

青岛：文化惠民 促进消费

□ 本报记者 肖相波 文/摄

今年5月以来,以“时尚文惠,活力青岛”为主题的青岛市2020年文化惠民消费促进活动全面启动,随着活动惠民覆盖面和影响力的不断扩大,不仅政府投入2500万元文化消费专项资金开展活动,文化消费企业更是让利9000余万元,空前优惠力度和范围吸引了不少市民领券消费。

线上多平台联动

对于2020年青岛文化惠民消费促进活动来说,线上多平台联动发放惠民消费券的模式是今年活动的一大特色。

据介绍,青岛文化惠民消费促进活动于5月至10月举办,结合常态化新冠肺炎疫情防控,前期重点开展线上惠民活动,通过青岛市文化消费公共服务平台和人民网“开券”平台发放文化惠民消费电子券,实现政府财政资金直接补贴城乡居民文化消费,不断扩大惠民覆盖面和活动影响力。活动还将与影视、图书、演出等大流量电商平台合作,消费者领取财政补贴,直接在第三方平台消费,便捷享受优惠。

儿童节当天,市民刘海洋在青岛

市南区新华书店书城给自己的儿子购买两本价值78元的科普书籍,结账时他向收银人员出示了自己领取到的文惠券二维码,最终购买的书籍只花了58元。

“政府组织的文化惠民消费活动真的很给力,我几乎每年都参与,今年抢券渠道很多,我就是通过青岛文化消费办公室的微信公众号抢到了各种面值的消费券,六一就用了一张满67元抵扣20元的消费券,优惠力度很大,用起来也很方便,对我们广大市民来说还是很有吸引力的。”刘海洋说。

与此同时,惠民补贴比例的统一,也让不少市民的文化消费变得更加省心。

“往年用消费券买东西的时候,因为不同种类商品补贴比例不同,就得花心思去凑单、拆单,今年的消费补贴比例都是30%,而且分了七种不同面额的消费券,从5元到300元都有,大大小小的消费都能享受到实实在在的优惠。”青岛市民王晓华告诉记者,就在青岛文化惠民消费补贴首次发放当天,她在线上平台订购了一份报纸和两件文创产品,结算使用消费券直接省去200元,令她开心不已。

政银企协同错峰发力

据青岛文化消费办公室工作人员介绍,此次文化惠民消费促进活动在发放青岛市政府文化惠民补贴的基础上,承接山东省文旅消费平台,开设10区市分平台,对接企业自有平台,按照“省+市+区市+企业”四级联动模式运行,实现多级补贴惠民。引导合作企业和商户发放不低于5000万元的线上企业优惠券,同时发放企业代金券,开展线下“消费满减”让利促销活动,目前已征集到企业让利金额9000余万元。活动还将联合银联、银行等提供文化消费支付补贴,市民可同时享受政府财政补贴和金融机构自主优惠双重利好。

在青岛市文化消费公共服务平台,记者看到,已经开始发放的青岛市文化惠民消费补贴可用范围涵盖文艺演出、电影电视、文化艺术培训、图书资料、报纸杂志、博物馆、文化体验(含文化互动体验、文化游学体验、非遗文化体验和民俗文化体验)和文创产品,几乎覆盖了文化消费全部领域,价值超过100元的三种消费券已经被领取一空。

青岛市新华书店书城是青岛市区最大的图书零售卖场,今年疫情的暴发让这个开业22年来从未间断营业的青岛新华书店旗舰店不得不“关门”一个多月,随着疫情形势稳定,书店近期重新开门,并积极谋划着快速恢复正常运营。

青岛市新华书店书城副总经理张蕾表示,“最近两年,青岛市举办的文化惠民消费活动大都是在七八月份,没有像今年开始得这么早,从5月中旬就启动了。这是政府为了帮助我们企业快速恢复元气、保障民生做出的很大努力,对此我们非常感谢。今年,书城除了教材教辅外的所有书籍都能享受到消费补贴,而且文创产品也参与其中,给了市民更多的消费选择。活动开展以来,使用消费券消费的顾客很多,线下客流有明显的恢复趋势。”

据介绍,随着文化惠民消费促进活动的深入推进,青岛新华书店书城后续将恢复研学活动,推出不同主题书展,并积极发放企业优惠券,让市

民享受到多重优惠。

促消费与惠民生相结合

文化惠民消费补贴的发放让市民享受到了诸多优惠,也进一步激发了城乡居民的文化消费热情,释放了文化消费潜力,促进了文化领域消费,拉动了经济增长。

青岛市2020年文化惠民消费促进活动突出市场导向,发挥企业主体作用和政府资金的引导作用,在发放政府文化惠民消费券的基础上,签约文化企业和商户主动申报发放企业优惠券,拓宽惠民渠道,加大惠民力度,为市民提供多重福利。6月20日上午,青岛首批65家文化惠民特约企业及商户申报发放企业开始面向社会发放1.286亿元优惠券,使用企业优惠券不受单人年度政府补贴500元额度限制,引起新一轮消费热潮。

记者从青岛市文化和旅游局了解到,目前已发放政府文化惠民消费补贴资金370万元,消费者已使用补贴321万元。预计活动总体可直接实现经济效益不低于财政补贴资金额的10倍,间接拉动经济效益超过50亿元。

不仅如此,青岛市2020年文化惠民消费促进活动期间,组织开放艺术季、活力潮玩季、时尚欢动季三大板块100余项文化惠民活动,各类文化企事业单位自筹自办公益性、商业性文化活动1000余场,丰富市民生活,带动文化消费,营造良好氛围。

青岛市文化和旅游局相关负责人表示,以办实事形式开展文化惠民消费促进活动,依托企业提供丰富多样的文化产品和服务,更好地满足城乡居民个性化、多样化的精神文化需求,是青岛市争创国家文化和旅游消费示范城市的重要举措。青岛文旅部门将通过与全国性大平台合作,加大青岛市文化旅游领域的对外合作交流和信息传播工作力度,助力开放、现代、活力、时尚的国际大都市的建设。同时,以市场为导向,推动文化领域供给侧结构性改革,助力文化企业摆脱疫情影响造成的困境,加快发展,拉动经济增长,增强人民群众的获得感和幸福感。

看国图如何教人“识百草”

□ 本报记者 张玫

自6月15日《百草园里识百草》专题的第一集《喝了那么多年的板蓝根,你了解吗?》在国图官网、官微、官博及其他合作平台推出以来,该专题收获了众多好评,网友纷纷留言:“学知识养脑养心”“实地聊聊,实地‘辨’‘辨’,不再‘傻傻分不清’”“老师讲解药用植物的功效,主持人小姐姐从文学和典籍方面做文化延伸,相得益彰”“这个节目非常棒,既传播了中医中药文化,又提高了百姓的认识,如果中国的老百姓都略知常用中药药性和生活起居养生,体质和文化都会强大”。

作为国家图书馆2020年“非物质文化遗产保护讲座月”活动的首个专题,由一群没有视频制作经验的新手策划制作的《百草园里识百草》,靠什么俘获了观众的心?带着这个问题,记者采访了“非遗讲座月”策划人、国家图书馆馆员黄静。

“辨识百草”满足大众需求

黄静介绍,“非遗讲座月”是国家图书馆为全面系统地向公众介绍传播非遗保护理念和方法而打造的品牌活动,自2014年正式推出以来,每年“文化和自然遗产日”前后都会开展丰富多彩的专题讲座和展演活动。今年受新冠肺炎疫情影响,活动形式转为以线上专题推送为主。围绕“非遗传承·健康生活”主题,6月至7月之间陆续推出《百草园里识百草》《学传统手工,过健康端午》以及传统体育、饮食生活等六个专题。

传统医药在抗击新冠肺炎疫情过程中发挥了积极作用。为了让公众更好地了解中华传统医药和药用植物知识,“非遗讲座月”将首个专题活动聚焦于药用植物。节目选取的12种药用植物很多为公众熟知且兴趣度较高,主持人以普通人的视角提问,主讲人从专业角度解答,总体氛围轻松、亲民、接地气。

“我们的特长在书籍和文献,制作每集不到10分钟的视频对我们来说是一个挑战。读者会不会喜欢这种风格的内容?我们前期还是比较忐忑

的。现在节目得到读者、观众的好评,让我们很受鼓舞。我想,‘内容上力求兼顾科学和文化上的多重知识,形式上则较注重趣味性’这一制作理念发挥了重要作用。‘简单有趣实用’可能是节目受欢迎的原因之一吧。”黄静坦言。

现在喜欢花花草草的人越来越多了,公园经常有人通过“形色”APP来认识各种植物。《百草园里识百草》在特邀专家、中国医学科学院药用植物研究所研究员张本刚老师的带领下,以实地考察、采访等形式,对北京药用植物园里的12种药用植物分8集进行介绍,观众看了,可以现学现用,认识很多药用植物。

记者看完第二集《黄芩、连翘、金银花,清热解毒我有方!》后,就用学到的辨识方法轻松地分清了小区里的连翘和迎春,还发现了连翘的果实,很是开心。同样有收获的观众在官微留言“涨知识了。以前我就把连翘认成了迎春花。”还有具有园林专业教育背景的观众为大家贡献区分迎春和连翘的小窍门,留言区成了分享知识和交流感受的平台。

“诗意标题”彰显文学修养

在第三集《“看牡丹第一,芍药成双”》中,“新手主持人”黄静介绍道,《诗经·国风·溱洧》记载:“维士与女,伊其相谑,赠之以勺药。”可见芍药在先秦之时,就曾被青年男女作为定情信物互相馈赠了,故有“百花之中,其名最古”的说法。牡丹更是被誉为“花中之王”,刘禹锡的一句“唯有牡丹真国色,花开时节动京城”流传千年,深入人心。张本刚老师则为观众讲解了这“花中二绝”的植物特性和人药知识,介绍了白芍、赤芍、牡丹皮的功效,并教大家如何辨别这两种同科同属、长相相似的植物。

有观众看完后表示,专家的专业讲解和主持人的文化延伸相得益彰。有观众兴致盎然地留言:标题取自元代刘敏中的诗句,“……梦里笙歌,无名亭上,满眼春风四面窗。人如玉,看牡丹第一,芍药成双。”

此外,第五集的标题《“彼采艾兮,

一日不见,如三岁兮”》、第七集的标题《〈诗经〉里的植物情:萱草忘忧、梧桐高洁》也洋溢着浓浓的诗意和传统文化气息。

黄静说:“中华文化是相通的,我们希望这个专题能启发读者从多个维度思考传统文化的内在联系。古诗词是我们的长项,我所在的社会教育部负责的‘文津经典诵读’栏目每天都要推送经典诗句、格言,多年来我们的积累很多,所以在节目中可以信手拈来。富有文化内涵,也许是专题受欢迎的另一个原因吧。”

提到植物与诗词,黄静告诉记者,她们曾在国图旁的紫竹院公园做一个“寻找诗词中的植物”的活动,灵感来自一次午餐后的公园散步。“当时看到湖中的植物,用‘形色’辨认,原来是芦苇,也就是‘蒹葭苍苍,白露为霜’中的蒹葭。公园里还有那么多竹子、荷花,要能带大家来这里寻找诗词中的植物多好呀!”

虽然这个计划还没有实施,但去年五一,她们在紫竹院公园成功开展了一次午餐后的公园散步。“我们看到湖中的植物,用‘形色’辨认,原来是芦苇,也就是‘蒹葭苍苍,白露为霜’中的蒹葭。公园里还有那么多竹子、荷花,要能带大家来这里寻找诗词中的植物多好呀!”

“友情提示”传递环保理念科学精神

黄静告诉记者,制作《百草园里识百草》,她的收获之一是刷新了自己对中医药的认识。“小时候看过一部叫《神医喜来乐》的电视剧,剧中的很多偏方让中医显得太过神秘,让爱思考的我产生了质疑。制作《百草园里识百草》,使我改变了之前的一些看法。传统中医药比我之前理解的要宏大得多,我们看待中医药,既不能盲目地‘粉’,也不能不加分辨地‘黑’,而要秉持辩证、科学的态度。”

“趣味性科学性并存,折射文化

和科学之光”是节目的一种态度。每集视频的最后都会有“友情提示”,如,第一集中,针对“国民咖啡”板蓝根,专家提示“任何药物都有偏性,万不可当作食品随意使用”;制作方提示“世上没有包治百病的神药;请科学理性看待每一种药物,服用须遵医嘱。”之后的剧集中也多次提示“中草药并非没有毒副作用,请遵医嘱服用”“认识药用植物,科学理性用药”。

黄静还特别提到《海外引种新药材:水飞蓟》的策划初衷。“我们的目的是打破读者心中的误区,中草药并不仅仅取材于本土药用植物,传统医药也不仅仅停留于古代药典之中,实际上中医药一直处于吸收和发展之中。不仅中国本土药材如杜仲等已被引种到海外,国内也引种了很多海外药材,比如水飞蓟、胖大海等,它们的到来丰富发展了中医药。”

“北京药用植物园非常大,据说里面有1200多种药用植物。我被其中的一排杜仲树震撼到了,多年前它被盗采,树皮被剥去了,留下了深深的伤痕。张本刚老师告诉我,人工栽培再多,也不能替代野生族群,为了保护物种的基因、保护生物多样性,一定要保护好野生族群。”黄静说,所以她们的友情提示中多次出现“保护生物多样性,请勿破坏和盗采”,也有“花儿很美,观赏就好,请勿随意采挖”“文明赏花,请勿采摘”等内容。

黄静说:“从实际效果来看,《百草园里识百草》还有相当大的提升空间,但它之于我们最大的收获是,我们克服了困难,迈出了由线下转战线上的第一步,并获得了直接经验和反馈,这对我们今后开展工作,尤其是在疫情使公共文化机构传统服务形态受到极大冲击的情况下,如何利用互联网提供更高效的服务内容,具有很好的借鉴意义。”

对于近年来各地推出的中医药健康旅游,以及中医药健康旅游示范基地,黄静表示,今后有机会一定要亲身体验一番,“非遗普及、传播的渠道是多元的,希望通过这些基地和旅游产品,能向公众更好地普及中医药知识和健康生活理念。”

●文化名人谈旅游

许鸿飞:为艺术来一场远行

许鸿飞:全国政协委员、著名雕塑艺术家、广州雕塑院院长、国家一级美术师。从事雕塑艺术创作20多年,他创作了一系列凸显个人风格的“肥女”雕塑系列作品。从2013年起,许鸿飞雕塑世界巡展走过了法国、澳大利亚、意大利、英国等20多个国家,成功举办了38站,深受人们喜爱。



□ 李荣坤

用雕塑讲述中国故事

许鸿飞的“肥女”系列作品动静结合,以诙谐、幽默的雕塑语言,雕刻出人们喜闻乐见、趣味横生的生活情景。许鸿飞认为,艺术不应高高在上,让人们仰望,应该走下“艺术神堂”,和大众打成一片,甚至变成他们的一份子。“艺术从生活中来,最终还要回归到生活中,回归本源。”这样的观念决定了他的展览方式,在伦敦市政厅前广场、伊斯坦布尔海峡广场、柏林波茨坦广场等世界旅游胜地的地标性公共空间内,都留下了“肥女”的身影和欢笑,给当地民众和各国游客带来别样的体验,“肥女”与民同乐的这一文化现象也引起各国人民的广泛关注。多年来,许鸿飞始终践行着“文化走出去”的号召,他用艺术的语言,以文旅融合的方式,在世界各地讲述着中国故事,传播着中国声音,让更多人通过展览了解新时代的中国。

2019年初,许鸿飞雕塑世界巡展在西班牙举行,有位游客激动地告诉许鸿飞,他曾在柏林看过“肥女”作品,还从手机中翻出当时与“肥女”的合影给许鸿飞看,兴奋地讲起他对“肥女”的喜爱之情以及“肥女”给他留下的美好回忆。也有国人刚好在日本、俄罗斯等不同地方旅游时都看过许鸿飞的巡展,他们再次见到“肥女”都倍感亲切。“肥女”的视觉冲击力和雕塑这一国际性语言的共通性拉近了人与人之间的距离,“肥女”在不断的传播中得到大众的喜爱和认可,为所到城市增添了欢乐,也促进了不同文化的友好交流。

7年来,许鸿飞的生活始终围绕着雕塑世界巡展进行,创作、踩点、展览,不断循环,每个做展览的城市他基本都会去两次,其身份变得更具多重性——艺术家、游客、当事者……作为游客,他每到一个城市,都会细细品味其特点和风貌,感受每个当下,从当地人的生活细节中汲取创作灵感。看到鸽子飞起的刹那,他创作了《惊起》;在伦敦细雨蒙蒙中看到几个女孩手挽手快乐地走路,他创作了《三个女人》……很大一部分音乐或运动题材的作品,都是许鸿飞在旅途中完成构思的。在游客与艺术家的身份切换中,他的生活忙碌又饱满,他带着“肥女”越走越远,把快乐带到全世界,旅途中也成就了更多“肥女”。

2019年底在古巴哈瓦那的展览让许鸿飞印象尤为深刻。哈瓦那是个色彩极为明亮的城市,像被彩虹装点了一番,城市里充满了来自世界各地的游客,他们看到“肥女”都很亲切、热情。“那是个无比快乐的城市,每个人脸上都洋溢着幸福的笑容,当地人的体型偏胖,和肥女很接近,雕塑感很强,好像满街都是‘流动的肥女’。”许鸿飞说,其中有三个体型较胖的姐妹,看到雕塑后马上兴奋起来,一拥而上,和“肥女”互动合影,说非常感谢艺术家能创作出这样的作品,“她们的那种快乐感染了我,反而是我应该感谢她们”。在这里,“肥女”变成了城市的一员,展览和城市融为一体。

世界巡展的成功举办,让许鸿飞对于坚定文化自信、推动文旅融合发



百村巡展连樟村站中置身乡间的“肥女”

展有了更深层的体会。他表示,人们一般都是冲着目的地的文化、历史去旅游,打卡当地的美术馆、博物馆,从当地的传统文化、历史名人、故事传说中感受目的地的魅力,旅游体验是一种丰富多元的综合感受,旅游者无时无刻不在捕捉新鲜事物。“我的展览可以和不同的城市风貌、文化历史相结合,并产生一种互动。就像我到文艺复兴的发源地意大利做展览,那是米开朗基罗、但丁、提香等大师曾生活的地方,恍惚间有一种穿越感,在佛罗伦萨的美第奇宫做展览,也是在致敬经典和那个伟大的时代,雕塑成为城市的一部分,让作品与当地人民进行一场对话,也为旅游提供更丰富的文化元素。”

让艺术助力乡村旅游

2020年,许鸿飞调转头,把方向从国际转向国内,他带着国际化的经验和视野,开启了中国百村巡展——“雕塑下乡中国行”系列活动,让艺术助力乡村旅游和乡村振兴。他说,国内百村巡展围绕“艺术回归田园,快乐装点生活”主题,用雕塑独有的审美特征,丰富乡村的文化生活,助力乡村文旅产业发展。

早在2009年,许鸿飞在广东省清远市的连南千年瑶寨举办展览,就有了艺术和自然的对话、文化和旅游的牵手。“肥女”被置于大山、梯田、村落间,艺术作品与环境的碰撞,既形成了巨大的反差又无比和谐,参观者在感受连南自然生态和民族风情的同时,还能欣赏艺术品。展览引发村民和游客的高度关注和喜爱,连南千年瑶寨很快成为广东乡村旅游的新热点,有效促进了当地的旅游发展,大大提升了瑶寨的知名度。

今年4月30日,中国百村巡展——“雕塑下乡中国行”系列活动在广州花都区望头古村启动,并在红山村、番禺区大岭村、新水坑村、江鸥村、北村,增城区番丰村等多个文化旅游特色村进行巡展。5月10日,由清远市委宣传部、广州市文化广电旅游局、英德市委宣传部指导,英德市连樟村主办,主题为“艺术助推乡村振兴”的许鸿飞“肥女”系列雕塑百村巡展第二站活动,在清远市英德市连樟村开启。展览期间,许鸿飞还与连樟村党支部书记陆飞红一起推介连樟村优质农产品,助力乡村振兴,产生了不错的效果。清远市委常委、宣传部部长崔建军称现在的“肥女”更有烟火味儿,他表示,艺术助力乡村振兴具有重要的时代价值。

有人因为诗,去了远方;有人在旅行中,发现了诗。文化与旅游融合在一起,就有了无限可能。以文化活动为由头的旅行,让人们收获到不一样的体验。广州市文化广电旅游局一级调研员朱红兵表示,展览让村民近距离感受艺术,同时带动了乡村旅游。有的人就是专程为了这个不寻常的展览到乡村旅游度假,展览成了吸引城市居民走进乡村的一大亮点。

许鸿飞认为,通过城乡要素的双向流动,拉动市场,产生效益,可逐步构建乡村文创产业生态,促进农村一二三产业融合发展,进一步推动乡村旅游发展。“艺术助推乡村振兴,破解城乡二元结构”正是许鸿飞今年两会的提案,他建议,美丽乡村建设不仅要发挥自然风光和人文风俗的魅力,还要融入更多艺术元素。雕塑作品可以美化环境,营造文化氛围,与群众产生互动和共鸣,更好地带动乡村旅游。

“每个乡村的人文特点都不同,为我提供丰富的创作灵感和素材。田间的鸡鸭牛羊、村民的日常生活,不断激发着我的创作激情,之后会创作肥女与荔枝、肥女赶鸭等作品,记录乡村快乐富足的景象。”许鸿飞说,他将继续调研各地的乡村,选择合适的展览地,将艺术引入乡村,延展美丽乡村内涵,提升乡村文化品位,丰富村民精神文化生活,用雕塑作品表达村民对美好生活的向往,讲好乡村振兴的故事。