

要 闻

28岁,第三次奥运之旅——掌声,送给为热爱而战的金博洋

■ 本报特派记者 沈听雨

当地时间2月10日晚,米兰滑冰馆,一曲终了,金博洋完成了他在米兰冬奥会花样滑冰项目男子单人滑短节目的表演。整套动作行云流水,最终他以86.55分的成绩晋级男单自由滑阶段。

当金博洋在赛场上摆出结束姿势的那一刻,许多观众都起立为这位“老将”鼓掌。28岁的年纪,第三次奥运之旅,如今他已是名副其实的“中国花滑男子单人滑元老”。

从平昌冬奥会的惊艳少年,到北京冬奥会的浴火重生,再到米兰冬奥会的坚守老将,如今还站在赛场上的金博洋,足以令人赞叹。也因此,当被问及本届冬奥会给自己设定了什么样的目标,他不假思索地回应:“站在这里就是答案。”

花样滑冰的赛场从不缺天才,金博洋也曾是其中之一员。

他年少成名,14岁就完成了首个四周跳,2013年斩获世界青年组总决赛

冠军。升入成年赛后,更是凭借高难度的勾手四周跳跻身世界男单名将行列。日本花滑名将羽生结弦评价其为“开创了当今世界男子滑坛全新的四周跳时代”。2018年平昌冬奥会,金博洋夺得第四名,创下中国男子单人滑冬奥会最佳战绩。

那时的金博洋用一次次高难度的跳跃,打破了欧美选手对男子花滑赛场的垄断。彼时意气风发的他,冰刀划过冰面的每一道痕迹,都写满了“少年自有凌云志”的张扬,也让中国花滑男单看到了突破的希望。

但低谷来得猝不及防。平昌冬奥会后,伤病反复的困扰、技术调整的阵痛,让金博洋在赛场上接连受挫。质疑声如潮水般涌来,也让他的北京冬奥周期备战之路荆棘丛生。面对困境,金博洋咬牙克服。他打磨每一个跳跃、每一衔接接,重新梳理技术体系、优化动作细节。最终,在北京冬奥赛场,金博洋获得第九名。

如今,站在米兰冬奥会冰场上的金博洋更加松弛。他感受到来自周围的热情和鼓励,也能以更享受的心态步入赛场。他说:“我很感谢28岁的自己有这样的状态,还能站上奥运会赛场,我为自己骄傲。”即使现在竞技水平与顶尖选手有差距,也不及年轻时的自己,但金博洋却能更好地沉浸在热爱之花滑运动中。

金博洋的米兰冬奥之旅还在继续。这一次,他的目标始终清晰——抛开所有杂念,和自己比,在赛场上展现出最好的自己。

正如本届冬奥会赛场上一名媒体同行所说,请大家记住今天的金博洋,他滑过的每段旋律、完成的每个跳跃、坚守的每个赛场,都是在为中国花滑男单传承力量。

(本报米兰2月10日电)

▷ 2月10日,中国选手金博洋在比赛中。 新华社记者 程敏 摄



走起,博物馆里来寻“马”

有风来

■ 本报记者 李娇俨 通讯员 李恬怡

天驷行空,骏影驰光。

马,自远古奔腾而来,踏入华夏文明的漫漫长卷。丙午马年新春临近,近日,浙江省博物馆推出了一场别开生面的“百骏迎祥——丙午新春马文化特展”,以近300件文物为线索,带领观众穿越千年,探寻“马”在中国文化中的多维内涵。从汉代铜马的雄健到宋代马钱的雅趣,从李清照的“打马”游戏到郎世宁的中西合璧画作,这场展览不仅是对生肖文化的呼应,更是一次对中国精神符号的解读。

有风君同策展人魏祝挺一起,去博物馆找寻“文化马”,过一个“马上有文化”的新年。



铜骑马俑灯。 本报记者 李娇俨 摄



“马上有钱”马钱币。本报记者 李娇俨 摄

例准确,线条流畅,姿态多样。

“汉代文物中的马,更多表现的是一种神马,也叫作天马;而唐代文物中的马,基本表现的是日常生活中的马。”魏祝挺向有风君解释其中的不同。

这些跨越千年的文物,共同勾勒出一幅恢宏画卷:马匹不仅是汉唐时期军事强大、交通发达、国力昌盛的见证,其艺术形象本身,更凝聚了那个时代蓬勃的朝气、无坚不摧的力量以及海纳百川的文化自信,令人心驰神往。

不骑马,“打马”

唐人爱骑马,宋人却不一样。

我们停在了放着苏轼《马券碑》拓本的展柜前。这块碑的背后,是苏轼与马的故事。

在苏轼将出守杭州之际,朝廷赏赐了一匹御马,苏轼考虑到这四匹马在南方没有多大用处,因为在杭州出行都坐轿子,便将它赠给了没有坐骑的李方叔,

并写下了《马券碑》,证明这是匹御赐马,将来不用了也能卖得高价。

“这块碑佐证了在宋代的杭州,人们都不骑马。”魏祝挺说。所以,当年白居易游西湖,留有“乱花渐欲迷人眼,浅草才能没马蹄”的诗句;而苏轼在西湖边,不是坐轿,就是走路,故而没有留下与马有关的诗词。

不过,宋代商品经济繁荣,市民文化兴起,催生出丰富多元的休闲生活。其中,一种叫“打马”的游戏风行于士大夫与知识女性之间,而游戏所用的棋子叫作“打马格钱”,铸有骏马形象、历代名将或宝马的名称。

“‘打马’游戏的规则和现代的飞行棋非常像。”魏祝挺介绍。在北宋时,这一游戏还略显粗鄙,后来李清照重塑了游戏规则,并撰写了《打马图经》予以记述。经过李清照的改造,游戏过程中的玩家需吟诗作赋,“打马”也从简单的博弈,变成融合了棋盘策略、历史知识、文学素养与概率运气的智力活动。

不过,由于游戏规则略显复杂,清

代麻将出现后,“打马”也就渐渐“过时”了。

“钱”中有百骏

这次展览还有一大特色,就是“钱多”。

展厅里,200枚马钱依次独立摆放,这是由全国各地钱币藏家收藏的历代马钱。其中不仅有“打马”游戏使用的“打马格钱”,还有用于祈福馈赠的“压胜钱”,用来下象棋的“象棋钱”,带有祝福寓意的长命锁形钱……上面都带有马的图案或文字。

“在十二生肖中,马钱的数量是最多的,这也说明了马在古人心中的独特地位。”魏祝挺说着,特意指向展柜,让我们注意其中的一枚马钱。

这枚马钱,正面写着“光绪通宝”,背面写着“追电”。它的造型很独特,是一匹小马驮着一枚钱币的样子,寓意“马上有钱”。“这说明‘马上有钱’可不是现代人的臆造,而是老早就有了。”魏祝挺笑着说,不过马钱属于非流通货币,一般不用于商品交易。

“马上有钱”钱币造型也被做成了文创挂件,非常受欢迎。一名参观者告诉有风君:“‘马上有钱’让我感受到一种古今生活智慧的交汇,一件小文创把这种历史的祝福带进了我们的寻常日子里。”

展览进入尾声,我们看到了更多马融入日常生活的装饰意趣与文心寄托。从明瓷上的灵骏姿态,文人画里的闲逸骏马,再到清代宫廷画家郎世宁融合透视法和中国传统绘画技法的《百骏图》,再到近代徐悲鸿融合西方写实技法与中国写意精神的马……数千年来,马的形象既有变化,也有不变。

变的是艺术风格,社会功能与时代寓意;不变的,是中华民族赋予它的那些核心精神——蓬勃向上、自强不息、忠诚勇毅、矫健活泼。这些精神,如同不竭的源泉,滋养着我们的文化血脉。

新春花事,邀您来赏



2月11日,2026西湖迎春花展在杭州钱王祠景区缤纷开启。本次花展紧扣吴越文化脉络,打造了精巧室外园林小品,搭配喜庆环境布置与室内精品花卉展陈,构建可赏、可玩、可购的多层次新春游园体验,邀请市民游客共赴新春花事之约。 本报记者 林云戈 摄

鄞州为小散农户打造『公益菜场』

这个市集,卖自家种的菜

本报讯(记者 王波 通讯员 杨淑娜)近日清晨5时多,天还未亮,70岁的姚国章便骑着摩托车载着满筐冬笋和一袋鸡蛋,穿行在宁波市鄞州区横溪镇的乡间小路。他要赶去镇上的“众横家”共富市集,“以前在路边摆摊,现在有了固定摊位,还不收租金。光这一个多月,卖冬笋就挣了四五百元。”

横溪镇靠近城区,过去常有农户把自家吃不完的蔬菜拿到菜场附近售卖,既影响环境,也扰乱市场秩序。为此,横溪镇“化堵为疏”,在菜场旁打造“众横家”共富市集,专门划出1000平方米作为小散农户销售区,设158个固定摊位和60个流动摊位,对本镇农户实行“零租金”。只要带上相关证件,农户就能领到一张自产自销卡,每天仅需支付1至5元的垃圾清运费,就能安心摆摊。

走进市集,冬笋、大白菜、芹菜……各式农户自种蔬菜透着“鲜”味。“这笋都是我挖来的。”栎斜村农户张世德一边麻利地地理菜,一边热情招呼。他笑着说:“以前在路边日晒雨淋,现在有了固定摊位,几乎不花钱,心里踏实多啦。”

“市集既最大化利用了资源,也让市民能买到更多新鲜的菜。”横溪菜市场场长俞德勇说。

不仅小散农户受益,种植大户也尝到了甜头。菜场还设置了1200平方米的“自产自销区”,专为当地种植大户和专业合作社划出78个摊位,摊位费享受六折优惠。横溪村种植户王素婉说:“我家十亩地的菜,多半在这儿卖,一年销售额接近20万元。”

同时,市集还与城区3家菜市场成立联盟。当地的时令特产上市时,市集便联动城区菜市场,统一下单,次日由种植大户直送,让田间地头的新鲜美味直达城市餐桌。

据悉,市集对每个人驻农户实行“资质审核+登记台账”,做到信息可追溯,并提高每日的农产品抽检比例。“我们用的是最新的量子点荧光微球技术,配合小型快检质谱仪,检测更快、更准。”俞德勇表示。

截至目前,“众横家”共富市集已直接带动就业近500人,年总销售额超2800万元。其中,近300户小散农户实现“田间直卖”,年均助农增收约800万元。不久前,浙江省公布首批重点培育共富市集名单,“众横家”榜上有名。

马年主题青瓷文创产品受热捧 “浙BA”带火龙泉青瓷

本报讯(记者 杨世丹 共享联盟·龙泉 周彩萍 徐杰 通讯员 柳晨茜)“浙BA”总决赛上,冠军队高举泛着“梅子青”釉光的龙泉青瓷奖杯,不仅定格了赛场荣光,也让龙泉青瓷产业迎来又一个破圈时刻。这场体育盛宴不仅将赛事流量精准转化为文旅消费,更推动马年主题青瓷文创成为年货市场的“香饽饽”。

在龙泉年货市集,马元素摆件、茶器挂饰等供不应求。“浙BA”总冠军纪念品设计者、青瓷匠人金鑫设计的“马上有钱花”小挂饰,以经典青釉诠释“奔赴自在、马上开花”理念,寓意事业爱情双丰收,已预订9000余件,销售额超90万元。

龙泉青瓷非遗代表性传承人徐星的工作室一片忙碌,工人加班赶制订

单。“谁也没想到,‘浙BA’让龙泉青瓷被这么多人看见。”徐星说,自“浙BA”奖杯预告及实物亮相后,各地咨询电话、微信消息络绎不绝,马年相关产品销售额约200万元,预计春节期间订单仍将持续攀升。

“浙BA”不仅带火了龙泉青瓷,也带火了龙泉宝剑。龙泉元源剑坊邹琦团队推出的“马上有福”冰箱贴,以红剑挑福、剑格红马驮金袋的巧思,将宝剑侠气与新春吉意熔铸一体。这款售价29元的文创单品已售2000余件。

龙泉市青瓷宝剑产业局主要负责人表示,此次与“浙BA”的合作是省级层面推动“浙江元素”与非遗融合的创新实践,体育赛事的传播力为千年匠艺打开新窗口。

衢州全链条发展衢系土特产 打响名头 走出大山 走向市场

本报讯(记者 赵璐洁 通讯员 严新凯 共享联盟·开化 徐露婷)新春将至,山货走俏,“衢系”土特产迎来年货订购旺季。近日,在开化县十一都清水鱼有限公司养殖基地,一条条新鲜捕捞上来的清水鱼被工人装入带有溯源码的加氧包装袋中。“今天有800斤清水鱼要发往上海、杭州等地,预计到春节,近一个月能卖出3万斤清水鱼,销售额有望突破百万元。”该公司负责人邹恭华看着满载清水鱼的车辆驶出基地,脸上满是喜悦之情。

衢州山水资源充沛,优质农产品丰富。然而,酒香也怕巷子深,好产品也需要吆喝。如何打造叫得响的农产品品牌?近年来,衢州聚焦衢橘、衢茶、衢油、衢鱼、衢禽、衢药六大优势主导产业,全链条发展“衢系”土特产,将开化清水鱼、常山胡柚、龙游麻鸡等地标产品纳入“衢州味道”区域公用品牌,同时鼓励农业龙头企业、合作社等新型经营主体打造自主品牌,形成“公用品牌背书、企业品牌增值”良性互动,推动土特产从“规模增长”向“品质提升、价值跃升”转型,一大批山货打响名头,走出大山,走向市场。

要打造消费者信得过的农产品品牌,关键要严把产品质量关。为此,衢州制定“衢州味道”区域公用品牌准入和管理规范的地方标准,建立从生产标准、质量追溯、授权使用到市场营销的全程管控体系。比如,开化清水鱼近年来通过推行标准化养殖、强化检验检测、加贴溯源标识等措施,有效提升了产品的信誉度和辨识度。据统计,目前“衢州味道”区域公用品牌已经累计授权企业超200家,涵盖土特产近500种,相关授权产品销售额已突破百亿元,其中常山胡柚品牌价值更是跃升至104亿元。

在衢州,一条清水鱼、一个胡柚、一滴山茶油、一片茶叶,正串起一条条蓬勃发展的产业链,成为乡亲们致富的“金钥匙”。

“我们将持续做好‘土特产富’的文章,不断擦亮‘衢系’土特产品牌。”衢州市农业农村局产业规划处相关负责人表示。

金东区计划8年培育100名乡村全科医生 本地大学生,回村当村医

本报讯(记者 叶梦婷 徐贤飞 通讯员 傅江南)“陈大伯,这是你的血压单,比上次高了,你拿着单子找金医生看看……”近日,金华市金东区曹宅镇五合村卫生室,周统德说着流利的当地方言,协助老村医金时松开展量血压、测血糖等村民公共健康管理工

周统德是五合村人,同时也是五合村卫生室刚入职半年的大学生村医培养对象。在金东区,共有5名像周统德一样来自本村的大学生村医培养对象,另外还有22人来自本乡镇。他们半天在村卫生室协助村医开展公共健康管理工

作,半天跟着中医师承导师实践,每周六还要去金华职业技术大学医学院学习医学理论相关课程。“现在正在进行为期三年的中医师承培养,3年后考取《传统医学师承出师证书》,继续学习1年后考取执业助理医师资格证书,才能正式成为

大学生村医,为村民看病。”金东区卫生健康局党委委员翁美贞介绍。

金东区已在2024年建成“15分钟医疗服务圈”,全区360个行政村布局了257家村卫生室。但全区仅有160名村医,部分村卫生室“有室无医”,存在约100个村医缺口。这些村卫生室只能由乡镇卫生院派出医生驻村服务,但乡镇卫生院人手本就紧张,派驻医生只能服务半天。

为此,金东区制定了《百名大学生村医专项培养工作方案》,计划用8年左右时间培育100名左右本地户籍,下得去、留得住、用得上、中能会西的乡村全科医生。

翁美贞表示,本地化培养大学生村医,一方面是本地大学生熟悉方言和地方文化,可以更好地服务本地村民;另一方面是本地大学生在本地工作,生活成本低、融入成本低,更容易留下来。