

虎年说虎 宁波藏着不少“虎”字地名

徐雪英

宁波曾是中国华南虎长期栖息地之一。《宁波市志》载，宁波多低山丘陵，古时郡县虎豹为患。虎为华南虎，体大，性凶猛，四肢有力，行动轻巧无声，眼上毛系云白色，故亦称白额虎。因为白额虎等猛兽在古代宁波有一定的蕴藏量，所以元朝时政府还允许宁波百姓以虎皮、豹皮作为赋征。

1875年，中国第一份近代中文报纸《申报》连续三次报道宁波西门外颜家桥军民捕虎事件，并作《捕虎歌》记之。民国初至新中国成立，鄞县卢王、宁海东岙、余姚白鹿、奉化大竹山、慈溪乌岩、镇海算山还能见到虎豹踪迹。《鄞县志》（1996年版）记：1950年屠蛟乡闻江岸射死一只（华南虎）后，再未发现。

虽然野生华南虎在宁波已经绝迹，但它们生存的踪迹不但记载在文献里，还印刻在一些宁波地名里。

因老虎出没而得名

余姚四明山镇西南有青虎湾，地处四明山腹地，幽林深深，鸟啼青山间，花落深涧里，一副高山古村模样。传清朝时，此山湾有老虎经常出没，故名青虎湾。

慈溪范市灵湖畔有照山，山冈上曾建有老虎亭。传古时老虎常在山冈出没，伤害过往客商。后为里人拆除，建亭一座，以利行人憩息，取名老虎亭。

奉化溪口西部有剡源，地处四明山与天台山交会处，山高林密，为奉化“九曲剡源”之源。剡源村下有火龙坑，村后林木郁茂，传昔日常有虎狼出没，故名虎狼坑。后谐音为火龙坑，清光绪二十八年（1902年），奉化人赵需涛撰写《剡源乡志》时，也称其为火龙坑。

奉化尚田有葛岙，处四明山高峻迭出之地，古代亦多虎患。清顺治初期，时在葛岙最东处建起太平庵，向神灵祈求平安。清乾隆四年，江姓自前江迁来定居，村以庵名。民国33年遭兵燹，村落房屋多被毁。太平庵后亦毁，地名仍存。

奉化西坞有虎啸刘，明初刘姓由宁海县桥棚迁此定居，现仍为村庄主姓。传古时村旁曾有猛虎出现，啸声远传数里，故名。

象山天姥山有塔幢，沿吴家山东南麓呈块状分布。宋初，陆、黄两姓始祖自天台迁此定居，现仍为村内主姓。传古时此地森林茂密，虎狼伤人，有道人建塔幢之。因塔基由两块大石垒成，方言“垒”为“幢”，故名塔幢。

宁波地名谭

►清乾隆《镇海县志》上的虎蹲山仍为海中岛屿
(图片均为作者提供)



▲古朴而静谧的虎蹲村



大徐南部还有大麦岙，村处范家山西南麓，村民以冯、郑姓居多。其中郑姓于清乾隆末迁此。传旧时此山岙也是猛虎经常出没之处，故名大猛岙。村以岙名，后谐音称大麦岙。

大徐南偏西还有虎啸铺，村处童家山东南端，以王、张、钱姓居多。王氏墓碑记，其祖文升于清乾隆间从奉化迁此定居。道光《象山县志》记，该地原称火烧铺，后取吉祥意改称太平庄。康熙六十一年（1722年），此地虎患严重，伤人60余，遂建玄壇庙镇虎，后易名虎啸铺。

华南虎是独居动物，需要自己的领地。其栖息地不但要有较高的森林覆盖率，还要有大量可供捕食的大中型动物。宁波等江南之地古时地广人稀，山林密布，动物成群，能为华南虎繁衍生存提供良好条件。但到明清时期，随着江南人口的剧增，宁波等平原荒地基本开垦殆尽，深山老林成为新的农垦区。华南虎生存范围不断收缩，人虎冲突自然不可避免加剧。在历代的大肆捕杀下，失去领地的野生华南虎最终在宁波等地绝迹。

无虎出没的“拟虎地名”

作为曾经的森林王者，老虎留给中国各地先民的印象是深刻的。他们对老虎又怕又敬，既杀之又爱之。这种矛盾的慕强心理体现在文化中，虎成了力量威严的象征。许多地方即使不曾有虎，也以拟虎方式为后世留下大量“虎系”地名。

镇海城区有虎蹲路，以虎蹲遗址命名。东起原虎蹲山，西迄招宝山，与现游山路相接。虎蹲山原为

海中岛屿，距小招宝山嘴1公里，海拔38.5米，上有灯塔，为峡口之塔山。因形如虎蹲，故名。1974年，因建设镇海港区，被平毁，成为镇海港区岸线。

慈溪浒山有虎屿山，别名小山墩。《余姚六仓志》记：俗呼虎山，状如卧虎。上建文昌阁，今文蔚书院。《浒山志》进一步解释云：文昌阁为虎首，虞家岭为虎颈，中军山为虎臀。

鄞州姜山有虎啸漕，由原虎啸周、孙张漕两村合并而成。虎啸周村民主姓周，明正德年间，从台州迁此发族。因认为“此地有虎龙相争之兆”，周姓忌龙，故名虎啸周。

宁海深甽有来虎岩，别名雷虎岩。传该址建于明万历年间。彼时，常有虎伤人，且村旁有一石形似虎，曾遭雷击，村人认为是雷公在镇虎，故称雷虎岩。村以岩名，后谐音为来虎岩。《清溪下宅张氏宗谱》记，清道光年间，张令远从下宅徙此定居。现为方、徐、张、俞、应等杂姓居住之地。

宁海一市旗门港北岸有跳山，原为海中岛屿。清康熙年间，三门湾镇镇上叶、沙柳乡道岸头两处叶姓同期迁此。村居虎山下，因见此岛形似蹦蹦跳跳猛虎，故名跳山。

象山北渔山列岛东有五虎礁，由大小11个岛礁组成。其中四岛一礁，岩石险峻，形如踞守海疆的五只雄虎，故当地渔民总称“五虎礁”。从南往北看，一礁形如海中伏虎，故名“伏虎”；二礁岛小且紧贴伏虎礁，拟名“仔虎”；三礁岛形狭长，地势陡耸，顶部尖削，地势陡峭挺拔，为五虎礁之最高

者，赞名“高虎”；五礁瘦石嶙峋，顶又较平，且无植被，状名“平虎”。

有意思的是平虎礁东还有一小礁，高度2.2米，面积只有500平方米左右，远望像是某只老虎拉下的屎，故名老虎屎礁，亦属五虎礁之列。五虎礁为浙江中部沿海外侧岛礁，也是我国领海的基线岛屿，有着十分重要的战略价值。

被神化的老虎传说地名

除“拟虎地名”外，宁波还留存少量老虎传说地名，这些被神化的虎系地名从另一角度阐释了古代先民对老虎的敬畏心理。

余姚大岚镇有大岚山，因当地盛产兰花，故名大岚，雅称大岚。光绪《余姚县志》记载：“大岚山在县南八十里，汉刘纲、樊夫人弃官学道，师事白公，道成而飞举于此，故又名升仙山。其遭覆堕地化为伏虎，故又名伏虎山”。伏虎山上还多奇石，剖之皆有九窍，故又别称孔石。

奉化千丈岩瀑布西有妙高台，海拔396米，又名天柱峰、妙高峰。峰顶有坪如合，东、西、南三面皆为悬崖峭壁。从山下看妙高台，只见山峰不见坪台；登绝顶俯览，只见坪台不见峰。因此有“妙高台上妙高峰”之句，故名。

相传宋时，有高僧知和禅师在此隐居修行。禅师善讲经，竟吸引了妙高台下山洞里的老虎前来听经。禅师圆寂后，两只老虎十分感伤，久久不愿离开。后人便把老虎栖身的山洞命名为“伏虎洞”。1927年，蒋介石拆“栖云庵”建别墅，亲题“妙高台”，与宋美龄回家乡时常居于此。

年轻人兴起的“不买年” 是好事还是坏事

新知

李萌

有媒体报道，新年伊始，很多年轻人在社交平台写下自己的新年计划，“不买年”是“最具人气”的关键词之一。

所谓“不买年”，是指在一定时间内，对自己的消费行为做出限制，不买不需要的东西，持续时间从一周到一年不等。

有人担心，年轻人兴起“不买年”会影响消费。如何在新的市场动向下加强政策引导、增加有效供给，促进政策导向与市场动向的高水平协同，成为当下促消费、稳增长工作需要高度关注的问题。

从政策导向看，促进消费持续恢复是国家稳增长的重要抓手和有效途径。促进消费是扩大内需的重要内容，对加快构建新发展格局意义重大。但值得注意的是，随着居民收入稳步提高、消费观念逐步改变，人们更加青睐个性化、多元化、特色化的产品和服务，消费升级已经成为一种趋势。如何顺应这一趋势，持续增加优质供给，是促进消费的重要课题。

从表面看，“不买年”可能会引致部分消费领域一定程度的“消费收缩”，但从深层次看，它反映的却是回归简单生活、拥抱健康生活、追求更高质量更有价值更有意义生活的消费价值观的转向，体现在日常生活中即是生活方式的优化调整。这是一种明显的生活态度、消费理念的转变，体现了适度消费、理性消费、健康消费理念的兴起。

这种“转向”和“调整”是居

民消费习惯变化的价值动因和最新表现，它反映了“高质量消费、高品质生活”的结构化转型。近日《经济日报》发布的年货账单信息清晰体现了年味消费升级新动向。生活基本需求从粮油调味到茶、水果、休闲食品等商品单价明显提升，休闲商品从电器、手机到无人机、智能手环、VR眼镜等加速升级“破圈”，健康饮食、运动、营养保健、健康服务等健康消费需求升级。这对优质供给提出了新要求。

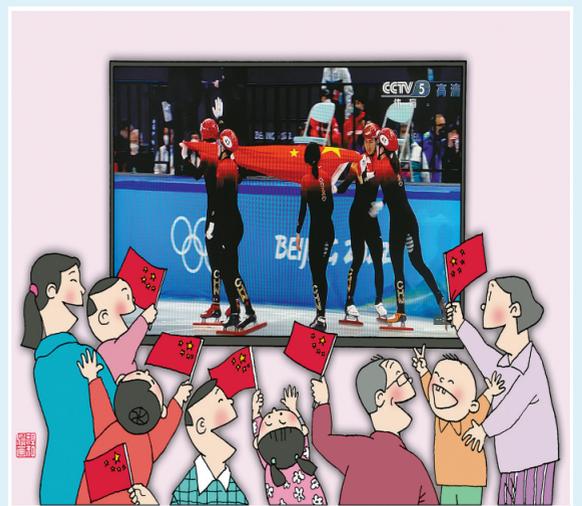
上述新转变要求供给侧在观念变革、资源重构、能力提升上作出及时调整和转型。要围绕消费理念新转变、消费需求新变化，及时、准确把握需求侧已经提出的或蕴含的、期待的消费新领域新内容新方式，既包括传统主流消费需求的提质扩容、服务拓展，也包括新兴消费需求领域的及时挖掘与体验满足，在绿色消费、健康消费、文化消费、数字消费、时尚消费、服务消费、亲情消费、区域同城化消费等方面，作出及时回应和有效引导，并从创意设计、材料选择、生产工艺到销售方式、服务场景、市场监管等各个方面全面提升供给品质，持续释放消费潜力。

这是当前政府推动促消费工作、企业优化产品及服务供给最需要关注和响应的重点，同时也是疫情防控常态化背景下，更好释放新需求、提供新供给、创造新消费的关键所在。

若能借“不买年”消费理念转变的契机，从这个春节假日消费开始，加快推动需求牵引供给、供给创造需求高水平动态平衡的形成，推进我国可持续消费的大幅进步，那将是疫情压力下我国经济转型创新的重大收获。

来源：上观新闻

漫画角



啦啦队

王祖和 绘



我也来试试

罗琪 绘

《我们的天才儿子》刷屏的四点启示

随思录

易其洋

过年前，1月17日，《杭州日报》副刊栏目“倾听·人生”的一篇文章，火爆全网。这篇文章，题目是《我们的天才儿子》，杭州日报新闻客户端“杭+新闻”推送时，改成了《杭州男子从殡仪馆打来电话：能不能写我们的天才儿子》，全网阅读量过亿；其中，“杭+新闻”阅读量超过3000万，创下纪录。

美国有部电影，叫《美丽心灵》。它讲述的是天才数学家、“博弈论”的提出者约翰·纳什的传奇故事。纳什年纪轻轻，就有惊人的数学发现，但他出众的直觉，深受精神分裂症的困扰，人生行将毁灭。后来，在妻子艾丽西亚始终如一陪伴下，他最终走出了黑暗的深渊，并于1994年获得诺贝尔经济学奖。

《我们的天才儿子》，以父亲金性勇的口吻，讲述了一个杭州版《美丽心灵》的故事：患有严重双相情感障碍（躁狂抑郁症）的金晓宇，在父母的陪伴下，直面人生苦难，自学英、日、德3门外语，十余年间完成17本译作，煌煌六百万字，涵盖文学、哲学、艺术等多个领域，成为“天才”翻译家。

爱能感天地。可以说，是金晓宇这个“天才”翻译家，和他父

母爱和被爱的故事，所具有的“人心向暖”的力量，不经意间拨动了无数人的心弦。

在舆论生态、媒体格局和传播方式发生深刻变革，媒体间的竞争越来越多样，也越来越激烈的今天，做媒体的人，恐怕做梦都盼着，能有一篇报道火遍网络，成为让人羡慕的爆款。

《我们的天才儿子》能够成为爆款，无疑值得研究。我以为，它给我们四点启示。

一是“内容为王”是王道。

渠道千万条，内容第一条。如今，内容的呈现形态，有文字的，有声音的，有影像视频的，也有综合的。无论形态如何，“内容为王”依然是媒体做出“爆款”文章的核心要义。《我们的天才儿子》5800多字，只配有10张图片，没有音频、视频，并不影响它成为轰动全国的爆款。

这么说，不是否定内容传播的新形态，而是说，如果没有好的内容，形式上越是弄得花里胡哨，点开看，越是让人有上当受骗的感觉。也应该避免一种舍本逐末的倾向，那就是，在形式创新上投入过多，对内容创造则轻视怠慢，弄得个“金玉其外，败絮其中”。

二是副刊文章也当家。

媒体所提供的内容，大而言之，无非三类：一是事实，包括消息、通讯；二是观点，包括理论、评论；三是情趣，包括散文、诗

歌、随笔等，名为副刊。

“倾听·人生”是《杭州日报》的副刊栏目。《我们的天才儿子》发在副刊，但就其传播力和影响力来说，它并不“副”，比有些“正刊”“正文”好看得多，有意义得多，让读者爱看得多。

竞争日趋激烈，人人压力不小，个个焦虑不浅。看多了“高大上”“硬邦邦”的东西，许多人更渴望一些直面生活、正视苦难、细腻真诚的东西，可以抚慰自己孤寂、苦累或受伤的心。《我们的天才儿子》编辑戴维说，稿子并没有去宣传推广，任何一个新闻爆款，折射的都是此时此刻的世道人心。

文体没有高下优劣之别，副刊也不是“等而下之”，关键是得有好内容，好内容自带流量。就像陈佩斯在小品《主角与配角》里所说，“说实在的，到了舞台上，那还得看谁有戏”。

三是白描实录不煽情。

从事新闻报道的人，被称为记者，意思是“记录的人”，就是把有新闻价值、值得报道的人和事记录下来，呈现出来，给别人看。真实是新闻的生命，记者记录新闻事实和人物，“忠实”是重要原则，必须反对和避免添油加醋或弄虚作假。

《我们的天才儿子》，标题前面，是这样写的——口述：金性勇 整理：叶全新。全文近乎白描实录，自然流畅，没有什么大词、新词、形容词，没有声嘶力竭的煽

情，透着一份直抵人心的平静和克制。作者所要表达和传递的，尽在文字中，读者看得懂，读者也体味得到。

为了赚流量、博眼球，一些记者、写者、编者无所不用其极；为了煽情造势，有的恨不得往读者眼皮上抹芥末，有的则以一大堆形容词、一行行感叹句自嗨自乐。读者不是傻子，一些真实的东西，尚且不一定能感动他们，更别说那些故作高深、廉价浅薄，隔着夹袄挠痒痒的东西了。

四是持之以恒积淀深。冰冻三尺，非一日之寒。一个副刊专栏，没有日复一日、不苟且、不应付的坚持和积淀，不可能突然“爆款”“走红”。

“倾听·人生”专栏，创刊于2000年，每周1期，至今记录了1000多个人物故事。2006年被评为“首届浙江省新闻名专栏”，有两篇作品先后获得过中国新闻奖三等奖和一等奖。

传播渠道不同了，看报纸的人越来越少了，坚持自己的新闻理念和价值判断，还有没有意义？这样的疑惑和焦虑，每个“报人”心中应该都有过。没人可以阻挡纸质媒体衰落的时代潮流，但选择以传统报人的姿态，认真对待每一个选题、每一次采访、每一个故事、每一次写作，并不过时，恰属难能可贵。可信的是，媒体一旦有了好的内容，借助新的传播形态，必定如虎添翼。