

常州：“秋白书苑”成文旅融合新空间

□ 邵子君

坐落于湿地公园内的秋白书苑罗溪馆落成、由民营企业投资建设的秋白书苑拨云汇馆开业、私人承建且以艺术为主题的秋白书苑花开西庄馆开馆……今年10月，江苏省常州市5家秋白书苑相继建成，至此，常州已建成23家秋白书苑。作为常州推动现代公共文化服务体系建设、丰富基层公共文化供给的重要品牌，秋白书苑正以一种崭新的公共文化服务形态满足市民的需求，成为常州全民阅读新阵地、文旅融合新标杆、城市文化会客厅。

促进文旅融合

秋白书苑得名于“常州三杰”之一瞿秋白同志，是常州传承红色基因基因的生动体现，也彰显了常州名人文化的深厚底蕴。可以说，散落于常州各地的秋白书苑是游客了解常州的窗口。

秋白书苑文化广场馆位于常州标志性城市公共空间常州文化广场，馆内红色书墙上有关“常州三杰”的相关著作，成为游客了解常州红色文化的一隅；滄里西墅村馆建在常州市美丽乡村建设示范村西墅村，书苑内滄里牛肉、西墅米酒、西墅红茶等乡村文创让游客体验到了浓浓的乡村风味；常州春秋国际旅行社运营的民元里壹号馆，通过挖掘文化内涵、创新内容形式和丰富交流活动，成为市民游客喜爱的文化体验目的地……古城、景区、乡村，秋白书苑正成为常州文旅融合的全新阵地。

游客到常州市图书馆、遥观镇人

民政府、光大环保能源(常州)有限公司、常州昕光文化产业有限公司共建的秋白书苑遥观光大环境馆了解生态文明和垃圾焚烧发电的知识后，可以顺便到秋白书苑读书、喝咖啡、小憩。该馆相关负责人徐红伟表示，光大环保能源(常州)有限公司是江苏省级工业旅游示范点，到这里参观旅游的游客很多，秋白书苑进一步丰富了游客的文化体验，常州昕光文化产业有限公司还结合常州当地文化、光大公司的环保理念等多种元素，专门推出了光大环境馆文创，颇受游客青睐。

常州市文化广电和旅游局公共服务处处长唐海燕表示，秋白书苑主动融入旅游、体育、农业等领域，布局基层社区、景区景点、美丽乡村等场所，整合辐射范围内的各类文化资源，在为读者提供沉浸式阅读体验的同时，也为游客打开了解常州城市文化的窗口。“如今，多家秋白书苑已经成为网红打卡点。我们还计划在中华恐龙园迪诺水镇等景区景点继续建设秋白书苑，进一步加深与旅游的融合。”

助力主客共享

在成为文旅融合新空间的同时，秋白书苑集教育性、公益性、休闲性于一身的属性，也让其成为常州打通公共文化服务“最后一公里”的重要抓手。唐海燕表示，常州市图书馆只有一个，服务范围不可能辐射到全市，而秋白书苑立足街道、乡镇文化实际，选址于老百姓多、需求量大的地方，从商业区、社区到景区、厂区，让市民在家门口就能享受到便捷、高效、普惠的公

共阅读服务，同时还会搭配文化沙龙、小型展览、非遗体验活动，让秋白书苑成为社交场所。

除了空间和活动的增多，秋白书苑的营业时间也会相对拉长。唐海燕坦言，传统公共文化场馆大多都是体制内的，是按照“朝九晚五”开放的，但对秋白书苑，则会要求其根据所在地区居民生活习惯延长开放时间。

在秋白书苑遥观光大环境馆，常州市民陈泳每到节假日就会来这里自习，“环境好了，学习效率也变高了，在这里还结识了几个和我一样过来自习的学生，他们也都说这里不比任何自习室差。”陈泳说。

遥观镇党委副书记陆启伟介绍，自2020年7月8日开馆以来，光大环境馆周一至周五日均人流入达150人次，周末和节假日日均人流更是能达到300人次。“我们还开创了秋白课堂、强国课堂和匠心车间理论课堂，将课堂开到企业、社区，让更多人享受到公共文化服务。”

今年6月常州市文化广电和旅游局发布的《常州市秋白书苑读者满意度调查问卷》显示，调查对象中，已经有86.96%去过秋白书苑，13.04%每周至少去一次秋白书苑，秋白书苑正逐步成为常州市民生活的一部分。

探索持续发展

从“政府单方建设”向“多方合作共赢”转型，常州秋白书苑所采用的“政府主导、社会参与、共建共享”机制，也为其开拓出一条可持续发展之路。

常州市图书馆馆长钱斌表示，在运作模式上，作为常州市图书馆分馆，每家秋白书苑均由市图书馆提供图

书、业务管理软件系统及专业智能化设备，乡镇、街道或企事业单位提供场地、水电等费用，第三方负责日常运营、管理和服务。

以秋白书苑湖塘镇中心馆为例，该馆由常州市图书馆、湖塘镇人民政府和芸台书舍三方合作共建，馆内设置了理论红墙、文化公益课堂、非遗工作坊等13个文化共享空间，服务范围覆盖全镇45个社区约55万人口。

湖塘镇行政审批局副局长周华介绍，自去年9月开馆以来，该馆不断创新，整合当地非遗资源、红色文化，引入了棕编、留青竹刻、剪纸等特色课程，并邀请非遗传承人现场授课。而特色课程甚至为该馆带来了盈利，截至今年10月，已经接待读者超过15万人次。“如今，‘芸台油画’课程已经成为湖塘镇中心馆的品牌课程，有超过100多人为了这项课程专门办了书苑的会员卡。”

此外，文化广场馆的“青果书咖”为读者提供“你选书·你阅读·我买单”服务；经开青年社区馆打造满足青年人才文化和知识共享的交流沙龙区和休闲咖啡馆；五星智造园馆存储电子资源25.6TB，为企业员工提供信息查询服务……每一家秋白书苑都是一个拥有自己调性的公共文化空间。

秋白书苑的成功，也让政府看到了市场的需求，今年，常州市级财政新增1000万元支持秋白书苑建设。唐海燕表示，截至今年年底，常州将建成30家秋白书苑。“我们还将进一步打响秋白书苑的品牌，让秋白书苑走出常州，常州对口支援的新疆克州乌恰县的秋白书苑即将开馆。”

北京画院美术馆举办叶恭綽专题展

近日，“纪念叶恭綽诞辰140周年：衣被天下谁识恩——叶恭綽的书画·交游·鉴藏”专题展在北京画院美术馆举办。据了解，该展览是为纪念北京画院首任院长叶恭綽诞辰140周年而特别策划。展览得到了中央文史研究院、故宫博物院、中国国家博物馆、中国美术馆、何香凝美术馆等13家文博单位的支持，展品汇集了各馆、院收藏的叶恭綽书画、信札等文物近百件套。展览通过“曾闻沧桑几度来——艺术人生”“记叙朋簪各返真——画坛友朋”“著录烟云聊鉴影——书画鉴藏”三个部分，向观众介绍了叶恭綽为中国传统文化的守护与传承、为近现代中国交通、教育、文化事业的发展所做出的卓越贡献。据悉，该展览将持续至2022年1月16日。图为游客参观展览。

本报记者 陈晨 摄影报道



太原：城市更新让老街老巷成为府城游新名片

□ 王文华

太原拥有2500年的悠久建城史，遍及全域、跨越不同时期的历史文化遗存共同构建了自宋代以来的太原历史文化发展脉络。2021年太原市《政府工作报告》提出，要打响“西山、汾河、府城”三大文旅品牌，打造“全域旅游”太原样板。都府迭兴、府县并置的古城格局，序列清晰、类型丰富的历史遗存，多元融合、推陈出新的文化特质，共同构成了锦绣太原城的特色。

2019年10月，太原市总体规划及城市设计优化工作提出，要在明太原府城范围内修建24.5公里长的府城文道，串联起府城内的名胜古迹和历史文化街区、形成府城的历史文化观光线路。首期项目从迎泽区和杏花岭区的古街古巷修复利用开始。

老街老巷历久弥新

钟楼街片区自古以来就是太原府城重要的商业聚集区，街区历史遗存丰富，拥有一批文保建筑、文物建筑、历史建筑和25条历史街巷等，同时汇聚了亨得利、六味斋、恒义诚、华泰厚、乾和祥等一批中华老字号。

76岁的太原市民杨俊英回忆，孩子们小的时候，每到周日，我们一家人就会去逛钟楼街。宁化府的醋、六味斋的熟肉、华泰厚的面料、亨得利的表、乾和祥的茶等等，一家人所需的吃穿用品在这条街就可以一站式采购齐全。这里承载着太原人的历史记忆，

最能唤起太原人的认同感和归属感。

作为太原市实施城市更新行动的重要内容、传统商业提档升级的重大项目，钟楼街片区改造项目自去年4月开工以来，按照世界眼光、国际标准、太原特色的要求，修复25条传统街巷肌理，修缮32个历史建筑，最大限度保持传统格局和空间尺度；同时，统筹地上地下，全面提升街区承载能级。

太原市建筑设计研究院院长蒲净介绍，在改造过程中，钟楼街的建筑风貌秉承了“保护、恢复、激活”的设计原则，以及“重塑城市记忆，传承历史文脉，体现时代风貌”的更新策略。“不同年龄的市民，都能够在这条街寻回过往记忆，回首城市变迁，发现新的惊喜。”

“开街遇上中秋小长假，日均客流量超22万人次。”太原钟楼街兼太原万象城总经理侯东说。

目前，这条商贸云集、老店林立的老街已荣获“省级示范步行街”称号。迎泽区副区长刘爱国表示，下一步，迎泽区将以钟楼步行街为引领，大力培育城市假日经济、夜经济、潮经济，助力“老字号”蝶变重生，将大柳巷特色文化商业街区打造成集“食游购娱展演”于一体的多元消费市场，构建千年商脉、钟鸣并州、三晋文化与现代消费融合的高品质特色步行街。

多元业态体验丰富

钟楼街成功开街后，10月1日，改造提升后的五一广场也重新开放。

曾经的五一广场，音乐喷泉围绕

着汉白玉雕塑，是一代太原人的美好记忆。如今的一五一广场复建了“首义门”，形成了首义门、国旗、雕塑三大主题元素。国庆节当天举行的升国旗仪式，吸引了近万人关注。

杏花岭区的杏花岭街区是与迎泽区的钟楼街齐名的历史商业街区。10月8日，作为太原市府城历史文化保护工程重点内容的府城文道建设项目——杏花岭示范段提质改造项目建成完工，历史厚重文脉和现代都市风貌交相辉映，成为再现锦绣太原城盛景的又一个标志性成果。

迎泽区南海街是一个多民族融合居住区，长期以来，汉、回、满等多民族在此聚居，建有开化市场、柳巷、铜锣湾等商业区，商业文化积淀厚重。依托钟楼步行街的辐射效应和溢出效应，迎泽区庙前街结合自身特色对南海街进行了提质升级，成功打造了太原民俗文化特色餐饮街区。何胖子丸子汤、清真牛羊肉店、马家酱鸡等百余家老字号美食，让南海街充满了烟火气和市井气息。

走在南海街上，时尚的手工墙绘、井盖涂鸦与精致的景观小品、口袋公园不时呈现，实现传统艺术、街头文化、商业特色的有机融合，让业态更多元、大众体验更丰富。

整合资源全域发展

钟楼街在还原明清时期建筑形态的同时，引入了众多潮流品牌与体验型业态，李宁、漫咖啡、发德玛、光之乳酪、非遗市集、国潮市集……一个个潮

流时尚的品牌、新业态与老字号在这里交融，让老街老巷老字号焕发了崭新的活力，成为文旅融合时尚街区。

开街当天，“流水年华——寻找钟楼街”怀旧沉浸式主题展览在钟楼街说书楼里开幕。展览以太原市民张健民先生从1952年至1993年的13本生活账册为线索，以艺术的形式还原了太原人在过去半个多世纪的日常消费史。张健民生活账册的收藏者刘涛介绍，账册详细地记录了张先生一家41年的日常开销，买米买面、买针买线、买书买烟、洗澡理发、教育子女、缴纳电费……是生活在那个时期的所有太原人的集体记忆。

位于五一路上马街入口处的太原府城旅游集散中心整合资源，推出了全天、半天两条府城旅游参观游览线路；太原市文化和旅游局围绕老街老巷、百年老字号以及非物质文化遗产推出“游山西 读历史”精品线路，努力打造太原府城文化旅游品牌，促进全市全域旅游发展。

太原市委书记罗清宇在钟楼街开街仪式上说，“锦绣太原城”是个系统集成的概念，既包含经济社会发展层面，也包括城市历史底蕴的传承光大，还体现在人民群众获得感、幸福感和城市影响力、吸引力的不断提升。

华灯初上，夜幕下的钟楼街依然熙熙攘攘。如今的钟楼街，每一幢建筑都是一部历史，每一栋楼阁都有一段传说。在不同年龄、不同身份的市民，都可以在这里寻找过往的记忆，感恩现在的幸福生活。

打造文化品牌“出海”平台

——访山东同程尚品文化传媒有限公司董事长赵华

□ 本报见习记者 范朝慧

“灿若星海、源远流长的中国文化是我们源源不断的创作灵感和产品输出的原生力。”“把中国文化以艺术、产品、生活场景等形式表达出来，用世界语言讲好中国故事。”“我们将根植中国文化，将传统工艺、博物馆文物、遗产建筑、书画戏曲、自然景观、经典纹样等融合现代审美风尚，打造能代表中国的文化名片，助力中国文化品牌走向国际市场。”近日，山东同程尚品文化传媒有限公司(以下简称“文化尚品”)董事长赵华在接受本报记者采访时表示，矢志不渝地做好中国文化的“挑山工”，打造文化品牌“出海”平台，是文化尚品的责任所在。

自2017年创建以来，文化尚品以弘扬中华优秀传统文化为己任，积极探索文化创意产业的创新发展模式，逐步形成了文化设计、文化交流、文化贸易、文化博览、文化金融、文化科技等业务协同发展的格局，整合2000余个文化IP，联合500余家文化企业走出国门，持续擦亮中国文化品牌，向世界展示中国文化的魅力。

用世界语言讲好中国故事

“把美好的中国文化故事赋予产品，讲给全世界听，是我们文化企业的担当。”回忆起文化尚品创建的初心，赵华说，“中国拥有丰富的文化资源、多彩的传统工艺，还需要有更多具有世界影响力的文化品牌。”在借鉴国际知名品牌建设理念的基础上，赵华想到，建立一个代表中国文化特质的知名品牌平台，实现传统文化与现代审美的有机融合，用世界语言讲好中国故事。

2021年8月14日，文化尚品与梅兰芳纪念馆的联名系列彩妆全球首发，短短15分钟的直播，吸引了来自五大洲20个国家1300多个客户关注；9月，同款产品在服贸会上精彩亮相，“东方之美”深深抓住了现场每一位观众的心；10月，文化尚品推出了以《诗经》为创意源点的“黄河物语”系列产品，从“蒹葭苍苍，白露为霜”等诗句中选取苻、苒、苒、葛、桃、莪等六种元素，创作了丝绸、扎染、柴烧、锡雕、饰品等一系列生活美学礼品，将《诗经》中关于自然、人文与智慧的故事向海外传播。

赵华介绍，近年来，文化尚品通过文化IP赋能、品牌故事打造、创意设计再造等，把具有东方美学元素的中国文化产品与海外知名品牌销售渠道相结合，源源不断地向海外输出中国文化。

文化尚品开发了“非遗手工艺品”“大漠风情”“戏曲文化”“器物文化”“当代艺术品”等五大系列文化产品，搭建了助力文化产品开发 and 对外贸易的科技传播平台，策划运营了济南百花洲传统工艺工作站、佛山街文旅特色街区等多个文化复合空间。文化尚品入选2021年度山东省“专精特新”企业，其“文化IP‘场景云’生态系统构建与应用”入选2020年泰山产业领军人才工程、“山东同程尚品贸易服务标准化试点”入选2021年度“山东标准”建设项目计划、“泉尚·云创谷国际文化贸易云平台”入选2021年度山东省第一批技术创新项目。

“希望每个人都能在我们设计的文化产品中感受到传统文化与现代美学融合的雅致格调，完成一次与自己心灵的对话、与中国传统文化的时空对话。”赵华说。

建立文化企业“出海”全链条

2021年8月，由文化尚品申建、运营的中国(山东)自贸试验区济南片区国家文化出口基地获得商务部、文化和旅游部等4部门认定。10月，

“文化尚品海外文化贸易中心”入选文化和旅游部2021年“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项目。

分析国际文化贸易市场，掌握目标客户群需求变化，确立文化产品精准发展定位，建设海外文化贸易中心……文化尚品不仅是一个文化创意产品的品牌，还是一个国际化的文化产业综合交易、服务平台，全方位推动文化企业融入全球价值链。

“我们根植于中国文化，致力于培育代表中国文化的国际品牌，利用产业数字化叠加海外渠道先发优势，创新推动对外文化产业合作，助力中国文化产业对外开放和高质量发展。”赵华介绍，文化尚品已经集结了超过500家文化企业、非遗传承项目、文化产品创作者，建设了集文化IP挖掘、创意设计、品牌孵化、产品制造、跨境信息服务、供应链支撑、海外推广于一体的文化企业“出海”全链条服务体系。

“中华民族是勤劳而智慧的，从来不缺工匠精神。中国的文化企业、手工艺者有着足够的能力做出全世界最好的产品。”赵华介绍，文化尚品致力于解决中国文化企业的海外市场拓展和销售渠道建设，助力文化产品走出国门，走到消费者手中。

经过4年多坚持不懈的努力，文化尚品渐渐走出了一条为传统文化赋能当代价值、帮扶文化企业走向国际、完成中国文化从资源到资本的转化、推动中国文化产业从“中国制造”向“中国创造”转变、促进中国文化产品出口从传统的“货物贸易”发展到“货物贸易+服务贸易”的全新路子，对于提高中国文化产品附加值、更好地向世界传播中国文化、推动中国文化贸易高质量发展发挥了积极作用。

以星星之火聚燎原之势

“我们是比较幸运的，自2017年公司创建以来，文化事业向文化产业的转化已初见成果，市场的发展、国家政策的扶持，使我们遇到了一个可以快速前进的绝佳机遇。”赵华直言，品牌建设是一个漫长的过程，文化尚品需要付出更多的时间和精力，探索以中国文化元素赢得国际市场的可能。

“越往前走，觉得同路人越多。这样一群可爱的人汇聚了中国文化品牌的‘星星之火’，这条路我们会越走越广、越走越快，也会矢志不渝地坚持下去。文化产业的国际化正成为我们国家高质量发展路上的重要标志。”赵华说。

随着国家文化出口基地、“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项、 “山东标准”建设项目、山东省技术创新创业项目等的认定，政策、渠道、企业、人才、技术手段等方面的优势资源将不断向文化尚品聚集，助推文化尚品更好更快发展。

赵华表示，未来，文化尚品将不断挖掘中国文化的时代精神和艺术价值，把更多具有中国特色和风采的优秀文化产品和服务推向世界，向世界传递好中国声音。

同时，文化尚品计划在海外文化贸易中心的基础上，在“一带一路”沿线国家，落地中国文化产品的品牌形象店、概念店、体验店等，用在地化的语言表达，沉浸式的展陈方式、体验式的消费环境，向当地消费者展示、推广、销售有故事的时尚文化品牌，以及有中国文化元素的文化创意产品。

“相信未来15年中国一定会涌现越来越多的文化品牌。”赵华说，文化尚品将继续放眼世界，结合时代精神，传承和弘扬中华优秀传统文化，推动文化产业发展，矢志不渝地做好中国文化的“挑山工”。

惠州青岛加入海丝申遗城市联盟

本报讯(陈熠珊 记者 肖刚波)日前，2021年海上丝绸之路保护和联合申报世界文化遗产城市联盟联席线上会议举办。本次大会在宁波设立主会场，在北京、广州和其他联盟城市设立分会场。来自国家文物局以及中国文化遗产研究院、国家文物局考古研究中心的相关负责人和专家，广东、浙江、上海等9省区市和香港、澳门特别行政区文物行政部门相关负责人，广州、宁波、南京等“海丝申遗城市联盟”成员代表齐聚线上，对话文旅。

据悉，2018年4月，在国家文物局的指导下，由广州市、宁波市、南京市

共同发起，24个中国城市共同签署了《海上丝绸之路保护和联合申报世界文化遗产城市联盟章程》，成立了“海丝申遗城市联盟”。2019年5月，澳门、长沙也加入其中。

本次会议审议通过了青岛、惠州加入“海丝申遗城市联盟”。至此，“海丝申遗城市联盟”成员总数增至28个。青岛作为典型的海洋城市，海洋文明源远流长，先秦时期，琅琊古港开海事之先，成为中国五大古港之一。惠州是海上丝绸之路沿线重要城市之一，早在汉代就已参与海上贸易与交流，历代不绝、传承至今。