



古老荥阳的伏羲女娲传说(一) 环翠峪里话螺祖



编者按:9月16日,在郑州晚报的帮助下,周口晚报伏羲文化采访团记者金月全、杜欣、郭坤、朱海龙走进荥阳。今日,郑州晚报·荥阳播报节选其中一部分,共享我们身边的文化。

采访时间:2014年9月16日
地理位置:河南省荥阳市

伴着淅沥的秋雨,我们到达郑州市荥阳境内时,已是华灯初上,夜幕降临。

早在上古时期,伏羲时代的先民多半在黄河流域一带活动。6000多年过去了,这些地方多半已失去往日的喧嚣与繁华,沦为险峻山川、奔腾河流及杳无人烟之地。

荥阳有一处著名的浮戏山环翠峪风景名胜区。浮戏山,当地人很早就称为始祖山,源于伏羲、女娲在这里生息繁衍,后人亦称其为伏羲山。

在伏羲、女娲生活过的浮戏山区,有个桑梓峪的秀美山庄,相传这一带是螺祖生长的地方。《史记·五帝本纪》记载:“黄帝居轩辕之丘,而娶西陵氏之女,是为螺祖。”《通鉴外史》又载:“西陵氏之女螺祖为黄帝元妃,始教民育蚕,治丝茧以供衣服。”

相传,螺祖少年时就是对蚕桑产生了浓厚的兴趣。她在桑林中看到幼蚕趴在桑叶上,就把那带蚕的桑叶轻轻采下,带回自己居住的小屋。见蚕快把桑叶吃尽

时,她就重新补给桑叶。后来那蚕结出了茧。那茧比树上的茧个大、色白,抽丝也多。经过几年的观察摸索,螺祖掌握了蚕的生长变化规律,总结出一套繁育饲养桑蚕的技术,把野生的天蚕变为家养,大大提高了蚕茧的产量和质量。

此外,伏羲、女娲发明网罟,也让螺祖对蛛网产生了极大的兴趣。螺祖成为黄帝元妃后,教化国民种桑养蚕,纺丝制衣,因而被尊为“先蚕氏”。考古学家曾在荥阳广武镇的青台仰韶文化遗址发现了已经钙化的纺织物,经上海纺织科学院研究所专家鉴定,不仅有麻布,还有丝绸。这是迄今为止我国发现的最早的丝绸,不仅为研究5000多年前纺织技术和纤维种类提供了珍贵实物,也从另一方面印证了螺祖为丝绸之源、服装之祖的历史传说。

蒙蒙细雨中,采访车在迂回的山道间穿梭。薄雾与山崖、绿树、瀑布,交织在一起,云蒸霞蔚,仿佛将我们带入了一处人间仙境。桑梓峪,纺绩台、拴马桩、

蜘蛛洞等一串神秘的景点隐匿在险崖峭壁之巅,顿时让人喜欢上这个神秘的地方。

采访车在螺祖广场前停下。广场上松柏凝翠,透着几分灵气。驻足螺祖石碑前,上书碑文:“自古迄今凡创业之英雄,必有杰出之内助以相佐,我祖轩辕黄帝与元妃螺祖是也。新郑、新密二市之交乃轩辕黄帝之墟,其西北六十余里之荥阳有西陵焉,冈峦起伏,沟壑纵横,林木葱茏,溪流清碧,此乃远古西陵氏之故居地,乃螺祖之故里。世有螺祖,人始知植桑养蚕,缫丝绩纱,而后始着衣裳,其嘉德懿行世代口碑相传,至今遗址遍布,皆有迹可寻……”正当我们专注碑文时,景区一工作人员向我们讲起了这座石碑的一个趣闻。他说,当初安放碑体时,根据估算的重量,用的是一台70吨的吊车,但任凭吊车如何轰鸣,石碑却纹丝不动。后来又用一台100吨的吊车才把碑立起来,但显示的石碑重量却是56吨。

广武山,三皇苑;王宗店村,织机洞;环翠峪,螺祖祠。单从字面上来看,它们与上古时期并无关联,但稍微有点古代知识的人,再把它们联系在一起,就构成了一幅伏羲时代先民在荥阳及周边地区采集、渔猎、教化民众、休养生息的美好画卷。直至今日,这幅画卷和美好传说,仍被当地信奉,并代代相传。

“菲尝”果味葡萄酒 签川渝总代 全国招商全线展开

近日,欧洲葡萄酒巨头法国卡思黛乐在重庆举办“菲尝川渝区域总代签约仪式暨客户答谢会”。卡思黛乐在会上宣布,重庆江小白酒类营销有限公司旗下全资子公司——四川新蓝图商贸有限公司将负责“菲尝(VeRy)”系列果味葡萄酒产品在重庆及四川地区的销售事宜。

签约仪式现场,花样调酒师把清新的菲尝葡萄酒和醇厚的江小白产品来了一场激情“混搭”,娴熟的摇壶、抛瓶,种类繁多的口味调制,把整个品鉴会的氛围烘托得轻松而热烈。

“我们把‘菲尝’果味酒交给新蓝图,不仅看重的是其在四川和重庆地区强大的营销网络实力,更是因为新蓝图对于年轻一代消费者有着深刻的理解与把握。”殷凯坦陈。新蓝图作为重庆江小白公司旗下的全资子公司,由其运营的“江小白”品牌,一直以来坚持以年轻人易于接受的方式进行宣传推广,成功融入年轻消费群体的生活。

“我们相信,凭借菲尝系列产品的精准定位,精湛的酿造工艺,加上新蓝图公司等全国各区域合作伙伴的营销优势,完全有可能在中国创造出一个更加辉煌的葡萄酒‘青春传奇’。”殷凯如是说。据悉,“卡思黛乐葡萄酒”微信服务号“乐享会”已正式上线。消费者关注这个账号即可在线直接订购菲尝系列果味葡萄酒。

“我,耀出彩” ——一汽丰田发布VIOS威驰‘星光版’

为满足年轻消费者多元化用车需求,带来更加超值的用车体验,一汽丰田VIOS威驰于10月10日推出三款1.5L“星光版”车型。黑白混搭的绝妙配色、后排6:4分割座椅等同级鲜有的实用性配置的增加,以及降至5.5L/百公里的油耗,令VIOS威驰“星光版”更加闪耀出彩!其中,“智享星光版”MT/AT车型售价分别为9.48万元及10.28万元,而“智尊星光版”售价则为11.08万元,当之无愧成为年轻消费者的首选车型。

坚守质量经营战略:东风风神全系入围节能惠民车

随着新能源概念的深入人心,节能汽车已经成为消费者与厂商共同的追求。

2014年9月11日,国家发改委官方网站正式公布“节能产品惠民工程节能环保汽车(1.6升及以下乘用车)推广目录(第一批)”(以下简称“推广目录”),国家希望通过推广目录逐步提升对节能汽车的要求标准,激励企业向实现2020年的百公里平均油耗5L的目标不断努力。而能否入选该目录,无疑是对汽车企业和品牌的考验以及激励。

在中国品牌16家企业的102款车型中,素以质量作为生存之本的东风风神,全系车型(S30、H30、H30 Cross、A60、A30)入围汽车推广目录。东风风神自S30始,即以“同等价位,品质更好”和“同等品质,价格更优”两大利器,在自主品

牌整体车市受困的不利环境中,节节攀升。此次入选节能产品推广目录,可谓锦上添花,亦可谓实至名归。

尤其是在1.6L以下区间的自主品牌车型激烈竞争的市场上,“实尚精品家轿”东风风神A30刚刚上市即入选节能推广目录,充分展示了东风风神5年来坚持“质量经营”的成就以及迈向主力军的实力。A30的入围不但展示东风风神“中国品牌质量冠军”的实力,更是对国家推行节能汽车激励政策的最佳阐释。

节能嘉誉,来自品质:丰田、本田以及现代等日韩汽车最为后进者以及外来者,之所以能够在北美打开市场,品牌与节能无疑是其利器。东风风神自成立始,便视质量为生命,在品质上下足功夫,这也是其全系产品之所以享有节能嘉誉的根本原因。追求品质,追求节能,给品牌和消

费者双双带来利益。从现实角度而言,东风风神系列车型就可享受3000元国家节能补贴,加上本次入围的东风风神车型搭载了STT智能节油系统,相较普通版油耗最高可降低15%左右,仅此一项一年可为家庭节省油费2000元。这意味着,与同级车型相比,购买东风风神系列车型,消费者实际受惠将高达5000元。

风神A30,节能典范:中国汽车自主品牌近期遭遇“十二连降”之困局,自主品牌遭遇合资品牌车型围剿,市场销量不断下滑,而东风风神系列却保持了较高增长,这让业界为之侧目。东风风神的战略、品牌以及产品给中国汽车自主品牌以良好的启示,而最近刚刚上市的A30作为节能典范,则对自主品牌实现以点带面的突破,增加了更多思考的维度。A30是东风风神全新DF1平台的首款力作。DF1平台

基于行业标杆平台技术标准全新打造,该平台在尺寸、技术标准、安全性、电子系统、动力系统、适应性改进等六大方面进行了全面升级。平台的先进性,促成东风风神A30与合资品牌一争高下;平台的先进性,保证了A30极其节能的同时,能够输出澎湃动力。

在J.D.Power亚太公司发布的2013新车质量研究报告(IQS)中,东风风神A60以平均百辆新车仅95个问题点的优异成绩,远远超过自主品牌平均水平(155个问题点),荣登自主品牌榜首。S30系列的产品可靠性(VDS)位列中级车国家队第一名,创造了60万公里无大修的记录,上市5年来销量仍保持自主品牌细分区隔前10名,堪称自主品牌“常青树”。A30正是秉承东风风神产品体系这种优良的节能基因,为车系节能产品做出有益探索。