

安徽含山“千锤百炼”花生酥

田斌锋 赵 琪



每年10月底,当夹克衫穿在身上还感觉丝丝凉意的时候,就是安徽省含山县林头镇老街居民方和明每年最忙碌的开始。

和往年一样,方和明会拨通“六大锤”领班年富春的电话。接到电话后,年富春、年燕伟、李三宝、刘子胜等6人,从安徽省怀远县来到200多公里之外的含山县林头镇,他们要忙到农历新年到来前才回家。

早上5点,当花生米炒熟后的香味从老街飘出来,起早的居民被花生米的香味唤醒,在捶打声中见证传统美味的生命延续。

在安徽省巢湖流域的不少农村,一到年底,人们就要忙着搵糖果,一种熟悉的香甜味飘散在各个集镇的大街小巷。而在含山县林头镇,有着300多年历史、纯手工制作的花生酥则最为有名。

林头花生酥在明清时期就已盛行,兵荒马乱的年代,由于花生酥便于携带,而且热量高,成为部队的行军干粮。几百年来,传统做法一直被传承下来,又经过当地的改良和加工,成为如今的模样。

花生炒熟后和上糖稀,简单碾压后用刀切成大小均匀的块状,这是花生糖。而花生酥不一样,它要把用热糖稀搅拌均匀的花生团放在大大的、厚厚的木头砧板上,用10公斤的石锤不断捶打,直至捶打成薄薄的一层,然后趁热放到案板上,用刀切割成长条,用三根木条从上面、左右按压固定塑型,再用快刀

切割,花生酥就这样产生了。

花生酥之所以好吃,首先要原料好,方和明的妻子郑硕妹负责花生米的采购和检验,她看上的花生米必须粒粒饱满、大小均匀、光泽度好。糖稀要好,以前都是自家熬制糖稀,非常辛苦,现在有成品的糖稀提供,但必须是方和明、郑硕妹信得过的供应商才行。

今年56岁的方和明,18岁那年进入林头食品厂上班,跟着父亲方春胜做花生酥,如今已是县级非物质文化遗产——方氏花生酥的第二代传承人。他的主要任务是熬糖稀,糖稀里面有一些水分,方和明一个人用木柴烧锅,火旺后,他把一瓢糖稀倒入锅中,用铲子不断搅拌,等糖稀越来越稠,方和明用铲子捞起糖稀,挂起成条状,一吹即断,证明水分熬干了,糖稀就熬好了。加入适量的熟花生米,在锅里反复搅拌,这时候一定要掌握好火候,火旺了花生米容易焦糊,火候不够会粘牙。

方和明迅速把拌好后的花生团

扔到木头砧板上,到了“六大锤”精彩表演的时候了。领班年富春第一个上场,第一锤最讲究技巧,要轻轻地从边上开始锤起,10公斤的石锤砸在花生的身上,尽管有糖稀包裹,花生的碎末也是四下飞溅,所以不能重砸,靠的全是巧劲儿。年富春砸完50下,年燕伟、李三宝等5人先后上场,每人一次性砸50下,用力越砸越重,花生团越砸越薄,等“六大锤”300下砸完,花生已经碎得异常均匀,作坊里到处飘荡着快乐的香味。捶好后,用刀切成厚薄均匀的块状,待其冷却,入口又酥又脆,甜中带香,花生酥就制成了。

最后一个环节是装筒。这是方和明的妻子潘爱爱的专属“战场”。她一个人不紧不慢地操作着,正常情况下,每层要放4条花生酥,每条12块,一筒要码放5层,放到电子秤上一称,正好2公斤,上下不差丝毫。

上午10点,准备好的花生米和糖稀全部用完,今天的忙碌告一段落。“六大锤”靠在老街的墙根处晒

着太阳,年富春翻看着抖音,无意中看到自己正在抡锤干活,他呵呵地憨笑着,并把抖音转给远方的家人。

在作坊间,方和明一个人趁热把锅洗干净,用小扫帚把砧板上、案板上的碎末扫净,为明天的工作做着准备。妻子则在仓库里把今天的成品装箱,再过一会儿,今天的劳动成果将从她的手上进入市场,销往周边城市。

左图:含山县林头花生酥。

下图:远眺含山,山峦连绵、水色映天,如一幅美丽的画卷。

汤维洲摄

图片来自含山县人民政府官网



欢迎关注本版微信公众号“人民日报行天下”



作家与故乡,作品与生活,他们之间有着千丝万缕的联系。在中国古典文学的版图里,“三言”即冯梦龙所著的《喻世名言》《警世通言》《醒世恒言》的合称,是重要的组成部分。“人不可貌相,海水不可斗量。”读毕《醒世恒言》,我便萌生了去探访其作者冯梦龙故里的念头。

寻着生命和文学的根,我来到这个江南典型的水乡村庄——江苏省苏州市相城区冯梦龙村。这里是明代杰出文学家、戏曲家冯梦龙的故乡。虽时越数百年,但冯梦龙的传奇

个远近闻名的寿宁知县。

走出广笑府,一抬眼便是一大片格桑花海,清新的空气中弥漫着淡淡的香甜。漫步在乡野之间,村舍粉墙黛瓦,袅袅炊烟,古诗词中描写田园乡村的意境,这一刻,我在冯梦龙村终于找到了。“买只牛儿学种田,结间茅屋向林泉”,冯梦龙在《警世通言》中的美好期盼,如今早已在这个江南小村化作现实。五月樱桃、六月草莓、七月葡萄、八月梨……村里的老人们,哼起吴依软语,诉说着江南水乡的田园月令,夸赞着

苏州冯梦龙村:

寻田园 识大家

沈钰幸



故事依然为当地村民津津乐道。

顺着琅琅读书声,我来到冯梦龙书院,看到小朋友们摇头晃脑,吟诵着文学经典。一方水土一方人,一方山水一方俗。冯梦龙这位江南才子挥毫泼墨,写尽了姑苏城的风土人情,也写透了自己的处世原则与人生追求。冯梦龙所著的“三言”是中国文学史上第一部规模宏大的白话短篇小说总集。文如其人,他谴责封建官僚的丑恶,也歌颂友情爱情的美好。而他不仅是文学家戏曲家,还是一位为民着想的知县。

人理上桃源,沐霭下清风。走进冯梦龙故居,穿越时光的长河,与儿时的梦龙飞花对令,感受冯氏诗书传家的氛围。“政简刑清,首尚文学,遇民以恩,待士以礼。”我在纪念馆看到梦龙为官、为民、为文的故事,敬佩他这一份立德、立言、立功的自我追求。坐上水上小舟,在桨声树影中聆听梦龙“四知拒腐”的廉政传奇,好一

乡村这几年的巨变。千亩果园,月月有果,十里施肥,季季有花。你细细闻,这冯梦龙村的微风,打着旋儿总带着些花果香气。

闻着闻着,肚子不自觉地叫了起来,我来到一处餐馆,名曰“山歌馆”,点上一碗苏式汤面,配上两三碟苏式小菜,味蕾在一瞬间被唤醒。面是远近闻名的“黄球挂面”,尽管苏州市内不少超市里都能看到它,但许多人还是和我一样,愿意为了这一口舌尖上的美味来这里品尝。

文学是一方水土滋养的故事。它记录着行至今日的脚印,也潜藏着未来的发展方向。它表达的是专属于这里的气质,是人们对这方水土难以尽数的认知和归属。而文化的背后是风骨,梦龙故里,浮生半日,寻一处田园,识一位大家,山歌游吟,幸甚至哉。

上图:苏州冯梦龙村风光。苏州市相城区摄影家协会供图

广西

坚持推行“十个一”

打造“广西好嘢”农业品牌

2017年以来,广西立足独特的农业资源禀赋、优越的农产品品种品质,坚持推行“十个一”,以高标准、高起点打造广西农业品牌——“广西好嘢”,引领广西农业高质量发展。通过对标先进、奋起直追,广西走出一条品牌强农之路。

坚持一个目标
打造中国高品质农产品品牌新标杆

适应全面推进乡村振兴发展需要,广西坚持以绿色食品为品牌农产品最低准入门槛,积极发展有机农产品,支持欧盟等地区准入认证,力争将广西打造成为中国高品质品牌农产品产地,不断满足全国人民对高品质品牌农产品以及美好生活的需求和向往。

坚持一个品牌“广西好嘢”

“广西好嘢”是广西农业品牌市场化运营的总品牌。广西委托知名品牌策划专业机构,高标准、高起点为广西策划、包装和推广农业品牌,打造一批“广西第一、全国有名、在世界上有影响力”的“桂系”农产品品牌,形成集群效应。

建立一套制度

广西高度重视农业品牌建设工作。近年来,广西先后研究出台《加快推进广西农业品牌建设的指导意见》《广西壮族自治区农产品品牌目录制度》《加快推进广西现代特色农业高质量发展的指导意见》《广西壮族自治区农业品牌标识授权使用管理办法》等文件,从2017年开始,广西各级财政累计投入5亿元支持农业品牌建设。

制订一套标准

入选广西农业品牌目录要求产品通过农产品地理标志登记,持证单位为公益性单位;龙头企业农产品通过绿色食品、有机农产品、欧盟认证其中一项或多项;品牌在全区乃至全国有一定影响力和知名度;公用品牌年产值3亿元以上,农产品品牌单年产量1000万元以上。

截至2020年底,全区30个广西特色农产品优势区项目县农产品累计通过绿色食品认证面积135.9万亩,通过认证产品151.27万吨,产值约92.068亿元,分别占全区的24.78%、28.37%、28.3%,为广西农产品品质提升作出了重要贡献。

遴选一批品牌

从2017年起,连续4年在全区征集广西农业品牌目录,由各地申报、超过4000万人次消费者网络投票及专家评审,目前共遴选出411个品牌,其中农产品区域公用品牌产品76个、农业企业品牌129个、农产品品牌206个,品牌总产值达1397亿元,品牌总价值超过3200亿元。

动员“一把手”参与

在培育农产品区域公用品牌起步阶段,坚持

“一把手”亲自抓,找准路子、突出特色,做好品牌建设的系统谋划与整体设计,清晰定位品牌核心竞争力。对于已经有一定品牌知名度的农产品区域公用品牌,继续保持并扩大其品牌影响力,从保障优质绿色供给、挖掘品牌文化内涵、提升品牌营销能力等方面发力。

组建一个品牌联合体

广西以农产品区域公用品牌为纽带,以特色农产品优势区为载体,按照“一县一产业一品牌一联合体”发展模式,打造42个品牌联合体,推动种植养殖、加工、流通等环节的几十个新型农业经营主体联合经营,经营规模提升至联合后的6—8亿元,涵盖所在县所属产业35%以上的种植养殖规模,农产品价格和品牌价值普遍提升20%以上,品牌溢价效果明显。

建设一批数字化产地仓

通过建设数字化农产品产地仓,运用数字化和自动化设备设施,高效完成清洗、分选、分级、品控、包装、贴牌(品牌化)、装箱、保鲜、打单、分运等一系列流程,建立产业链与供应链的有效衔接,有效解决农产品销售中标准、品牌、溯源和农产品规模等方面的不足,为农民增收增收提供科学指导,为乡村振兴提供有力支撑。

组建一个品牌宣传推介矩阵

广西累计组织4000万人次参与投票遴选农业品牌目录品牌;组织在全国媒体开展品牌宣传646次,“广西好嘢”新媒体矩阵累计发稿5599篇,阅读人次超1.8亿人次。

形成一系列品牌建设成果

2021年广西农业品牌创建经验入选《中国农业品牌发展报告(2021)》,农业品牌建设成效显著,“广西好嘢”桂字号农产品品牌知名度和影响力越来越大。评选“广西好嘢”农业品牌4批次411个,总价值3200亿元以上,带动农村就业人口965万人次。

品牌打造推动品牌农产品价格提升。2019年,连续打响多个区域公用品牌,横县茉莉花价格上涨30%,融安金桔价格几乎翻倍;2020年,容县沙田柚产量增长15%,销量可观;2020年11月,广西六堡茶地理标志产品登记获公示,2021年,六堡茶品牌大龙头企业产品价格上涨2倍;2021年永福罗汉果单果最高达到1.9元/个。随着广西农业品牌全国影响力迅速提升,2020—2021年广西农产品销售额及销售双双实现增长。

数据来源:广西壮族自治区农业农村厅

·广告·