

农民老许的音乐铺子

■ 本报记者 唐欢 朱芳 文/图

老许在家门口练习乐器，粗糙的手攥着一把二胡，周边是莽莽苍苍的大山。大伙口中的老许名叫许友财，舒城县晓天镇舒川村人。秋后，半山腰上的舒川村正是农闲时节。闲下来的老许，总是在家中摆满乐器的小屋里或在家门口吹拉弹唱。

58岁的庄稼汉，皮肤黝黑，身板结实，腰杆挺得直。乍一看，他和村里的男人没什么两样。可弓子一搭上弦，手指一按，整个人就变了。头微微扬起来，眼里的光把脸上的纹路都撑开了，那股子精气神，不像快60岁的人。

门前的水泥地上，散坐着十来个村民，还有几个游客。妻子杨翠花坐在最前面，安安静静地听，目光始终落在丈夫身上。黄梅戏《夫妻观灯》的调子顺着弦流淌在大山深处。

老许脚边搁着一套焊在铁架子上的家伙什，锣、鼓、梆子拼拼凑凑，成了他的“架子鼓”。演奏到兴头上，他搁下二胡，拿起木棒，抄起鼓槌敲上一阵，左右摆首、前倾后仰，那节奏便是打击乐的样子，几个上了年纪的村民笑得前仰后合，来山里玩的游客掏出手机录了起来。

在舒川村乃至舒城县，老许是个名人。“村晚”上他是台柱子，吹唢呐、拉二胡、敲锣打鼓，缺了谁也不能缺了他。当地搞文明新风宣传，他跟着唱戏搭台，传统调子一响，宣传的话也跟着进了人心，是村里文艺活动的“扛把子”。

一曲终了，老许站起身，两只手在衣摆上擦了又擦，冲记者咧嘴笑了笑，

露出一口白牙，不说话。旁边的村支书陈长春替他开腔：“老许就这样，嘴笨，但手上的活不笨。”

记者问他这些乐器花了多少钱，他低着头，手指摩挲着琴弦，半天憋出一句：“两万多。”再问其他问题，回答总显得不利落，很怯场的样子。不善言语的他，干脆又端起二胡，弓子一搭，比刚才更急更密的调子涌了出来。音乐是他的嘴，话都在弦上。他领头组乐队上“村晚”，舞台上从不怯场，站上去，黄梅戏、庐剧信手拈来。

杨翠花走过来，站在丈夫身后，手搭在他肩上。她说：“我家老许有才气。就是太痴了，除了干农活，就是玩音乐，不怎么爱做家务。”话虽埋怨，语气里全是骄傲。

13岁那年，许友财在学校第一次摸到乐器，从此把自己“搭”了进去。没老师，就对着五线谱硬啃；买不起，就动手做。这套铁架子焊了一个多月，铁条自己弯，锣和鼓从旧货市场淘，梆子是院里

老竹子削的。

上二楼，推门而入，这哪是卧室，就是个音乐铺子。大胡、二胡、马头琴、古筝、唢呐、吉他等数十件乐器把整间房塞得满满当当。

许友财带过二三十个徒弟，不收一分钱，就图个“投脾气”。他告诉记者，他心里总悬着一件事：“我的手艺想传下去，希望村里有人愿意跟着学。”

陈长春站在老许家门口，望着远处层叠的山影，对记者说：“舒川村1030口人散在26平方公里的山岭间，是全县面积最大的行政村。以前路不通、灯不亮，山里人窝着没精神。现在不一样了，每当过年过节或农闲时，老许家门口天天有人，吹拉弹唱，热热闹闹，精气神全上来了。”

许友财自己焊鼓架、攒乐器、教徒弟，用一双种地的手，为这

个大山深处的村子添了不可或缺的音符。

采访结束，车子发动了。后视镜里，那个黝黑的庄稼汉子又坐回了门口，二胡端起来，弓子搭上弦，调子追着车淌了一路。



▲ 许友财在家门口为村民和游客演奏乐器。



▲ 许友财在家里演奏钢琴曲。



► 许友财在家门口练习乐器演奏。

古井贡酒：诗酒年华 烟火盛宴

烟火升腾处，酒香伴皖味。由安徽省委宣传部、省文旅厅指导，安徽广播电视台主办的2026“超级皖”美食争霸赛，正在全省如火如荼开展，这是我省落实“新徽菜·名徽厨”暖民心行动、提振城乡消费、推动农文旅商深度融合的标志性IP工程。作为本届赛事独家冠名品牌——古井贡酒·年份原浆以“品质求真、品行求善、品牌求美”三品工程为根基，以一瓶适配万家餐桌的“年份原浆古5”为纽带，深度扎根全省16市各个赛场，打通美食、美酒、民生、文旅消费全链条，用沉浸式群众互动、全域文化传播，将千年徽酒底蕴与江淮烟火民生相融，在一场美食盛宴中，助力安徽释放消费潜力、弘扬皖地文化、服务百姓美好生活。

美食为媒 政企同心激活消费

消费是拉动经济增长的基础性力量，烟火气是城市发展动人的民生底色。

近年来，我省持续深入实施“新徽菜·名徽厨”暖民心行动，大力培育徽菜师傅、壮大餐饮产业、打造皖味特色品牌，同步推出系列促消费、旺文旅政策，持续激活城乡夜间经济、街区经济、县域消费市场，构建“一市一特色、一县一小吃”的安徽美食发展新格局。在此背景下，“超级皖”美食争霸赛应运而生，自2025年8月正式启幕，该项目跨越江淮南北16个地市，覆盖城市商圈、历史老街、特色文旅街区，打造集厨艺竞技、大众品鉴、惠民展销、文旅推介于一体的全民美食嘉年华。2026年的大赛已于5月下旬拉开序幕，今年拟将上演16场街区突围赛+

16场城市积分赛+1场总决赛的年度盛宴。淮南、合肥、阜阳、芜湖等城市美食争霸赛已然拉开，8月28日、8月29日，“超级皖”宣城站和滁州站即将燃情开战，各路“食神”正火速集结，带来一场盛夏欢乐嘉年华。

数据见证IP影响力：截至2026年中，“超级皖”全网总曝光突破156亿次，线下累计200万人次走进各大赛场参与体验，赛事直接拉动全省餐饮、文旅、农产品、零售综合消费超15亿元，形成“人流聚街区、流量转销量、赛事带产业”的消费闭环，成为全省提振内需、繁荣市井经济的重要抓手。赛事创新推出“战队+本土品牌”联动模式，每支城市美食战队串联本地餐饮商户、非遗手作、特色农产，同步投放千万元专项消费券，联动景区、商超、民宿推出票根优惠、跨城文旅线路，让一场美食赛事撬动全域消费活力，真正把政策红利送到市民游客身边。

办好全民美食盛会，离不开本土头部企业深度参与。古井贡酒作为扎根亳州、辐射全省的徽酒领军品牌，2025年首届“超级皖”赛事便开始参与，2026年全面升级为赛事独家冠名合作伙伴，全程覆盖街区突围赛、积分赛、总决赛全程，实现全省赛场全覆盖、线上传播全渗透。这份深度绑定，并非简单的商业品牌曝光，而是古井贡酒立足安徽本土产业，响应全省促消费、兴徽菜、旺文旅政策号召，主动扛起本土企业责任，推动白酒产业与餐饮、文旅、民生场景深度融合的战略实践。

美食与美酒，是中国人烟火生活里不可分割的文化载体。安徽横跨长江淮河，南北饮食风味迥异，而古井贡酒传承千年九酝酒法的江淮浓香，恰好能适配多元皖味。携手“超级皖”，就是以酒为媒，搭建本土品牌共生平台，一边助力打响徽菜文化名片，一边贴近百姓餐桌做好普惠服务，政企同心激活城乡消费活力。依托“超级皖”全省联动平台，古井人持续践行“做真人，酿美酒，善其身，济天下”价值观，把“三品工程”理念融入赛事每一处细节，以品质好酒服务大众，以惠民活动温暖民生，以文化传播讲好安徽故事，实现企业发展与全省民生消费、文化繁荣同频共振。

全域沉浸式落地 共享舌尖美味与文化魅力

从合肥文一津门水街庐州风味对决，到阜阳临泉顺河老街的皖北美食嘉年华，从寿州古城长桌宴到皖南各县特色街区选拔赛，每一处“超级皖”赛场，古井贡酒专属互动展区都是人气聚集地。

统一打造的“欢欣古5，为超级皖干杯”沉浸式体验专区，标准化设置品鉴台、互动游戏区，全系产品有序陈列，专业讲解员全程服务，让市民游客在品尝皖味美食之余，近距离感受古井贡酒的千年历史文化魅力，打造“观美食竞技、品古井佳酿”一站式群众体验场景。多元趣味互动，拉近了古井贡酒品牌与消费者的距离。



美食争霸赛现场，古井系列品牌依次展出。

街区突围赛活动期间，上千名市民排队参与品鉴，普通市民化身临时“品酒师”，在观、闻、尝、评的品鉴流程中直观感受古井非遗酿造工艺带来的均衡口感，欢声笑语间普及白酒品鉴文化。

现场的创意鸡尾酒免费品鉴吸睛无数。以古井贡酒·年份原浆为基酒，调配清凉夏日特调，适配年轻群体轻量化饮酒需求，打破“白酒只适合宴席”的固有认知，吸引大批青年游客驻足打卡，拓宽白酒日常消费场景。

酒作为中国历史中的一种文化载体，从它诞生之日起便与诗结下了不解之缘，从曹操的“对酒当歌，人生几何”到李白的“五花马，千金裘，呼儿将出换美酒”，再到苏轼的“明月几时有？把酒问青天”，酒与诗一起，经历了人生的悲欢离合，酒激发灵

感，诗升华酒意，二者水乳交融，共同构成了独特的“诗酒文化”。此次古井贡酒参与的“超级皖”赛场活动中，诗酒投壶、诗词飞花令等传统民俗备受欢迎，观众互动频频。现场“酒韵飞花令”以“年、味、酒、庆”为关键字开展诗词接龙，将传统诗词文化与酒文化深度融合，在趣味游戏中传承中华优秀传统文化。

大众烟火 一壶美酒适配全场景需求

立足“超级皖”市井烟火、大众宴席、高端品鉴多元场景，古井贡酒构建分层清晰、精准匹配的产品矩阵，覆盖不同消费人群、不同消费价位，全方位服务百姓日常餐饮需求。

“年份原浆古5”是整场赛事绝对核心主

推单品，赛事主视觉、户外大屏、舞台背景、宣传物料全部围绕“古5”打造，精准契合赛事“大众烟火、百姓宴席”核心定位。

“年份原浆古5”成为餐桌标配，核心源于三重优势：其一，品质根基扎实，传承千年九酝酒法，依托明清国窖窖池、桃花春曲、无极之水精工酿造，酒体窖香清雅、粮香纯正，入口绵甜顺滑不刺喉，重油重辣皖北硬菜、清淡鲜爽皖南家常菜、咸鲜适口中江淮土菜均可完美适配，是适配全院风味的“百搭佐餐酒”；其二，价格定位亲民，卡位百元主流大众消费价格带，平衡品牌、品质与性价比，深耕餐饮、流通、宴席多年，全省百姓消费认知基础深厚；其三，场景覆盖全面，家庭小聚、朋友夜市小酌、城乡普通宴席、小型商务简餐均可选用，依托“超级皖”全省赛事持续强化“用餐配古5”的大众消费理念。

下沉市场、平价小吃市集赛道，古井贡酒同步铺市老瓷瓦，高性价比口粮酒精准匹配夜市、小吃摊平价聚餐需求，多场地方赛事现场出现售罄补货的火爆场面，牢牢抓住县域、街区大众日常消费市场。

惠民深耕 践行社会责任服务民生发展

“品行求善”是古井集团“三品工程”核心要义之一，此次携手“超级皖”开展全系列合作，是古井贡酒立足本土、服务百姓、反哺地方的社会责任实践。

好酒源于好粮。古井贡酒的所有原粮均来自皖北规模化原粮种植基地，龙亢农场等专属种植基地标准化培育酿酒专用小麦、高粱，既保障白酒酿造品质，又稳定本地农户种植收益。在“超级皖”赛场，古井贡酒同步展销基地原麦粉、杂粮等农特产品，赛事客流带动农产品线下直销，同时依托直播间线上带货，打通“农田—赛场—百姓餐桌”产销通道，助力乡村优质农产品拓宽销路，以白酒产业带动乡村种植产业增收，助力乡村振兴。

长期以来，白酒行业存在受众老龄化痛点，古井贡酒依托“超级皖”街区夜市、青年短视频打卡、创意鸡尾酒体验、诗词国风互动等年轻化玩法，主动贴近年轻消费群体，改变年轻人对传统白酒的刻板印象。赛场大量青年游客主动参与盲品、短视频打卡、投壶活动，在轻松休闲的市井场景中接纳白酒文化，培育新生代本土消费力量，为安徽白酒、餐饮产业长远可持续发展注入青春活力。

灶火不息，皖味绵长；酒香相伴，烟火常新。一场场覆盖江淮大地的“超级皖”美食盛会，盛满人民群众对美好生活的向往；一瓶传承千年酿造技艺的古井贡酒·年份原浆，承载本土企业服务民生、振兴产业的初心。诗酒年华，藏在街巷烟火里；产业振兴，始于政企同心间。古井贡酒携手“超级皖”，以一杯适配万家的好酒为纽带，激活消费一池春水，弘扬厚重鲜活的皖地饮食与酒文化，在落实暖民心行动、推动农文旅商融合、促进内需持续复苏的道路上稳步前行。

（凤鸣 华丽）
（本栏图片由古井集团提供）