供优质牛奶与配方奶粉,为全体员工及员工子女购买大病保险,设立专项基金帮扶有困难的员工家庭……在日前举行的蒙牛二十周年庆祝会议上,100多名创业老员工得到隆重表彰,让全体员工都能在企业发展中拥有更多的幸福感、获得感、安全感,蒙牛用实打实的举措,聚人心、聚人力,为企业的高质量发展打造了牢固的团队基础。

