

五月的风拂过山野,也拂过母亲渐白的鬓发与布满岁月纹路的双手。本期母亲节专题,我们采撷了几段质朴的文字——儿女们记起那碗温热妥帖的枇杷粥,摩挲过粗糙如老树皮却始终温暖的手掌,也念着深夜里母亲为自己长留的那一盏灯。白发藏着家的年轮,双手揉进三餐的深情,她们把爱藏在唠叨里、一蔬一饭里,也藏在从不肯说出口的目送里。时光易老,但那份无言的守护从未褪色。愿这些关于母亲的故事,能让你想起家中那个为你撑起一片天的人,想起那句胜过万语千言的“等你回来”。在这个属于母亲的时节,别忘了握住她的手,把日子里的暖,慢慢说给她听。

鬓边霜 掌中暖

——母亲节专题

那双手

□刘安波(科技公司)

母亲六十了,眼角的纹深了,白头发也多了。她老说自己“不中用了”,可每次我一回家,桌上准摆满我爱吃的。红烧肉炖得烂乎乎的,是她小火慢熬了两个钟头;酸菜鱼里的酸菜,是她坛子里提前腌好的,酸得刚刚好。她不懂什么精致不精致,就是把那点心意,全揉进菜里了。

我三十好几了,站在公司落地窗前看楼下车来车往,忽然就想起母亲那双手。小时候给我缝衣裳,离家时帮我收拾箱子,现在那双手全是褶子,粗得跟老家院里那棵老槐树皮似的,可摸着,是暖的。

以前我嫌她管得多。天冷催加衣,下雨让带伞,连写个字她都要在旁边念叨握笔姿势。那时心里老嘀咕:我都多大了,还用你管?后来十八岁出去上学,一个人在外头,冷了饿了没人问了,才一下子明白——她那不是管,是她只会这么爱我。

去年冬天她来城里看我,住了几天。头一回坐高铁,头一回用手机扫码,看见大楼都有点怯怯的。我带她逛商场,她老说太贵不要,最后硬挑了件最便宜的羽绒服。晚上坐沙发上,她看着窗外霓虹灯,说了句:“城里灯真亮,比咱家院里那灯泡亮多了。”我听着,鼻子一酸。她一辈子没出过远门,没享过什么福,把那点好,全留给我了。

如今我自己也有了家,才越来越懂她的不容易。她用那瘦瘦的肩膀,扛起一个家;用那双糙手,给我撑了一片天。她的爱从不大张旗鼓,就藏在每顿饭里,每句唠叨里,每道皱纹里。

人老了,我也长大了。她的爱就像手上那褶子,看着不起眼,摸着才知多深。我能做的,就是多回去几趟,握住她的手,像当年她握住我那样。

窗外的车还在跑,我拿起手机给母亲发了条消息:“妈,想回家,想吃你做的酸菜鱼。”没一会儿她回:“好,妈给你腌酸菜,等你回来。”我盯着屏幕,笑了。她的爱,从来没变过,只是在皱巴巴的时光里,一年一年地长。

母爱无声

□杜仁飞(双瑞公司)

五月的风,轻轻暖暖的,带着点初夏的花草香,也悄悄捎来了母亲节。

说起母亲这个人吧,她没干什么惊天动地的大事。她就是个普普通通的女人,一辈子围着锅台转,围着孩子转,围着这个家转。可就是这么一个普通人,把她那点温柔,全都搁在我们身上了。小时候,她守护着,怕我们磕碰着。那时候不懂,觉得她管得多,唠叨。长大了才知道,她的唠叨里藏着多少担心,她的管束里裹着多少疼爱。她嘴上不说什么,可心里头一直挂着。在那些油盐酱醋的日常里头,她没说过一句“我爱你”,可每顿饭、每件洗得干干净净的衣服,都是她替我们撑起的一小块安稳。

日子过着过着,她的头发白了,一根一根的,像是岁月悄悄落的霜。她的腰也弯了些,走路没有从前利索了。可她总说自己好好的,让我们别挂心,忙自己的去。想起她年轻时的照片,扎着两根辫子,穿着碎花裙,眼睛亮闪闪,笑起来像朵花。那时候她也是个爱美的姑娘,喜欢漂亮衣裳,喜欢跟姐妹说说笑笑。可就因为一声“妈”,她把那点娇气全收起来了,把那些小任性都藏到了最底下。她学着做饭,学着缝补,学着在深夜哄哭闹的孩子,学着在艰难的日子里撑起一个家。半辈子,就这么过来了。

她的爱不怎么出声,可深得很。像老屋墙角那口井,平时看不见,可无论你什么时候去舀,都是满的。真要回报她,也用不着多复杂。一句暖心的问候,她就高兴半天;一回踏踏实实陪伴,她能在邻居跟前念叨好久;一点小心意,她嘴上说“花这钱干啥”,可转过身,眼眶就红了。

就盼着岁月能对您好一点,让所有当妈的,都平平安安的,眉眼一直带笑。母亲节到了,别光在心里想着,去跟她说说说话吧,哪怕只是一句“妈,我想你了”,也够了。

一碗枇杷粥

□洪兴贵(科技公司)

老话说,谁言寸草心,报得三春晖。又是一年母亲节,正赶上我今天值班,没办法陪在妈妈身边,就提前一天回了趟老家。

推开家门,就看见爸妈正弯腰忙着。他俩在收拾五一那会儿割回来的油菜籽,一点一点地挑,仔仔细细地把壳弄干净,也不嫌累,干得挺认真。我站在旁边看了好一会儿,心里忽然就明白了:怪不得家里自己榨的菜籽油那么香,不光是油好,那是爸妈一下一下忙出来的味道。这世上最好的东西,大概就是爹妈亲手操持出来的这口家常饭。

不忍心看他俩忙活,我转身去院子里摘了些枇杷。树是靠着山长的,果子自然熟,没打过药,一个个饱满满满的,很甜。我把枇杷洗干净,熬了一锅粥。枇杷这东西润肺止咳,对嗓子也好,喝下去清清爽爽的,很舒服。

回家的时间总是过得快,一晃就该走了。临走前,妈早就去菜地割了把韭菜,新鲜得能掐出水来,塞了满满一袋子,一个劲儿往里装,生怕不够我吃。拎着那袋韭菜,我心里一酸,有一肚子话想说,可到了嘴边,又不知道该讲哪一句。

妈妈的爱,从来不多说。在这儿,我真心祝我亲爱的妈妈节日快乐,身体健康健康的。也跟天下所有的妈妈说一声:你们辛苦了。是你们用那份不说出口的爱,陪着我们一起一天天长大,走过风风雨雨,慢慢把日子过明白,一步步走到了今天这个踏踏实实的年纪。

念亲恩

□李天俊(复合肥一体化)

小时候
家中没有明亮的灯
月色却格外澄明——
父亲尚未归来
母亲便倚门而立
像一钩
把夜色等软的月亮
那时我认定
父亲是暖阳
母亲便是皎月
她用一袭清辉
把浓稠的黑夜
一寸寸亮开

如今
灯火寻常 霓虹泛滥
月光被洗得薄了
星星藏进光子
我在人海里匆匆赶路
旧时月色 悄然淡去
换作霓虹深处——
一盏只为我留的灯

母亲把年华
一寸寸拨进油里
青丝染霜 灯焰渐瘦
可她依然在
万家灯火的阑珊处
静静为我守着那盏灯
不问归期 不问远方
只求我岁岁安康

从一瓶山泉水说开去

□林卓欣(复合肥一体化)

本是奔赴峨眉山麓的一场休闲之旅,行至途中,农夫山泉峨眉山生产基地的指示牌却勾住了我的目光。这家企业把生产基地做成了可预约、可参观的开放空间,让我对这个货架上的常客生出了好奇。

彼时未曾想到,这次偶遇竟会从一个瓶子的透明工厂,延伸出一场关于农资行业“信任经营”的深度思考——从“人口安全”到“源头安全”,让产品被看见、被信任,或许是所有品牌殊途同归的底层逻辑。

山水间的“透明工厂”

踏入厂区,先穿过一段绿岛,进入大楼后,室内智能设备林立,从瓶胚塑形、灌装封盖到贴标分拣、成品打包,全流程由流水线无缝衔接,全程无需人工频繁干预。但比机器更令我印象深刻的,是这里并没有把“工厂”只做成生产场所。

室外更像一座精心打理的花园:树木、花草、步道与水源相连,植物旁设有说明标识,游客可沿着路线寻找泉眼。那一刻,农夫山泉反复强调的“天然水源”,不再只是瓶身上的几个字,而变成了一段可亲身走过的体验。生产线展示的是品牌幕后的底气,而花园、泉眼与参观路线,则把这

份底气转化成了可感知的品牌现场。从宣传片到主题展陈,不断向消费者传递一个核心认知:这瓶水不只是解渴的商品,更承载着优质水源与严苛品质。

在传播上,农夫山泉同样用心。每张参观门票都被雕琢成明信片样式,留存旅途纪念;溯源打卡页面可自动生成带有专属时间戳的海报,让每位参观者都成为品牌自发的传播者。这艘于细节处藏巧思的沉浸式体验,让品牌的差异化理念不再局限于纸面宣讲,而是化作大众可亲眼看见、愿意传播的感受。

这正是农夫山泉打法的精妙之处。它没有依靠高价塑造品牌,而是在普通饮用水的价格区间里,把“优质水源”转化为产品差异,再通过工厂参观、水源溯源等方式,把抽象品质变成可见、可信任的品牌场景。资源本身不会自动形成竞争力,只有当资源被市场理解、被客户认可时,它才真正成为企业的品牌壁垒。

参观中还有一处细节:农夫山泉

并未仅聚焦单一生产线,而是在动线中自然植入水饮、茶饮、功能饮料等全品类产品。参观者看似在观摩一瓶水的生产过程,实则潜移默化地读懂了品牌的产品矩阵。其开放生产基地的核心目的,不是创造“游客经济”,而是依托水源优势持续构建品牌信任——这正是“信任经济”的典型样本。

让看见化为信任与选择

把这份感受放回农资行业,二者底层逻辑相通。农夫山泉让消费者相信“这瓶水安全、天然”;农资产品面对的,则是土地、作物和农户一年的托付。如果说饮用水品牌经营的是“人口安全”的信任,那么农资品牌经营的,就是“源头安全”的信任。

农资行业本质上同样是“信任经济”。一袋化肥的品质,直接关乎土壤健康、农户收益。对农户而言,选购肥料不是简单比价,而是在选择收成后的稳定性,是对品牌实力与技术服务的长期信赖。这次参观,为我提供了一

条清晰的思考视角:品牌经营不能只强调“我们拥有什么优势”,更要主动回应“客户能看见什么、理解什么、信任什么”。

让产品体系被看见。农资品牌表达不能只有一个笼统口号,需要清楚的产品层次:有的承担基础保障,有的面向高效种植。产品线讲清楚后,品牌传播才不容易散成孤立的点。

让示范田成为“可探索的现场”。如果说农夫山泉让消费者去“探索工厂”,那么公司更适合让客户去“探索试验示范田”。对于化肥产品,最有说服力的不是生产线,而是产品使用后的作物表现。客户真正关心的是:用了以后长势有没有差异、产量有没有变化、投入产出是否划算。

因此,试验示范田需要透明化、数据化。似可参考农夫山泉线上“探索工厂”的思路,建设“探索试验示范田”线上页面,将开放合作的经销商、种植基地纳入统一地图。每个示范点持续更新施肥方案、作物长势、对照数据、产量表现和投入产出测算,让品牌宣

传从“我说好”转向“数据证明好、田间看得见”。

让合作与传播形成闭环。对于愿意开放示范田、配合数据记录的经销商和种植基地,可给予技术支持与宣传资源。同时,还可探索与农科院校、现代农业园区合作,打造“美丰丰收田”“美丰示范花海”等体验场景,同步嵌入技术服务二维码和购买咨询入口,让“看见美丰”转化为“信任美丰、选择美丰”。

归根结底,品牌经营的深处是信任经营。农夫山泉把水源地、生产基地和透明化传播结合起来,是为了让消费者相信“这瓶水值得选择”。我们若能把洁净天然气原料、绿色制造、科技服务和田间示范连接起来,也是在让客户相信“这袋肥科学、可靠、值得托付”。当安全被看见、品质被验证、服务被记录,品牌才可能从一次购买,走向更长久的选择。

一瓶水藏匠心,一袋肥见信任。此次峨眉湖畔的探访,最大的收获,是看见了一个品牌如何把自身优势转化为大众可感知、市场可信任的价值。循着这样的思路,久久为功,或许能在同质化的农资行业中,走出一条兼具品质底气与品牌温度的长远之路。