



在这里,聆听中华文明的前进足音

## 来,看看长江南京段三处重要地理标识

□ 苏真 赵志刚



三宿岩



三宿岩被江水长年冲刷形成的溶洞



50年代的秦淮河入口,600年前比这更宽阔很多

### 三宿岩

南京狮子山下静海寺后院内,有一天然形成的小山。山不甚高,怪石嶙峋,围绕转一圈才百十来米,山下有一水塘,因为隐在后院,易为常人忽略。

南宋时这山突兀矗立在临江岸边,江涛急流冲击回旋,气势逼人。清代文学家吴敬梓曾这样描述它;“昔日涌江涛,岩下落征帆”。

南宋绍兴三十一年(公元1161年),金主完颜亮率主力越过淮河,屯兵采石矶,兵锋指向江南重镇建康。

虞允文奉命犒师至宋军阵中,见宋军涣散,毫无斗志,情势万分危急。大敌当前,国家生死存亡之际,虞允文亲自督师,临机设计,沉着指挥。宋军受到激励,奋勇杀敌,采取机动战术,用灵活的快船“海鳅船”撞击金军大船。又设伏兵及时驰援,旋即又用火攻,烧毁金军大船300余艘,杀敌数千,金军终于溃败而退,史称“采石大捷”。

此战挽狂澜于既倒,使南宋政权延长了120年。

战后虞允文乘船回来南京,于江边系舟三宿。岩遂应虞之名成“三宿岩”。

毛泽东曾高赞评价:“伟哉虞公,千古一人”。

863年过去了,沧海桑田,时移势易。因气候变化,江流放缓,江滩淤积成陆,大江主泓西移,此岩渐渐离江日远。

我们每每伫足山前,回想当年大江东去,危岩临江的气势,仍然不免感慨无限,面对这改变华夏历史的伟大地理标识,崇敬之情油然而生。

### 绣球山

元末农民大起义,群雄逐鹿。陈友谅欲攻取建康。朱元璋在卢龙山指挥军队打败了陈友谅,为建立大明奠定了基础。

卢龙余脉有一段在西南临江峭壁,方便战船靠泊出击。1360年陈友谅在安徽称帝后,率大军直扑应天,意图消灭朱元璋。

生死存亡之际,朱元璋夫人马氏协助朱元璋立誓打败强敌。她亲自率领妇女军属驻扎此山,在山中巨石中凿灶埋锅做饭,为浴血奋战的将士服务。

统帅身先士卒,夫人临阵做饭,谋士巧用计谋,大军用命,将士奋勇当先,以一当十。终于击败了轻敌的陈友谅,史称“龙湾大捷”。

大明王朝建立之后,中原沦陷胡尘已久。晚唐五代始,华夏大地分崩离析已近500年,即使从北宋末年开始计算,也有250年,云贵、河西、辽东、燕云十六州



绣球山原为江边矾石

……被外族统治已久,习俗趋同。穿胡服、取胡名、说胡语……已经习以为常。南方南人与北方汉人割裂达400年之久。

汉族民族收复故土的梦想在朱元璋手上得以实现。恢复了北方汉族正朔、挽救了汉族民族,再现了汉唐气象,重新融合了汉族民族概念,澄清玉宇,可谓对汉族历史文化有重塑再造之功,华夏文明得以传承,整合了

以汉族和儒家为主的中华文化。

从这个宏阔的视角来看,绣球山是不是可以更名为——中华岭?

### 红石山、晏公矶

沿着小桃园公园一路向南,走到尽头翻过马鞍山,即是姜家圩与淮滨路“T”型交



非洲肯尼亚布拉瓦海港古灯塔,郑和船队到过这里,郑和看过这个灯塔。



郑和下西洋船队从这里开始出发

## 让民俗节庆带动文旅市场升温

吴学安

裹一只棱角分明的玲珑粽子、系一根祈福纳吉的五色丝线……日前,在扬州市广陵区汶河街道仁丰里历史文化街区,一场以呈现地方端午习俗为亮点,集传统祭祀、古风互动等活动于一体的民俗活动火爆上演,吸引数千市民游客前来体验。现场,由“迎神”“祭酒”和“饮福受胙”等12个篇章组成的端午祭祀活动有条不紊地进行。在扬州市非物质文化遗产代表性传承人夏梅珍的引导下,市民游客跟随主祭共行祭祀礼,共祭先贤屈原、伍子胥,传承端午文化。只见夏梅珍用毛笔吸饱雄黄酒,为在场的孩子们依次画额,用艾草蘸取兰汤,在孩子们的双手、额间、脖颈处轻轻拂过,以此寄托美好祝愿。

十里不同风,百里不同俗。各地风情各异,民风民俗蕴含着源远流长的中华民

俗文化,承载着民族文化记忆和情感认同,具有民族精神的象征意义。近年来,各地文旅部门坚持以文塑旅、以旅彰文的理念,推动文化和旅游深度融合发展,让越来越多有特色的旅游目的地出彩出圈,也让更多优秀传统文化深入人心。

“民俗热”是一个值得借力发力的关键点,抓住这个关键点对促进经济社会又好又快发展有着重要的作用。传统民俗持续走红,不仅为新媒体平台贡献了“流量”,

还推动了地方文旅经济的发展。从去年年初开始,淄博、哈尔滨、天水等城市以其独特的文旅亮点在短视频平台走红,成为推介地方文旅产品、塑造地方形象、吸引外来游客的重要手段,而社火、英歌舞、庙会等带有浓郁地方特色的民俗活动,恰好是最能彰显文化特质、最能吸引人们关注的“精彩流量”。

这些跨越时空的民俗文化,足以唤起人们内心深处的情感共鸣。在短视频和直

播的助力下,诸多区域性的民俗正逐渐摆脱“土味”,成为一种文化符号。2024年汉服首次正式“有名有姓”地登上央视春晚,这是穿越千年的文化之美,更是中华民族逐渐强大的文化自信。

鲁迅先生说过:“越是民族的,越是世界的。”传统文化是一个国家或一个民族的精神和文化底蕴,传统文化是民族历史的积淀,是祖先智慧和经验的结晶。我们热爱民俗,说到底是对经过岁月沉淀而形成的习俗

的认可,是对生于斯长于斯的眷恋,更是对根植于血脉深处的文化认同。

传统民俗“出圈”以后,如何维持热度,成为需要各方思考的新命题。一方面,各地应从顶层设计的角度重新审视民俗活动的核心价值,加强民俗活动的产品化、品牌化和节庆化,以创新的旅游产品、文创商品、国货潮品让民俗活动可购买、可携带、可体验。另一方面,期待更多社会组织广泛参与,共同深入挖掘民俗活动的文化内涵、历史渊源和象征意义,探索其在现代生活中的实际应用,让年轻一代更加了解和珍惜自己的文化传统。

