

# 借力《山海情》宁夏旅游火起来

□ 王涛

2021年新年伊始，一部讲述“西海固”脱贫故事的电视剧《山海情》火爆大江南北。“塞上江南、神奇宁夏”的神秘面纱再一次被掀起，宁夏的美景、美食、美酒与《山海情》一起走红，越来越多的人想去宁夏“打卡”，亲身感受“干沙滩”变成“金沙滩”的传奇。

## 闽宁镇抢抓新机遇

“作为国家搬迁移民政策的一个受益者，我有责任和义务为人们讲好闽宁镇从昔日的‘干沙滩’变成今天的‘金沙滩’的故事。”《山海情》里“马洪”的扮演者，闽宁镇鸿达宾馆老板赵鸿说。如今他成了“大网红”，每天接待游人不断，宾馆生意很红火。

1997年，25岁的赵鸿带着妻儿从固原老家坐班车来到闽宁镇。《山海情》中的盖房、打工、种蘑菇……他都经历过。如今的赵鸿，已是闽宁镇有名的致富带头人，他不仅自己种蘑菇、包工程、经营宾馆，还带动身边80多人走上了致富路。说起参演《山海情》，赵鸿很激动，他说他与剧中“马得宝”的经历非常相似，没想到自己能过一把演员瘾。

由于为人忠厚、踏实肯干，赵鸿很快就与剧组打成一片。拍摄结束后，剧组把拍摄时用的道具都赠送给了赵鸿，架子车、煤油灯、水桶……满满当当当地存了几间屋。赵鸿说他打算建一个移民搬迁脱贫展览馆，把这些道具都展示出来，吸引更多人来到闽宁镇，也把闽宁镇的故事讲出去，把国家的脱贫致富政策讲给更多人听。

“我们已经与国家非物质文化遗产项目——汤瓶八珍签订了三方协议，共同在闽宁镇打造以大健康产业为引领，融合康养医养、生态旅游、健身休闲、高效农业、种植研发等的康养培训体验基地，丰富园区文化和旅游体验项目。同时，加快棚湖湾树莓生态园区申报4A级旅游景区步伐，带动闽宁镇更多人走上致富路。”1月30日刚刚签订完协议的闽宁镇红树莓扶贫生态产业园（宁夏）公司董事长车秀珍说。

2016年7月，作为在闽宁镇永宁县胜利乡先锋六队劳动生活过的知青，车秀珍回到闽宁镇，在原隆村投资建设了2700亩标准化种植园，打造成春可赏花、夏可采摘、秋享美食、冬宜养身的国家3A级旅游景区棚湖湾树莓生态园区，通过发展红树莓休闲农业，形成一二三产业融合的田园综合体。景区不但带动周边村民增收致富，更积极帮扶原隆村761户建档立卡贫困户脱贫，被誉为宁夏西线旅游带上一颗熠熠生辉的“红宝石”。

“文化和旅游产业一直是闽宁镇发展的重点，现在镇上红酒一条街、棚湖湾树莓生态园区、游客服务中心等一批旅游项目已经建成运营，旅游基础设施不断健全，《山海情》的热播让我们更加坚定了通过文化和旅游实现闽宁镇高质量发展的信心。”闽宁镇镇长王勇强说。

## 取景地谋划新发展

“我们从兰州来，想亲眼看看《山海情》里‘涌泉村’的真实样貌。”一个来自甘肃兰州的20人自驾车队日前到达宁夏中卫的北长滩村，寻找《山海情》中“涌泉村”的原型——北长滩村上滩村。

“涌泉村”的取景地北长滩村上滩村，是北长滩古村落中的一个小村子，全村有65户160人，村庄保存完整，美丽宁静，水车、黄河、村落构成了一幅田园风光画。

北长滩村村委主任张吉军想得最多的，是怎样利用电视剧的热度带动全村旅游业的发展。依山而建的北长滩村位于国家5A级旅游景区沙坡头上游30公里处，北连腾格里沙漠，包兰

铁路、川疆公路横穿而过；南靠黄河，从中卫市通往北长滩古村落的乡村公路穿过起伏的山谷到达黄河边。北长滩村先后被命名为“中国历史文化名村”“中国传统村落”“全国乡村旅游重点村”。

虽然有着优质的旅游资源和便捷的道路交通，但作为西北地区一个普通的小村庄，北长滩村吸引不到太多游客。张吉军介绍，《山海情》热播后，北长滩村名气大增，到村里来旅游的人越来越多，但村里没有旅游规划和消费点，大多数游客来看完就走，停留时间短、消费低。现在村里正在谋划推出一条旅游线路、建设一个旅游商品营销中心，许多村民也计划开办农家乐，让游客来到村里有能观赏、能体验的场景，有好吃、能带走的物品，“最关键的是，要把村里每年产出的20多吨优质大红枣卖出去，让游客享受美味，让村民挣上旅游钱。”张吉军说。

“这就是我们曾经生活的地方！”《山海情》的结尾，男主角“马得福”一行开车来到建设后的涌泉村，展现在眼前是一幅生态改善、风景优美的山村画卷。这幅“画卷”的所在地——固原市西吉县火石寨旅游景区，如今也成为《山海情》“粉丝们”的“打卡”地。据了解，自《山海情》播出后，火石寨旅游景区多次召开专题会议，决定加大景区各项建设投入，让更多的游客在火石寨感受贫困地区在国家移民政策支持下发生的翻天覆地的变化。

据固原市文化和旅游局负责人介绍，近年来，固原市坚持“生态立市”，实施了封山禁牧、退耕还林、小流域综合治理和生态移民等一系列生态建设工程，截至2020年底，固原市新增造林绿化面积206万亩。固原市还将加快交通建设，提高飞机、铁路、公路与周边景区互联互通能力，形成县城1小时通勤、区内城市2小时覆盖、周边节点

城市3小时通达的“123交通出行圈”，把固原的生态旅游资源、红色旅游资源、丝绸之路文化旅游资源连成一条精品旅游线路。

## 全域旅游构建新格局

“早起从西安坐高铁，中午就在盐池县吃上了滩羊肉，真香，好吃得很！”从西安来的高先生对盐池滩羊肉赞不绝口。

“咱们宁夏的滩羊肉，不腥，可香了。快吃，美得很！”这是《山海情》中的一句台词。就是这句话，让宁夏盐池县的滩羊肉再次名扬八方。“现在客户需要的羊蝎子必须提前一个月订货，还经常处于断货状态，羊肉价格也涨了30%以上。”主要经营销售滩羊肉制品的宁夏盐池县鑫海食品有限公司负责人侯彦军说。

在《山海情》带动下，盐池县滩羊肉销售火爆。“今年滩羊价格大涨，我们的滩羊肉快递业务量也在激增。”顺丰速运盐池经营分部经理王洋说，公司每天揽收滩羊肉快递件四五千件，比去年同期业务量翻了一番。

《山海情》带动的不仅是羊肉热销，宁夏贺兰红葡萄酒、宁夏枸杞、固原羊羔肉、土豆粉条等特产线上线下销售量都有不同幅度的增长。

《山海情》热播后，宁夏文化和旅游厅快速反应，依托区内优质文化和旅游资源，联合区内26家A级旅游景区、15家星级（旅游）饭店、6家星级乡村旅游示范点和乡村民宿，面向全国发行2万册《宁夏自驾游护照》，吸引全国各地的游客到宁夏感受体验《山海情》中的美景、美食、美酒和动人故事。游客持此自驾游护照，2021年1月1日至12月31日，可不限使用次数享受景区首道门票免费、停车免费、吃住打折等优惠。《宁夏自驾游护照》的推出，把人们对《山海情》的热情铺展到整个宁夏。



中国美术馆举办的“美在耕耘——中国美术馆新年展”吸引众多观众。本报记者 陈晨 摄

□ 本报记者 张玫

农历牛年来到，集吃苦耐劳、勤勉敦厚、脚踏实地、无私奉献、坚韧不拔、勇往直前等品格于一身的牛，成为人们赞美、欣赏的对象。以“牛”为主题的多彩文化活动，为人们牛年赏“牛”，感受“三牛”精神提供了多种选择。

## 徜徉美术馆 感悟“三牛”精神

新年伊始，中国美术馆举办“美在耕耘——中国美术馆新年展”，以牛的形象为主体，展出馆藏名作及部分邀约作品近600件，致敬各行各业辛勤耕耘的奋斗者。

展览总策划、中国美术馆馆长吴为山表示，这次新年大展的定位是“耕耘”。在2021年全国政协新年茶话会上，习近平总书记指出，发扬为民服务孺子牛、创新发展拓荒牛、艰苦奋斗老黄牛的精神，在全面建设社会主义现代化国家新征程上奋勇前进。“孺子牛”“拓荒牛”“老黄牛”，是家喻户晓的美好形象，是底蕴深厚的文化意象，蕴含着中国人民自强不息、砥砺奋进的精神密码。中国美术馆用心策划这个展览，就是在“十四五”开局、新征程开启之际，用活泼泼的艺术作品响应和倡导“三牛”精神。

在中国美术馆的展厅中，展览的开篇“瑞牛呈祥”重点展示了以“牛”为题材的经典名作，涵盖雕塑、国画、油画、版画、漆画、书法以及年画、剪纸等多种艺术形式，共70余件，融经典、喜庆、祥和于一体，烘托出浓浓的节日氛围。

“我最喜欢那个犄角上插着两朵红花的小牛，特别可爱。那个开荒牛浑身的肌肉紧绷着，奋力向前，让人感觉特别有力量。我还看到了钟南山爷爷和抗击疫情的白衣天使，还有浑身都是汗水的钢铁工人叔叔，爸爸说他们身上都有‘三牛’精神。”刘先生的女儿说。

刘先生告诉记者，插红花的小牛是丰子恺的《庆丰收》，开荒牛是雕塑家潘鹤创作的《开荒牛——献给深圳特区》。“孩子上小学二年级，寒假带她参观美术馆，接受一下艺术的熏陶。这个展览内容非常丰富，对着艺术作品给她讲什么是‘孺子牛’‘拓荒牛’‘老黄牛’，她比较容易理解。”

各地美术馆以“牛”为主题的迎春作品展精彩纷呈，如北京时代美术馆的“牛劲十足”主题作品展、深圳美术馆的“金牛献瑞——深圳美术馆馆藏迎春展”、浙江美术馆的“日用皆道——年的艺术”等，成为人们观“牛”赏“牛”的好去处。

## 流连文化长廊 “种草”“牛”文物

近日在北京新文化运动纪念馆（北京大学红楼）前的文化长廊展出的“牛转乾坤——辛丑牛年新春生肖文物图片联展”，每天都会吸引往来行人驻足观看。

75岁的王先生边看展览边在小本子上抄录。“每年这里都有生肖文物图片展。我喜欢写诗，看展览能给我带来创作灵感。牛在咱们中华文化里有很多象征意义，这个展览介绍得很全面，我抄一些下来，积累素材。看一会儿，我就去附近的景山公园转转。”

记者了解到，“牛转乾坤——辛丑牛年新春生肖文物图片联展”是中国文物报社联合40余家文博机构为公众奉献的一份“文物新年礼”。该展在全国50多个城市博物馆和公共文化空间同步推出，数百幅文物艺术品图片，向人们展示了“自然世界里的牛”“历史文化中的牛”和“民间习俗中的牛”。



## 小康生活主题美术作品亮相首博

近日，由中共中央宣传部文艺局、中央文明办一局、文化和旅游部公共服务司、中国美术家协会共同主办的“新生活·新风尚·新年画”——我们的小康生活主题美术作品展在首都博物馆拉开帷幕，吸引了众多观众前来参观。

据了解，此次展览共展出作品230余幅（套），分为小康新生活、时代新风尚、贺岁新年画三个单元，围绕全面建成小康社会、践行绿色发展理念、欢度新春佳节等主题，真实、生动地描绘出美好动人的小康图景，为以年画为代表的传统民间艺术注入了新的时代内涵。

本报记者 陈晨 摄影报道

# 2021 河南省春晚缘何被赞“出圈”

□ 新华社记者 翟濯

“2021河南省春晚的《唐宫夜宴》是我心中的最佳节目”“甩出王炸”“支棱起来了”“青铜变王者”……

2021年的春晚大餐，一向低调的河南春晚凭借着硬核的节目内容，竟然“C位出圈”。微博等新媒体平台上，网民纷纷留言，对河南春晚赞誉有加。“王炸”背后，亦有“好牌”。2021河南省春晚缘何被赞“出圈”？新华社记者带你一探究竟。

## 互联网思维突破流量“怪圈”

互联网时代，春晚舞台是否必须请来一线大牌，才能带来流量加持？河南春晚用实际行动给出了自己的答案。

没有浮夸的宣传，整合晚会制作成本不足千万，略显朴素的河南春晚却在网络上赢得了百万网民在线“打call”。节目视频播放量超20亿，微博主话题阅读量4.9亿次，多次登上各平台热搜榜单……一时间，河南春晚刷屏了不少人的朋友圈。

2021河南省春晚总导演陈雷认为，从节目编排到后期宣发，主动拥抱互联网思维是河南春晚取得成功的关键。“互联网思维的核心是用户思维。大家会不会来看？为什么要看？看点

在哪？在整合晚会的制作上，我们始终带着这些问题去实践和思考。”

陈雷说，河南春晚是让表演者去服务节目内容，让不同年龄段的观众都能在节目观赏中取得情感共鸣。

以节目《我们》为例，以小见大的故事化表达和精美的歌舞编排，再现了各行各业在抗击疫情过程中的奉献与付出。小女孩与年轻母亲的隔空拥抱，把人们再次拉回到抗疫记忆的同时，也触发了不少人的泪点。

“把每个人共同的生活经历融入作品中，让每个人都有参与感，我们的节目才能打动人心，才能被认可。”2021河南省春晚艺术总监李暄说。

## 创新表达唤醒文化自信

今年的河南春晚，爆款节目非《唐宫夜宴》莫属。

这支5分钟的舞蹈，将大唐风华融于少女的嬉笑怒骂，时而严肃，时而活泼。背景配以“妇好尊”“莲鹤方壶”“贾湖骨笛”“捣练图”“簪花仕女图”等诸多“宝物”，为观众呈现了一个活起来的博物馆奇妙夜。

“如果只是单纯的舞蹈表演，《唐宫夜宴》的影响力肯定没有这么大。我们运用虚拟现实技术，通过时间、地点的变化，把整段舞蹈分段切换，并结合了中国山水等一系列耳熟能详的文化

符号。”李暄认为，正是表达方式的创新，才重新唤醒了传统文化原本就具有的巨大魅力。

“舞蹈里有国宝，有国风，还有国潮。国宝带国风，国风造国潮，用传统文化引领潮流之风，是传统文化重焕生命力的重要手段。”李暄说。

网民评价《唐宫夜宴》让自己看到了熟悉的陌生感，“那些小女孩的身影，不就是这个时代正在赶上早高峰的我们吗？”古今时间线上的关联，也是陈雷认为《唐宫夜宴》的成功之处。

“把趣味性的古代场景还原成今天每个人的日常生活场景，让古玩和每个现代人的心灵发生碰撞。我觉得这是让传统文化、古代文物活起来的好办法。”陈雷说。

## “出圈”背后彰显民众文化审美提升

一系列创新之举，让曾经并未受广泛关注河南春晚成功“出圈”。对此，2021河南省春晚执行策划徐娜认为，“出圈”背后反映了民众对文化类产品审美水平的提升。

“文化不是一味地迎合，而是在视野、格局、深度上的引领。河南春晚能打出‘王炸’，依托的是河南丰富的历史文化资源这副‘好牌’。‘出圈’的表面是我们在坚持做文化，背后却是寻

找文化的观众找到了我们。”徐娜说。

陈雷也坦言，最开心的不是听到别人对节目质量的夸赞，而是听到有人看完节目后，确实想去博物馆转一转。“这恰恰体现了每个人身上的文化自信。这种自信根植在每个中国人的内心，只是需要我们通过创新手段去唤醒。”

实际上，全国多地博物院正在通过各种创新手段，激活传统文化活力，满足更多游客“转一转”的文化消费需求。

河南博物院将馆内珍宝打造为“考古盲盒”，还附赠考古钻探工具“洛阳铲”；北京故宫博物院打造了“故宫生活”等系列文创产品；三星堆博物馆将收藏的青铜大立人、铜戴冠纵目面具、戴金面罩青铜人头像等文物设计成玩偶模型，深受游客喜爱。

国家统计局数据显示，除去受疫情影响的2020年，“十三五”时期，全国居民人均教育文化娱乐消费支出持续上涨，2019年达到2513元，增长12.9%，占人均消费支出的11.7%。

陈雷认为，河南春晚的“出圈”现象，在给予文艺工作者信心的同时，也对当前文艺创作水平提出了更高的要求。选好题材、用好形式、讲好故事，是文化类节目和产品创新的关键。（参