

◆史海钩沉

昭陵城外铁碑高

张东吾

11月18日,大祥区仙人井老旧小区改造施工人员挖出了刻有《李官歌》的宝庆府古城墙城砖。《李官歌》是清末湘进士吴瀚在《湘报》上发表的诗作,歌颂的是在邵阳历史上最有名的清官李尚卿。

李尚卿(1833-1905),字子仁,人称“李蛮牛”,山东登州海阳(今山东威海乳山)人,清末曾在宝庆府境内的城步、邵阳、新宁三地任知县,以“清”“慎”“勤”著名于世。时人王兆廉评价说“蒙年八十,所见所知之邑侯未有如李公之清、慎、勤三者兼到者”。邵阳民谣更有“水打状元洲,清官不久留。要想清官到,除非李蛮牛”之语。可见李蛮牛的清廉名声在当时是官之共识、士之共识、民之共识。

其实,李蛮牛的纪念物并不是第一次被发现。1947年4月,负责修葺邵阳县政府县署的工人从土中挖出一块石碑,正准备抬着去铺路,恰巧县长徐君虎经过工地,查看后发现竟是历史上有名的李蛮牛“德政碑”。

“德政碑”碑身正面中书“邑侯李公子仁德政碑”,右书“德歌乔木”,左书“政颂甘棠”,后书“光绪十四年(1888)閩邑人民立”。“德歌乔木、政颂甘棠”这一联语,赞扬李蛮牛像“甘棠布政”的召伯一样,是一方贤守。碑的另一面镌碑文,笔力道劲,镌刻甚深。

碑文出自当时宝庆最有文名的邹少枚之手,褒扬了“李公尚卿”李蛮牛的六大不朽政绩。其实,李蛮牛虽然以为官“清、慎、勤”出名,但他的诗文亦颇为佳妙。他应对钦差的诗歌“麦饭葱汤君莫嫌,瓦钵

粗碗亦堪怜。请君抬头四处望,多少人家未生烟”是不朽的廉政名篇。他为新邵县寺门前龙蟠岩的题联“不暑不寒,一年中常是二八月天气;非巢非居,半山腰顿吞千万里霞光”亦很有韵味。

邵阳人立下李蛮牛“德政碑”后,或许觉得石碑还不足以表达对他的敬意,又为这位清官立下铁碑——“去思碑”。经邵阳已故文史专家涂玉书考证,李蛮牛“去思碑”立于光绪十五年(1889),也就是“德政碑”立下的次年,地点不在县衙前,而是位于城外的迎春亭,碑与亭交相辉映。碑文如下:

“邑侯李公,治邵阳有善政,邵人爱之弗能忘也。为作歌,而治铁铸以碑之。投牒易,见官难,侯日堂皇坐兮废寝而忘餐,昨事今已判,牒书墨未干。官一随侍百,官贪随侍纵。喉侯约之,不为众用。化鹰为鹤兮,化鹤为凤,以翼我民兮,毋我民愚弄。官放衙,爪牙纷攫拿;官履乡,鸡犬都惊惶。侯兮侯兮,饥不需民一匙,饮不取民一卮。侯之心兮,日白天青。侯之恩兮,岳重渊深。侯之来兮,云何暮;侯之去兮,幸勿遽。桐邑千秋兮,以是永誉。吁嗟乎!石有时而泐兮,亭有时而仆,后考贤宰视此铸。”

“去思碑”碑文较“德政碑”为短,同样成功地刻画了李蛮牛“清慎勤”的形象,道出了邵阳民众对李蛮牛的深深爱戴和留恋。民国初年,邑人杨廉漠曾留下追忆之作:“昭陵城外铁碑高,南山白石殊坚牢。二十年前李令去,父老攀辕留不住。”

李蛮牛“德政碑”矗立十年后,湘湘进士吴瀚在《湘报》上发表的《李官歌》,同样极力褒扬了李蛮牛的清廉事迹。《李官歌》

风行全省,邵阳人更是将它刻在了宝庆府古城墙上。后来这段城墙遭受毁坏,城砖辗转到了仙人井。

李蛮牛离任后,人们自发地一而再地为他刻石碑、铁碑、墙碑。作为一个封建时代的官员,李蛮牛能够这样深得民心是极为了不起的。

石会泐、铁会锈、墙会倒,真正的丰碑,不是石碑,不是铁碑,不是墙碑,而是口碑。一百多年过去,纪念李蛮牛的“德政碑”“去思碑”早已毁损难存,刻有“李官歌”的城砖亦长埋地底,直到这次重见天日,但李蛮牛的好口碑却口耳相传,至今不衰。

值得一提的,当年发现李蛮牛“德政碑”的徐君虎,也是一个有名的清廉官员,曾经顶着巨大的压力查处了轰动全国的“永和金号案”。徐君虎离任时,邵阳人为他写下了大量的歌颂、挽留诗文。前有李蛮牛,后有徐君虎,两位清官成就了邵阳史上的一段廉政佳话。

(张东吾,新邵人,邵阳市作协会员)



高山河谷中蜿蜒的“玉带” 刘玉松 摄

◆六岭杂谈

辛劳的乡亲

蒋双捌

我的家乡在新宁县一渡水镇杨立村,处于一渡水峡谷和回水湾峡谷中间隆起的山脊上。我曾经因编排了几句顺口溜而遭到家乡后生们的“责怪”：“有女莫嫁杨立岭,鸡公呷水望天上。上岭出气不赢,下岭提脚不赢。落不了三滴雨,泥浆平裤裆。出不了三天太阳,到处灰尘铺炕。”

家乡自然条件差,是出了名的“干地方”。这里更没有什么丰富的物产,只有贫瘠的土地和勤劳的乡亲。正是因为乡亲们们的勤劳,才使得这方土地生气勃勃,生生不息。

我家所居的杨立村铺里组,是一个只有七八十口人的村民小组,五十岁以下的成年人全都外出打工了,留在家里,都是一些七老八十的老人。这些老人经历了战天斗地的大集体时代,吃食堂、修水利、造农田……就算是现在生活条件慢慢变好,但吃苦耐劳是本能,虽年纪大了,他们也不肯闲下来。尽管劳动力严重不足,但

我们这个组的田地从来没有荒芜过。我的乡亲们可以说都是标本式的农民。后生们都外出了,老人们就承担起全部的田间劳作,而且基本上还是传统的耕作模式。

保叔六十八岁了,我的记忆里他从来没有闲过,春忙耕,夏忙管,秋忙收,冬忙藏,晴天忙在田地里,雨雪忙着整理农具折畚箕,田头地头一条线,种出的庄稼人见人爱。他的妻子何婶也是个勤快人,布鞋做得让人眼馋。夫妻都是勤快能干人,仓里稻谷苞谷爆满,院里鸡鸭成群,一家人丰衣足食自不待言。

七十多岁的范婶更是个种庄稼的里手,地头上的土整理得像粉末,每个季节都有新鲜蔬菜绿在地里。每有种地的新手,都会跟着她学几手,什么时候下种、什么时候施肥、什么时候杀虫,跟着她做准没错。她说:“耕阳春,耕阳春,紧跟别人后面耕。”她种的菜多,旁人只要与她说一声,去扯一点,她是不会说什么的,反而这

会给她一种成就感、自豪感。

华姨本来有着很好的条件,儿女又孝顺,快八十的她完全可以住到城里去。但她总是舍不得家里的几亩地,每到耕种季节就回到家里。我时常笑她:“放着现福不享,七老八十了还那么辛苦,死了带进棺材去?”华姨也不怪我:“哈宝崽,自己种出的吃着放心!”也是的,她的田地从来不打除草剂,野草都是她在烈日下扯干净的,种出来的东西吃着自然放心。

母亲也快八十高龄了,怎么劝也不愿停下手里的劳作。父亲故去后,她是既伤感又孤独,她的劳作,既是为了自食其力,也是寄托着对父亲的哀思。我只好每天下班后“回归”本色,不求收获地在地头瞎忙——远望着母亲越来越低矮的身子,以免她倒在残阳的孤影里!

“三勤带一懒,不勤也得勤。”像他们这样的勤快人,我们组里的何止只是这几个!我们组里自解放以来,没一个好吃懒做、酗酒闹事、闲着去打牌的人,他们比拼的是谁家的稻谷产量高、谁家的玉米棒子大、谁家的过年猪喂得肥……他们一如既往地恪守勤俭持家的古训,靠着自我的辛勤,面朝黄土背朝天地守望望着这方和谐宁静的土地。

(蒋双捌,任职于新宁县第五中学)

(上接1版)

“‘红薯妹’刘星经过电商培训,掌握了网络运营知识,其生产的红薯粉、红薯干通过微信、淘宝等线上平台销售到了全国各地,并组建了合作社带动贫困群众500多人增收,电商平台为其产品销量的腾飞插上了‘翅膀’。”城步商务局电商股负责人肖辉武说道。

从内而外的产品蜕变,山货变成了“靓货”

“佛靠金装,人靠衣装,产品靠包装”。城步以产品包装为切入点,着力提升电商产品的吸引力和竞争力,以前“无人问”的产品成为“有远亲”的畅销品。

通过无偿资助、以奖带投等方式,城步先后引入湖南步步艺术设计有限公司等业内专业公司,对龙头企业的产品重新进行包装设计,注入乡村文化内涵,提升产品辨识度和影响力。

七七科技公司是一家以生产、加工箱包为主的企业,由于产品缺乏品牌影响力和市场竞争力,发展存在瓶颈。阿里巴巴来到城步开展电商扶贫工作后,花140万元聘请国内知名设计师,从外观、用途、质量、文化内涵等方面对公司产品重新定位塑造,创新推出七语七诗杨淑亭时尚潮牌胸包,箱包被贴上高端产品的标签,在市面上的销售单价从70元提高到210元,销量提高了5倍,成为抢手货。

市场经济下,销量是检验消费者对产品喜好程度的“晴雨表”。针对网上交易量少、价格低的特点,阿里巴巴特派员和城步电商协会,深入开展市场调研,根据市场反馈,对所有产品及时进行定价策略指导。城步电商协会负责人介绍,消费者买茶叶大多喜欢买小包型,以前县里生产的茶叶1公斤一包,经过调整策划后,一包茶叶最多装300克,在维持原来单价不变甚至提高的基础上,化整为零,量少价优,提高了产品的竞价能力。

阿里巴巴特派员和城步电商协会的行业专家,对全县所有电商企业和电商产品进行逐个“会诊”,对产品、企业进行重新命名,把难记的变成易记的,把拗口的改成分听的。以前的南山桑威变成了现在的南山乡村,生产红薯产品的星青缘公司也有了一个接地气的名字——红薯妹农产品开发公司。现在,城步还诞生了1888有机纯牛奶、蜂蜜南山等一批在电商直播界叫得响的品牌。

自上而下的产业支撑,山峰变成了“高峰”

城步山多海拔高,交通不便,大批优质农产品养在深闺。城步立足山区自然环境,扬长避短,解决一个又一个问题,电商发展环境越来越佳,成为全市乃至全省电商发展的“高峰”。

昂贵的快递费用,曾是城步农产品进驻电商平台最大的“拦路虎”。阿里巴巴特派员和城步商务局,多次与县内物流公司洽谈。去年10月,通过以奖代补、免费安排场地等方式,城步与县内多家快递公司签署《支持电商发展降低快递费用倡议书》,将首重3公斤以内普通产品(非冷链)的最低发货价,由每件8元至10元降低至每件3.5元,降幅达60%。物流成本的下降,打通了“山货”进城的“最后一公里”。

在此基础上,城步进一步鼓励引导企业、电商经营者做大做强。通过洽谈对接,城步将本地优质农产品,在天猫超市、天猫优品、零售通、盒马鲜生、淘乡甜等平台展销,一方面直接在线上成交,扩大了销量;另一方面,线上展示,线下成交,扩大了影响力,提高了产品附加值。“去年,我们将青钱柳引入天猫商家,通过线上营销活动,解决了产品滞销问题,将青钱柳变成了‘摇钱树’。”肖辉武表示。

为提高农产品品牌附加值,确保在与同类品牌的竞争中脱颖而出,城步建立全程溯源体系,引入阿里云AI大数据,智慧养蜂、智慧养羊等项目接连落地。在城步五团镇金童山村,300多个智慧养蜂箱密密麻麻地分布在山头。蜂箱实行智能数字化管理,能实时监测箱内温度、湿度、蜜蜂进出次数等情况,准确的数据为日常管护提供了参考依据,提升了蜂蜜的产量和质量,帮助养蜂产业实现了智能化生产。

由表及里的示范带动,山村变成了“淘村”

电商是新兴销售渠道,被人熟知接受需要一个过程,尤其是地处偏僻、信息落后的城步,更加需要通过现场示范、典型带动、活动推广等方式,让老百姓了解并信任它,让它成为脱贫致富的抓手。

领导出镜直播,走红了一方山水。商务部挂职干部、城步副县长刘书军和阿里巴巴派驻城步扶贫特派员、县长助理刘寒一起,在南山顶上,创立“城步芝麻官”直播间,这是淘宝第一对做直播的县长组合。截至目前,该直播间观看人次超过1000万,销售产品超过800多万元,“城步芝麻官”成为“网红级”的直播品牌。

去年9月,在省商务厅组织的县长直播带货PK赛上,刘书军、刘寒获得“最佳带货县长”称号,城步获评湖南省村播试点县。在“城步芝麻官”直播间的基础上,城步成立了全省第一个山区直播培训基地——“芝麻学堂”,全县创业青年跟着知名主播免费学直播带货,带动更多的人认识电商、了解电商。今年3月,淘宝直播盛典公布“2019年度淘宝直播村播计划示范县”名单,城步以全国第四的优异成绩入选,为湖南省唯一入选县。“二刘县长”卖出了“一流产品”,带出了“一流团队”。

“上到阿里,下到村里;坐在家,钱到手里。”这是城步乡村时下盛传的一首打油诗,电商带来的发展红利惠及了每一位村民。目前,城步共培育出电商企业55家(其中省级3家),发展淘宝店铺1300多家,累计带动创业就业1.5万多人,带动脱贫2300多人。城步大山里的特色农产品,由山路走向“网路”,由滞销转向热销,走出了大山,进入了城市的餐桌。