

小关庙街的生活 不止羊肉汤

□本报记者 马工枚 文/图

作为成都最古老的街巷，早些年的小关庙街还不是这般模样，只是一条简简单单的市井老街。

小关庙街和小关庙后街呈L形，砖瓦白墙的两条街中三国元素随处可见，连这两条街衔接处的椅子上都被刻有“士别三日，当刮目相看”类似的字样。狭窄的小关庙巷子里，街道两边全是树，树叶特别浓密，浓密到什么地步呢？一眼望去黑乎乎，看不到短几百米的小关庙街的尽头。

该街为什么会叫小关庙呢？它和小关庙有什么区别呢？据《成都街巷志》，其实小关庙与小关庙既有区别，也有联系。关庙是纪念关羽的庙，而小关庙则是纪念关羽之子关平的庙，它们是父子庙。通常关庙多，而小关庙是极少的。而成都小关庙街得名，据说这里曾经有一座纪念关平的庙宇。此处庙宇始建于清乾隆十八年（1753年）。

浓浓的树荫下一边是老杂货铺、茶楼，一边是五花八门的羊肉和火锅店。古老吊脚楼静静地凝视着对面的烈火烹油，小关庙街的餐饮都是真正的市井味儿，“老成都”都知道，冬天只要来这条街就不会错。

十多年以前，供奉着关羽父子关平的小关庙被拆除，而小关庙街吊脚楼对面的店铺开始陆续变成了羊肉店，“羊肉一条街”的名声让它至今

都吸引着无数的成都“老饕”。

从莲花寺街西路口向前走是小关庙街，往右走是小关庙后街。前者20年良心配方的重庆砂锅鱼火锅、23年的简阳李大仙王牌第一羊肉汤、秦记勾魂面等满足了小关庙街人的口腹之欲；后者蓝光水站、街道办事处、五金店、电瓶车修理店等满足了小关庙街人的生活所需。街道两侧除了被三国元素占满的壁画，就是随处可见的健身器材。很多小关庙街人的一天，就是从把家里的娃娃送进狮马路实验幼稚园或列五中学开始。小关庙后街容易让人陷入回忆中，特别是昏昏黄黄的路灯打开，街边两侧的椅子隐隐约

约出现在视线中，偶尔和他人擦肩而过，耳边听到的都是关于生活中的小事。

小关庙街多的是吃饭时的热闹场景，开着的店铺，连着街上的光线也比后街亮了不少。后街在路灯的映衬下，耳边不断传来的虫鸣声，连着街道两侧人们散步的场景，带着几分回忆的味道。

20世纪90年代初，小关庙街只有几家羊肉汤店，后来慢慢发展成一条街都卖羊肉汤。最初开门的那一批店里，就有小关庙街现在还开着的简阳李大仙王牌第一羊肉汤。

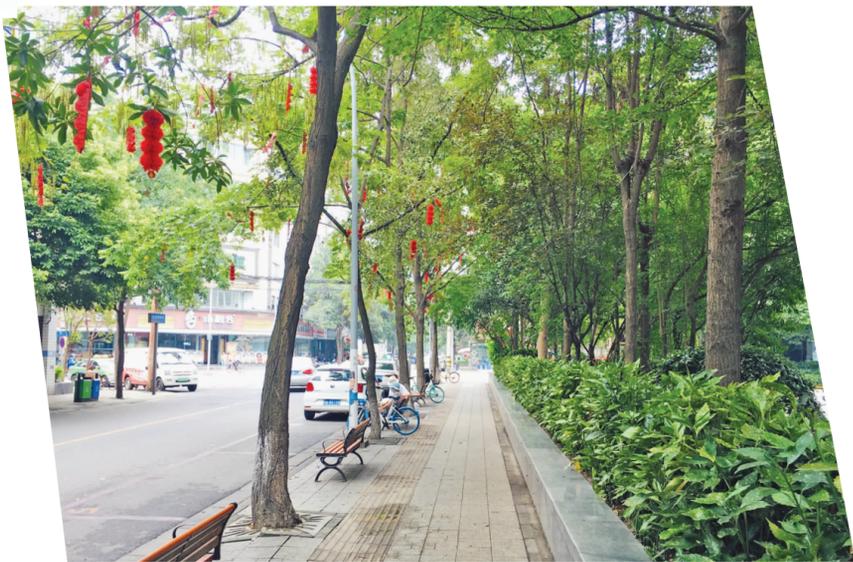
一家火锅店能在一条街中成为人们的生活习惯，它的招牌就能说明一切。不论何时，街口的街沿边上，你总能见着几张熟悉的面孔，热情地招呼着人们走进火锅店，那都是这里的街坊邻居。他们一般在对面的茶楼打完牌就走进来吃饭，人们在里面的表情可以看得清清楚楚，吃得很开心。

“家人过生日，朋友到成都，我都会提议：要不要去小关庙喝羊肉汤？”虽然不是成都人，但在成都居住多年的吴先生说，他得到的答复多半是赞成，“早就想喝一碗了！”

现在的小关庙街，从街头开始，是几家龙虾店和中餐馆，过了老李天下第一羊肉汤、简阳李大仙王牌第一羊肉汤、品味巷三官堂羊肉汤、三娃简阳正宗石桥羊肉火锅店等“羊肉大集”后就是其他火锅店。各式各样的招牌告诉人们这里再也不是以前的“羊肉一条街”了。

对于小关庙街人来说，这里不只有羊肉汤，还有一些很久不见的老生活。

狮马路实验幼稚园和列五中学隔小关庙后街相望，孩子们的欢声笑语和少年们的读书声相互交织，在一代代小关庙人的生活中烙下烙印。



6万册图书巡展 擦亮“书香朝天”新名片 四川省广元市朝天区“书香朝天·邮传万家”精品图书惠民活动启动

□本报记者 李国华 刘仁喜 文/图

腹有诗书气自华，最是书香能致远。近日，2020年度“书香朝天·邮传万家”精品图书惠民活动启动仪式在四川省广元市朝天区时代广场举行。活动在进一步丰富朝天城市内涵，提升朝天文化软实力，推动学习型社会建设，努力构建全民阅读推广服务体系，共建朝天书香社会。

启动仪式上，“书香筑梦 礼赞中国”经典诵读活动，以及精彩的文艺展演相继呈现，获得了现场观众阵阵热烈的掌声。当天，活动现场还举行了图书巡展展览，涉及国学、教育、科技等10多类约6万册图书，为广大爱书、购书的群众提供了便利。一边扶着眼镜一边选购书籍的李婆婆高兴地告诉记者：“这个活动太优惠了，今天我选了7本书，只付了2本书的钱，比平时在书店买划算多了。”

中国邮政集团有限公司广元市朝天区分公司向15名2020年度朝天区“新时代好少年”分别赠送了优秀图书，并向朝天区之江初级中学和朝天一小共捐赠了价值20000元的优秀图书。

“书籍是人类进步的阶梯。读书决定着一个人的修养和境界，关系着一个民族的素质和力量，影响着一个国家的前途和命运。”中国邮政朝天分公司相关负责人介绍。

双手捧着购买的心仪已久的书籍，鱼洞小学五年级的鲁轲同学激动地说：“阅读增长了我的知识，使我明白了很多道理。回学校之后，我会将更多更好的图书推荐给班上的同学，和同学们一起阅读，在书中汲取更多的知识，以开阔视野，丰富精神世界。”

“我们学校的阅读氛围很浓厚，每周的升旗仪式上，各班级都会带来经典诵读表演，我也经常给孩子们推荐优秀书目，并自费为孩子们买书。”大滩镇小学的李老师认为，生活因阅读而充实，生命因阅读而精彩，作为一名语文老师，应该把更丰富的知识带给学生，让孩子们通过阅读开阔眼界，丰富生活。

据朝天区相关负责人介绍，图书巡展活动期间，书籍买2送5（7册书只收定价最高的2册）；党员持“学习强国



APP”、工会会员卡、教师资格证、朝天区或朝天籍医务人员、邮政会员可以享受买2赠6；朝闻社区书店、工会书吧等阅读场所现场设点，为广大书友提供咨询服务；同时，现场设立图书服务点，倡议社会各界踊跃捐赠闲置书籍（九成新以上），募集到的图书经过分类和整理，将捐赠给留守儿童或社区、农家书屋等需要的地方，实现图书循环再利用。

据悉，本次“书香朝天·邮传万家”全民阅读惠民活动旨在持续深化“书香朝天·全民阅读活动”，活动从13日一直持续到本月26日。本月20日，朝天区邮政分公司还将在羊木镇、中子镇设立2020年度“书香朝天·邮传万家”精品图书惠民活动分会场，让更多热爱阅读的朋友实惠读书购书。

四川各地博物馆迎来观展热潮 多个特展大放异彩

□本报记者 赵蝶 文/图

2020年“国庆中秋”长假，四川省各地博物馆迎来观展热潮。全省博物馆共接待游客251万人次，日均接待

游客数量是今年“五一”假期的3倍。假日期间，全省博物馆按照做好疫情防控，采取预约限流等措施，未发

生安全事故，为省内外来游客提供了优质的文化服务。

大假期间，成都杜甫草堂博物馆、成都博物馆、邓小平故居陈列馆、陈毅纪念馆、成都武侯祠博物馆、朱德同志故居纪念馆、自贡恐龙博物馆等博物馆接待游客接待量上限，接待观众超10万人次。四川博物院、建川博物馆、金沙遗址博物馆、三星堆博物馆、广元皇泽寺博物馆、眉山三苏祠博物馆、内江范长江纪念馆、仪陇张思德纪念馆、平昌刘伯坚纪念馆、红军飞夺泸定桥纪念馆、5·12汶川特大地震纪念馆、华希昆虫博物馆等博物馆也成为重要的旅游目的地，观众人数均居全省前列。

除了各地博物馆的基本陈列，假日期间多个特展大放异彩。其中四川博物院“天路长歌——唐蕃古道沿线七省区精品文物联展”“彩绘地中海——一座古城的文明与幻想”，成都博物馆

“光影时空：欧洲绘画五百年”“竞妍——清代中日伊万里瓷器特展”、成都金沙遗址博物馆“天下大足——大足石刻的发现与传承”等展览受到观众追捧。

此外，各博物馆还为观众提供了丰富的文化主题和特色文创活动。成都武侯祠博物馆“我为祖国写祝福”主题活动吸引了近千人参与。成都博物馆“以光之谜”特色体验项目，以科技手段重构经典艺术的现代表达，为国庆出游的人们增添了观展新乐趣。金沙遗址博物馆、成都杜甫草堂博物馆和成都博物馆在成都大悦城联合打造的“成都文博”文化空间，通过文物形象展示、互动体验和创意打卡点等多种形式，展示古蜀、汉、唐、宋各个时期的城市生活细节，与当今美好生活古今呼应。

（四川省文物局博物馆供图）



□本报记者 李国华 文/图

10月11日，四川白酒酒业集团在2019-2020年度中国酒业青云奖评选中获“年度浓香新名酒”奖。

10月13日-15日，第103届全国糖酒商品交易会（以下称“糖酒会”）在济南市山东国际会展中心举办。

“好风凭借力，送我上青云”，中国白酒业在上半年疫情的冲击下，于困局之中做出了诸多创新的表现，在40余家酒类上市公司的半年报中，多家酒企实现了逆势增长。

白酒，中国资本市场的核心资产，作为我国独有的消费品，在酒业变化的环境中，不仅有在市场上表现活跃的茅台、五粮液等一线优品品牌酒业，值得关注的是，以四川白酒酒业集团为代表的二三线白酒也走出了差异化路线——以深挖“杜甫”超级IP发韧，构建起“杜甫”“李白”等历史文化名人酒品牌矩阵，开创出一条“酒业+文旅+文创”产融发展新模式，刷新消费者购买认知的同时，也博得了资本市场的持续关注。

白酒行业中长期涌现出了众多牛股，作为饮料消费股，资本为何喜欢“贪杯”？

“当前，中国白酒正进入快速整合期，整个白酒产业相对比较原始，资本介入程度不够，资本在此时进入投资的价值比较大。”四川白酒酒业集团股份有限公司董事长兼CEO彭作权表示，在资本的助力下，白酒市场整合升级速度会进一步提高，同时产区概念也会得到提升。

近年来四大产区的地位也在不断升级，业界有这样一句话：“世界白酒看中国，中国白酒看四川，四川白酒看四大白酒产业基地。”据史料记载，“诗圣”杜甫客居四川的几年里，对烧春系列的蜀酒非常喜爱。公元763年春，杜甫送辛员外至绵州路过绵竹，曾在绵竹东郊饮酒并即兴赋诗：双峰寂寂对春台，万竹青青照客杯。杜甫酒业因此得名，而杜甫饮酒遗址“少陵亭”正位于杜甫酒业集团厂区内。

2019年，中国酒业协会发布“世界美酒特色产区”，绵竹成功入选。此外，四川省委十一届三次全会提出“川酒振兴计划”，着力培育二三线白酒品牌，二者为白酒酒业新时期的发展提供了“天时”“地利”的先决条件。

“人和”哪里来？二三线白酒企业，除了在生产、经营、销售等方面需要与时俱进之外，白酒的“文化”底蕴也成为一把金钥匙。

“做酒就是做文化！四川自古以来不仅白酒驰名，诗歌才子也冠绝一方，诗圣杜甫1400多首诗歌中就有300多首与“酒”有关。”在彭作权看来，诗酒文化正是当代中国人对诗意栖居生活向往的一个浓缩，好的白酒企业都有深厚的白酒文化积淀，但将诗酒文化紧密结合，已成为白酒酒业集团发展中的金字招牌。

据记者了解，自2018年起，白酒酒业集团已开始了资本化路径。2年间，现任董事长彭作权从推动历史文化名人酒相关产业的兼并重组，乃至未来白酒酒业集团的上市，企业掌舵人充分运用资本市场股权激励的“杠杆效应”，快速做大做强四川第一家历史文化名人酒产业集团。

2019年12月，以95%的股权比例控股蜀皇酒业，拉开进军三国文化历史名人酒市场。同年，与新三板酒类电商公司北京越盛腾电子商务股份有限公司建立战略合作伙伴关系，旨在构建线上线下全方位市场网络，实现传统销售渠道与创新销售模式的结合。

目前，白酒酒业已经与绵竹市政府、德阳市产业投资集团等发起设立绵竹市精酿原酒集团，并成为第三大股东。白酒酒业还与多家投资机构合作，发起设立总规模10亿元的白酒产业投资并购基金，未来将陆续并购5-10家白酒企业，进一步整合中小酒企，打造文化酒企产业集群。

此外，正是基于在“白酒+文旅+文创”领域的探索经验，彭作权目前正在绵竹规划打造“杜甫诗酒小镇”“武侯酒庄”，在自贡市富顺县打造“东方诗酒谷”风景区。国外，酒类旅游非常流行，如法国的波尔多葡萄酒庄、英国的苏格兰威士忌产区等。在国内，尽管名酒企业不少，但知名酒庄却凤毛麟角，“白酒+旅游”还处于起步阶段。

彭作权正是看中了这一潮流，从2018年底开始，白酒酒业集团已经探索开展了“杜甫文化之旅”酒旅体验项目，与各大旅行社、自驾游组织等机构合作，短短一年时间，吸引了数万游客到杜甫酒厂参观旅游体验。此外，该公司还在成都杜甫草堂、宽窄巷子、河南巩义杜甫故里等旅游景区、景点设立了杜甫酒体验馆和专营店，在文旅市场取得了较好的社会反响。

当下，在国潮风、复古风的席卷下，白酒酒业推崇的诗酒文化产品与各年龄段消费者的审美品位、地域场景和消费习惯更紧密结合，不仅有贴近青年的“杜甫很忙”动漫系列产品，也有适合中老年人的“茅草屋”家国情怀系列产品，未来还将深挖“杜甫”IP，讲好故事喝好酒。

好的IP自带流量，好的IP也离不开知识产权保护，据悉，白酒酒业拥有杜甫、李白、高隐醉、苏子瞻、欧阳修、陆放翁、杨慎等各类诗词文化系列商标，以及蜀汉刘备、武侯、蜀将张飞等三国历史名人商标上千件，为企业发展奠定了长远的品牌根基。

四川白酒酒业集团以深度挖掘诗酒文化和历史名人文化为抓手，以资本扩张为手段，为二三线白酒转型升级提供了发展样本，并成功入选2019年中国酒类品牌价值200强，品牌价值为36.86亿元。

彭作权表示，未来将充分运用资本手段，产融结合，继续并购相关白酒企业，扩大系列历史文化名人酒规模和体量，实现白酒酒业挂牌上市。

『白酒+文旅+文创』四川白酒业差异化的扩张之道