

# 智能手表社交的时代 孩子们寄出第一封手写的信

武汉晚报讯(记者覃柳玮 通讯员叶娟 金凯)语文教材教小学生写信,但从未接触过纸质信件的他们,人生的第一封信要写给谁呢?

最近,在青山区钢城第十二小学403班,课间总能看见有学生捧着一封信在仔细阅读,他们偶尔还和周围的人窃窃私语,交流自己想象的旅行计划。有的信因被翻看了太多次,信封封口都破了。据了解,这些引人欢心的信来自3000多公里外的新疆乌鲁木齐。

2024年12月初,403班的班主任、语文老师张安娜给孩子们上第七单元,教材要求教学生写信。张安娜坦言,自己今年27岁,都十几年没写过信了。“班上的这些‘15后’有的连信都没见过。学了写信技能,真的能用上吗?”

带着疑问,张安娜开始求助互联网。她在社交平台发帖,寻求其他语文老师的帮助。没想到,浙江、江苏、湖南等多地的语文老师给她发私信,表示可以与自己的班级结对,两地学生互相写信寄信。

这一想法既新颖又能将课本知识运用于实践,与同学们交流后,班上炸开了锅,每个人都极其兴奋。最终,张安娜联系上位于乌鲁木齐的兵团十二师高级中学义教部401班语文老师李嘉祺。

李嘉祺今年24岁,她也是第一次上四年级语文。两位老师互换了学生名单,为了让孩子们更有共同话题,尽量按性别进行匹配,每个孩子都分到了笔友。

第一次写信,而且是给3000多公



钢城十二小403班学生们收到信后露出开心的笑脸。

里外的笔友写,两个班的每个学生都很重视。老师建议学生们先进行自我介绍,再介绍一下自己的城市。第一遍先打草稿,老师批改,学生再誊写到信纸上。信纸可以自己设计,有的孩子贴上了卡通贴画,有的还买了冰箱贴等小礼品放进信封。

等待的时间太过漫长,为了满足孩子们急切的心理,寄信的过程改成了全班信件一起打包快递。

2024年12月23日,张安娜收到李嘉祺发来的照片,全班同学举着信拍照,新疆的小朋友已经收到武汉的信。24日,武汉的孩子们也收到了新疆的来信。几乎每封信都向对方发出了来自自己家乡旅游的邀请。

刘子沐的笔友叫李家乐,李家乐在信中介绍了新疆的四季,他写道:“春天

万物复苏,还有一些没有融化的雪。夏天,人们急忙去买雪糕。秋天,我骑上心爱的自行车吹着凉风。冬天气温能到零下20摄氏度。”

刘子沐今年9岁,张老师还在一个个发信时,他就忍不住拆开来。“我太激动了,这是我第一次写信,我给李家乐介绍了黄鹤楼、龟山电视塔等。平时我们的作文只要求写400字,这次我写了600字的信。”

同样兴奋的还有蔡允美,她是个小吃货,她给笔友贾李辰介绍了武汉的美食热干面、豆皮。没想到,她和笔友心有灵犀,贾李辰的信也写了阿克苏的糖心苹果、吐鲁番的葡萄。程星润的笔友袁嘉禾介绍了新疆的雪景,信封里还有三张雪景照片。程星润说:“我平时和河南的外婆联系,都是打视频电话,电



学生们正仔细阅读笔友的来信。

话挂了就没了,但信可以一直留着,我一定会珍藏起来。”

一次特殊的教学活动将从未谋面的孩子们奇妙地联系在一起。据了解,张安娜和李嘉祺正计划着通过视频连线的方式,让两个班的笔友们在网上见面。他们也鼓励孩子们,可以继续和笔友通信,信寄到对方学校的门卫室。

张安娜说:“对于这些互联网时代出生的孩子来说,写信不再是沟通的需要,这一过程变成了一种仪式感。每封信他们都一个字一个字地认真书写,生怕写错。写信是慢通讯,书写的过程、等待的过程,更多了一些对朋友的用心和珍重,给生活增添了惊喜。将知识运用于实践,在实践中开阔眼界,我想让孩子们知道,语文不仅在书本上,生活处处有语文。”

## 国际品牌落户“首店”,老字号接连“首发” 江汉路“首”风劲吹吸引高流量

5日,刚刚入驻江汉路22天的意大利品牌欧蒂姆店内香气四溢,货架上摆满了各种精致的意式甜品。精心包装的手作牛轧糖、巧克力种类繁多,长条形巧克力糖包裹的橘子果干带来清爽的口感,还有莫斯卡托、布拉凯多等多款意大利精品起泡酒。

众多顾客在店内品尝区里品尝到刚刚出炉的美食,店铺的一角还展示了巧克力模具、榛子等意大利传统的制作工具和原材料,游走其间仿佛置身于意大利的街头小店。

这是欧蒂姆在中国开设的首店。作为意大利百年企业巴贝罗巧克力公司与中方合资建立的品牌,巴贝罗董事长戴维德·马达莱诺表示:“江汉路游客众多、店铺漂亮、建筑独特,我们的品牌和江汉路的复古气息十分契合。”

据了解,目前像欧蒂姆这样的首店在江汉路已有100余家。在江汉区,已入驻各类首店475家,成为各类首店扎根武汉的必争之地。

### 首店、首秀、首展“瞄准”年轻面孔

元旦当天,位于江汉路永利银行旧址的茑屋书店里人头攒动,不少年轻人或是赏玩精致瓷器,或是翻阅书籍。茑屋书店是日本茑屋品牌在华中区的首家门店,大学生朱妮专门约了同学从武昌来到这里,“点一杯咖啡,拿一份小食,和朋友坐在露台旁,边翻书边看街



欧蒂姆在江汉路的全国首店开业当日,市民进店选购地道意大利食品。

景”。她说,与传统书店不同,这样的“融合”书店让人感受到生活美学,有更丰富的文化体验。

近年来,江汉路上的首店、首秀、首展更多地“瞄准”年轻面孔,为这条百年老街带来更新鲜的活力。

2024武汉时装周第一场外场活动——City Young 潮鞋派对将步行街变成时尚T台城市秀场。时尚博主、设计师和潮流品牌主理人与观众面对面分享时尚心得和潮流见解。

去年6月,首届全球足球IP嘉年华延续了整个夏季。参与本次欧洲杯冠

军角逐的法国、德国、意大利、葡萄牙、西班牙、荷兰等国家队官方商品空降江汉路,同时拜仁慕尼黑、利物浦等多家知名足球俱乐部也以足球主题快闪店形式与球迷见面。

### 老字号回归江汉路

站在老凤祥湖北首家旗舰店外,逛江汉路的游客可以看到各种国风歌舞。1931年老凤祥在江汉路开过门店,2024年,老凤祥以老汉口时期的老凤祥银楼原型回归,怀旧摩登的

装修风格火速成为江汉路上的“网红”。该店负责人李俊说:“用时尚抓住年轻人的眼球停留,以精湛的传统工艺吸引消费者,老字号也在不断进化新生。”

“首发经济”正重塑商业格局,老字号们如今靠着“首创”,以令人惊艳的新面目再次集体回归。

家住后湖的程女士平时工作繁忙,听说江汉路叶开泰国药商城店4楼开了个“叶膳坊”,除了看诊抓药,还能在古色古香的共享空间里品尝中药膳食。“楼下拿脉,楼上吃膳,体验感太好了。”她说,换上汉服、自制草药香包,老字号的创新服务让人一秒“入戏”,身临其境。

去年3月,中华老字号“精益眼镜”与江汉路阔别16年后,也重回原址,和验光老人铜像一同亮相的还有精益眼镜樱花季主题门店,将国潮特色眼镜产品与武汉城市特色联合,吸引年轻消费者。

汉口STAY4楼的顺香居始于1932年,曾以“重油烧卖”闻名三镇。随着商业体同期改造升级,顺香居也升级回归江汉路,构建自家的武汉首家融合创新概念店。

跨界、联名、场景创新消费,不断地创新“首发”,为消费者带来更多的想象空间,无限创意正在打破传统产业的边界。

江汉区商务局相关负责人介绍,江汉区将进一步推进场景化改造,创新时尚型消费,计划在2025年引进各类首店100家以上,支持老字号开发国货潮品,持续激活消费动能。

记者林敏 实习生钱雨蒙  
通讯员兰子君 杨光 张凯