



我是生活家

110米长巨型风筝 飞上天啥感觉?

万万没想到 还有120米“夜光版”的

通讯员吴越悦报道 看110米的自制风筝上天是什么感觉?让风筝不仅能白天在高空翱翔,还能在晚上点亮夜空,又是怎样的浪漫?近日,金华永康的风筝达人陈庆峰和朋友徐

兴荣自制的110米巨型风筝,终于飞上天了。

让巨型龙风筝有“永康特色”

陈庆峰今年44岁,从小就喜欢风筝。



陈庆峰和巨型龙风筝

去年2月份,在一次偶然的机会中,他加入到一个全国风筝群,除了能跟来自全国各地的风筝爱好者一起交流外,通过这个途径,他还了解到全国各地的风筝文化,也买回了很多巨型风筝。

买来大多风筝,都来自山东,在陈庆峰家,现在已经有近百个风筝。有30个平方米的蝌蚪风筝、50米长的带鱼风筝,21米长的鲑鱼风筝,还有12米长的嫦娥风筝等,这些巨型风筝价格不菲,陈庆峰介绍,就拿21米长的鲑鱼风筝来说,一只价格就要6000元。有些风筝不仅价格贵,而且质量还不好。

既然自己对风筝这么感兴趣,那为何不自己做?还可以加入一些永康元素。有了这个想法后,陈庆峰就和朋友徐兴荣开始琢磨自己做巨型风筝。

小时候,他们都有过做普通风筝的经验,但是要做巨型风筝,肯定跟普通风筝不一样。他们最先挑战的是88米的龙形风筝。

为了让风筝更结实,陈庆峰选择用雨伞布做材料,既防水,又不容易破。横杆采用的是碳钢,不仅轻,而且韧性好,腰片和龙头都是手工制作。

他们完成龙身的制作后,为使龙头贴合永康的传统民俗,还专门找了永康一位做龙

灯的师傅,让其做了一个嘴巴、眼珠子都能动的龙头,飞上天后,更为逼真好看。

耗时一个半月后,这条88米长的龙形风筝终于做好,而且试飞成功。后来,两人一发不可收拾,开始挑战110米印有“腾飞永康”的龙形风筝。

有之前的基础,这条110米的巨型风筝看似做起来会省力一些,但其实并不是,光是由168片腰片做成的龙身就需要四五十个小时的制作,陈庆峰说,这些腰片都是纯手工制作,一个小时只能做3~4片。制作完成后,因为风筝上用的线有弹性,还要经过20多天的拉直处理才能上天。经过一个半月的努力,巨型风筝终于完成,但是试飞时,陈庆峰却发现,风筝能上天,但是飞起来无力,所以,他只能重新进行改造。

想把传承与创新更好融合

在一次次改造后,印有“腾飞永康”的巨型“龙风筝”,终于在10月5日这天试飞成功。

陈庆峰说,因为风筝太大,运送的时候,他的小车还装不下。一般放风筝的季节是在春天,但陈庆峰说,其实有风,一年四季都可以。

风筝加上龙头总重有5公斤,要放上天的,主要是龙身,

光是摆龙串就得花费不少时间,起飞时,需要小跑几步才能把风筝送上天,飞起来后,得两三个人拉,并且一定要戴着手套。收风筝时,更需要两个大人分别拉两侧腰线,合作完成。一场下来,已是汗流浹背。但是看到这条有永康特色的巨型风筝成功飞上天后,陈庆峰和徐兴荣还是开心不已。

陈庆峰说,接下去,他还将挑战120米长的龙形风筝,除了在原先的基础上,有长度的改变之外,还会融入更多的永康元素。而且他还将尝试在这条龙形风筝上装上“夜光”装备,在此之前,通过学习摸索,他曾尝试过给其他稍小型的风筝装上LED灯,在空中可以维持三四个小时,而且可以遥控,很方便。但是要在这么长的龙形风筝上“亮灯”,还是要通过一些更深层的摸索。

“希望把更多永康元素融合在风筝技艺里,不仅仅局限于自己熟悉的材料和技法,而是引进新工艺、新技术,把传承与创新融合在一起。”陈庆峰说,喜欢风筝的人很多,但是真正能动手做的并不多。他认为,风筝属于传统文化的一部分,这些优秀的民间技艺需要一代代人去传承。既然自己有兴趣,更应该把这门技艺传承发扬下去。

退休了 我们自驾游去

这对衢州夫妻 十年饱览祖国大好河山

通讯员陈霞、杨莉报道

一辆车,两个人,十年时间,衢州一对恩爱的退休夫妻自驾游全国,饱览祖国的大好河山。

“旅行是一种享受生活的方式,让人心情愉悦。”说起退休后自驾游的种种经历,徐鲁和妻子单梅英脸上有笑,眼里有光。他们还一个劲儿地号召更多同龄人走出去看看。

用脚步丈量对生活的热爱

重阳节前夕,笔者来到府山街道北门社区,第一次见到70岁的徐鲁和65岁的单梅英,两人面带微笑,神态轻松自若,精气神与年轻人无差。

“我们年轻时是打篮球认识的,志趣相投,都喜欢旅游,当年还旅行结婚了一个多月,算是比较潮流的。”徐鲁说,婚后有了孩子,加上工作忙,没时间出远门。

旅行就像年轻时被压缩的梦想,一退休,这个梦想就被彻底打开了。

2013年,夫妻俩正式退休后,达成共识,趁着身体好还走得动,尽可能先去远的地方。起初,他们基于安全考虑跟团出游,后来发现跟团出行受限太多,路上的时间长,游玩的时间少,于是便尝试自驾游。“自驾游随心,随走随停,能更好地游历大好河山,看看国家的变化。”徐鲁说。

“不走出去看你也不会知道,现在各地的变化都很大啊!”徐鲁感慨,除了城市,现在乡村也建设得很好,这样的旅行方式更能感受当地的风土人情。

旅行不单是看风景,也少不了吃。每到一个地方,他们最喜欢的就是找当地小吃,新疆的羊肉串、广西的粉、广东的早茶、陕西的羊肉泡馍……几乎每一个地方,都有一种味道让他们回味无穷。

“都说桂林山水甲天下,但现在发现中国好看的山水太多了,张家界、梵净山、龙脊梯田、恩施等等,我们想再去第二次的地方都数不过来。而且,一定不能只去景区,还要去周边逛逛。”谈及这些年的自驾游经历,夫妇二人总有太多的美好记忆分享,眼里闪烁着光芒,表达着对这个世界的热爱和好奇。

出门在外,安全是最重要的。这些年的自驾游,徐鲁一般都自己开车,没有一次违反交通规则的记录,驾照也没有被扣过。他说,他的安全秘诀就是礼让三分,严格遵守交通规则。

十年自驾游,两人几乎携手走遍了全国所有的省、自治区和直辖市。要说心得,二老一致认为,中国的老年人不要只想着儿孙,也要学会为自己而活。一定要在平时锻炼身体,有强健的体魄,多出去走一走。“趁现在还走得动,不给自己留遗憾。”徐鲁笑着说。

座木头桥,供车辆通行;在重庆的龚滩古镇,100多元一晚的民宿,老板分外热情,不仅厨房的调料供他们随意使用,还免费给了他们很多的菜……

没有一条违章记录

在两人的家中,10多本做满记号的地图放在客厅茶几上显眼的位置,一面墙上挂着十来顶从各地买来的形状各异的草帽,电视机正播放着乡村旅游的节目。徐鲁说:“一起出门基本上是我做攻略,我没事在家就喜欢研究哪里好玩,然后在地图上做上标记。”他们出去自驾游,从来不走回头路,所以出门时也会带上纸质地图。

“出去旅行不仅是让人心情好,还让我们更爱学习,紧跟时代,出门都被大家夸年轻。”为了在外面玩得更好,夫妻俩还主动学习了很多技能。不仅导航、买票、住宿、旅行攻略等APP用得很熟练,还在老年大学学习摄影。移动硬盘中存满了数不清的照片,徐鲁说:“这些照片都是这辈子美好时光的记录,等我们以后走不动了还可以回头来看看。”

在他们的车里,吃的、喝的、常备药品、小凳子、氧气罐等一应俱全,他们说:“我们经常说走就走,这样不耽误时间。”

一次旅行大约要花上一个半月甚至更久,每到一个地方旅行完之后,夫妻俩再自驾游回家,在家里待了一段时间后,又出发去新的旅行地点。就这样,他们一直走在自驾游的路上,长途旅行一年至少2次,几天的短途游更是不计其数。

徐鲁和单梅英都比较随性,看天气、看气候出行,到舒适的地方去,出门了就走到哪儿算哪儿。比起那些热门景区,他们更享受在路上的慢时光,可以边走边看边学习。上一次远途,自驾去了湖南、广东、福建,紧接着又飞去了新疆游玩。3月中旬出发,到4月中旬回家,刚好一个月左右。

出门在外,安全是最重要的。这些年的自驾游,徐鲁一般都自己开车,没有一次违反交通规则的记录,驾照也没有被扣过。他说,他的安全秘诀就是礼让三分,严格遵守交通规则。

十年自驾游,两人几乎携手走遍了全国所有的省、自治区和直辖市。要说心得,二老一致认为,中国的老年人不要只想着儿孙,也要学会为自己而活。一定要在平时锻炼身体,有强健的体魄,多出去走一走。“趁现在还走得动,不给自己留遗憾。”徐鲁笑着说。

秋日田园美如画

从空中俯瞰武义县大田乡徐村田园彩稻,广袤的田园和山川,金黄的水稻、缤纷的花海、层层叠叠的茶园与农房、公路相映成趣,构成了一幅美丽的乡村秋日画卷。

通讯员张建成、李云升 摄



让生活服务类平台更清朗

中国生活服务类平台发展迅速,不断推出新产品新服务,为百姓日常生活提供了很大便利。为加强生活服务类平台信息内容生态治理,中央网信办近日部署开展“清朗·生活服务类平台信息内容整治”专项行动。

信息内容乱象时有发生

生活服务类平台,连接的是人与服务,其主要功能包括提供出行旅游、配送、家政、租房买房、子女教育等服务。谈到生活服务类平台,许多网友用“方便”“快捷”等词来形容。“一键下单,送菜到家。”北京的刘森说,生活服务类平台的发展让生活更便捷舒适,足不出户就能买菜、买药。

生活服务类平台已深度融入中国百姓的日常生活。中国互联网络信息中心近日发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至今年6月,网约车、在线旅行预订的用

户规模较去年12月分别增长3492万人、3091万人,增长率分别为8%、7.3%,成为用户规模增长最快的两类应用。

与此同时,生活服务类平台中存在的乱象也值得警惕。部分平台内容审核把关能力不够强,在流量和利益推动下产生了一些信息内容问题。比如,不少人到陌生城市品尝当地特色美食前,会通过生活服务类平台上的店铺评价和信誉评分进行筛选。然而,部分“刷单炒信”正让消费者依赖的一些渠道变得不那么可靠。

国家市场监督管理总局曝光了多起在生活服务类平台上组织人员进行“刷单炒信”的不正当竞争行为。据了解,当事人根据平台入驻商家打造所谓“网红店”的需求,招募大量平台“大V”到店付费用餐。“大V”在用餐后,编造好评“作业”发布并予以高分点评。当事人对“大V”的“作业”审核后,将餐费

予以返还。当事人通过此类方式在平台内提高了相关商家的星级并大量增加优质评价,通过内容和流量双重造假,帮助商家欺诈骗导相关用户。

除了通过虚假信息误导消费者,部分生活服务类平台中的不良信息也要引起注意。比如有的平台商家以休闲娱乐、陪玩交友、旅游搭子、上门按摩等名义,发布低俗图文、视频信息,诱导网友私聊并推介线下色情服务。有的电商平台店铺及个人账号通过黑话暗语、谐音词、伪装成正常商品等形式,发布色情低俗动漫、视频、小说、游戏以及其他违法违规商品信息。还有平台借“皇历”“星座”等名义宣扬“命理风水”“运势皇历”等迷信内容,提供塔罗、年运婚运、灵签占卜等付费算命问答服务。

维护网民切身利益

专家认为,生活服务类平

台一头连着商家,一头连着消费者,加强此类平台信息内容生态治理,是积极回应社会关切、维护网民切身利益的具体行动,也是推动平台持续健康发展的内在要求,相关部门应加大整治力度,提升治理效能。

据了解,“清朗·生活服务类平台信息内容整治”专项行动聚焦一些突出问题,比如为线下违法活动引流、搜索环节呈现违法信息、发布违规营销信息、组织操纵刷分控评、推荐低俗不良信息、传播网络迷信信息、散布炫富拜金和暴饮暴食等不良导向信息等。

中央网信办相关负责人表示,要抓重点平台,针对团购评价、婚恋交友、搜索引擎、影视点评、天气日历、旅游出行、网络购物、地图导航、本地生活、运动健康、实用工具等生活服务类平台,压实主体责任,规范信息内容发布;要抓重点环节,

紧盯跟帖评论、信息流推荐、直播、短视频、榜单弹窗、高风险产品等,排查风险漏洞,补齐短板弱项。

整治生活服务类平台信息内容乱象不是单一环节,今年有关部门还围绕新情况新问题以及制约治理成效的难点,开展一系列专项整治工作,包括整治“自媒体”乱象、打击网络水军操纵信息内容、规范重点流量环节网络传播秩序、优化营商网络环境、保护企业合法权益、整治暑期未成年人网络环境、整治网络戾气等。

业内人士认为,每一次整治行动瞄准的都是人们反映强烈的现实难题,打击的是网络乱象中的深层次矛盾。净网绝非一朝一夕,清明靠的也不是一招一式。推动形成良好网络生态,必须一抓到底、标本兼治。

据人民网

