

如果问成都这座城市的气质体现在哪里,得到的答案一定五花八门,是走在时尚前沿的春熙路、太古里,是麻辣爽口的火锅,是浸泡在茶香和龙门阵里的茶馆……也有人说:是书店。在互联网高速发展的今天,人们生活的节奏越来越快,电子书阅读和网络购书逐渐成为主流。然而在这样的大环境下,成都的书店却越开越多,这里面蕴藏着的是成都这座城市的气质,也是成都人骨子里的生活情调。

今天就让我们跟着书香,在成都的街头走一走,探寻一下成都的书香气质。

老书店:带着历史的味道装着青春的回忆

在成都,说起书店,有一个品牌是无法绕开的,那就是“新华文轩”。新华文轩对于成都的意义非同凡响,特别是位于春熙路商圈的新华文轩西南书城,它伴随了成都人10余年,是整个西南地区最早成立的大型书城,开业之初即位列全国十大书城之一。西南书城见证了成都的发展,它不仅是成都知名的文化地标,也承载了一批成都人的青春,毕竟这里有着成都最全的教辅资料。

如今,新华文轩这个老品牌力图打破人们的“刻板印象”,创办了文轩BOOKS·轩客会·格调书店等,集创意、舒适、高颜值、丰富业态为一体的复合型书店。相信焕发新生的老品牌,会装进新一代成都人的青春回忆里。

而对于成都资深书友来说,隐匿在成都青羊区老小区里的毛边书局一定不陌生。这个旧书店,可以说是“书香不怕巷子深”,尽管店址隐蔽,但在书友圈中,“毛边书局”的名声却不小。多年来,这里收到的书友来信多达3000多封,其中包括不少名人大家。著名诗人流沙河老先生,就是毛边书局的书友,并亲自为毛边书局题字。除了毛边书局外,默默开在成都角落里的老书店还有不少,它们见证了时光飞逝,岁月匆匆,它们珍藏着成都的旧时光。

互助县开展《青海省·醉海东·醉美互助年》系列活动

本报讯(保广梅)春节期间,青海省海东市互助县集中开展“青海年·醉海东·土族风情美·青稞美酒香·醉美互助年”系列活动。

其中,第八届彩虹冰雪文化节活动持续火爆,雪上飞碟、体验式滑雪等经典冰雪项目受到游客的普遍欢迎,冰雕馆、冰雪节花灯光影秀成为游客和市民的新宠。同时,土族故土园景区结合特色土族文化,举办了纳顿风情街美食嘉年华活动,景区编排的歌曲、舞蹈、花儿等为一体的传统民俗文艺演出深受广大游客的喜爱。2019年春节黄金周,土族故土园景区接待旅游总人数3.12万人次,实现旅游总收入1122.52万元。

据统计,自2018年12月20日至2019年2月10日,“青海年·醉海东·醉美互助年”各项活动的举办共接待游客16.53万人次,实现旅游收入6615万元。

大同市新荣区巧办庙会助脱贫

本报讯(同文)近日,山西省大同市新荣区郭家窑乡助马堡村举办了主题为“乡镇庙会·长城登高”的传统文化庙会。

活动期间,有众多长城边塞民俗风情表演和丰富多彩的文化活动,如秧歌舞、扇子舞、龙灯、晋剧等,还有手工艺品、特产、农副产品、特色小吃等向公众展示。通过挖掘当地民俗文化资源,积极实施文化惠民政策,实现提高当地旅游资源的知名度,从而推动乡村文化旅游业的发展和助力扶贫。

据悉,本次庙会,以长城经济带建设为依托,打造了长城古堡游、生态观光游、农家欢乐游的民俗生态旅游村,向旅游脱贫的发展之路迈进。

成都有一种气质叫“书香”

袁矛



大型连锁书店:在不同地点感受相通的阅读空间

如今,随着人们需求、品味的变化,许多书店不再只是单纯卖书的地方,特别是以方所为代表的新式大型连锁书店,它们的定位,是以书店为基础,涵盖书籍、文化讲

座、美学生活品、展览空间、咖啡等多方面的,集文化、艺术、创意元素于一体的公共交流空间。

在成都,这样的大型连锁书店包括方所、言几又、钟书阁、猫的天空

之城概念书店、西西弗书店……安静的环境、舒服的座椅、精美的设计、丰富的藏书更文艺、更精致的书店风格让这些书店如雨后春笋般迅速占领成都的书店市场,承包了大部分成

都读书爱好者的闲暇时光。即使对于看书买书并不热衷的人,也会愿意走进这些书店去看一看,感受一下这种具有创造性的生活实验空间,感受富有生命力的生活模式。

独立书店:藏在街头巷尾的小世界

与大型书店不同,散落在成都的小型独立书店们都有属于自己的独特。位于锦江区青莲上街의无早书店,店主Rose在英国留学期间接触到了独立出版文化并被其吸引。本着让更多人了解独立出版文化的想法,无早书店的前身BosaBooks就此诞生。如今,在无

早书店的书架上,可以看到来自世界各地的独立出版杂志,店主依然在努力的宣传着独立出版文化。

同样在锦江区,位于下东大街的瑞笏24小时书店则传递了一种温馨感。三个年轻人跑遍了成都大大小小的旧货市场,将现代感和复古完美混合,营造出一种亲

切的归属感,这个24小时不打烊的书店,为夜幕之下的成都,增添了一份温暖。

深藏于四川大学的小雅书店,仿若遗世独立。书店藏在灰白色的房子里,店招是用小篆书写的,据说是川大教授取的名,在读博士题的字。书店不大,店内陈设也显得

有些杂乱,但里面的藏书却像宝藏一样让人惊喜,特别是学术书,应有尽有。按照川大人自己的说法,这里是他们的精神食堂。

在节奏越来越快的社会生活中,悠闲显得如此珍贵,不如跟着书香,走进书店,慢下来,品味生活。

(据《人民日报》)

贵州将建6000公里森林步道

新华社贵阳2月17日电(记者李平 刘智强)为不断满足群众亲近自然、享受绿色生活的需求,贵州正积极开展森林步道建设,预计到2025年,全省将建成森林步道6000公里。

记者从贵州省林业局获悉,贵州将充分利用境内山多林多的资源优势,通过建设森林步道,将森林公园、湿地公园、风景名胜區、地质公园等串联起来,让森林成为群众的休憩乐园。

与此同时,到2025年,贵州还力争建成80个省级森林城市,300个森林乡镇和2000个森林村寨,使更多城乡群众“推窗见绿、出门入林”。

据了解,截至2018年,贵州省森林覆盖率达到57%,全省国家级森林公园30处,国家级湿地公园45处,国家级地质公园10处,国家级风景名胜區18处,拥有4个世界自然遗产地。

长白山机场为雪季旅客搭建便利服务通道

新华社长春2月17日电(记者刘硕)目前正值长白山滑雪旺季。为了给乘坐飞机前往长白山滑雪的旅客提供更便利的服务,长白山机场在雪具托运等方面搭建了便利服务通道。

进入春运以来,长白山机场日均旅客吞吐量达3500人次以上,其中相当一部分是滑雪旅客。长白山机场地面服务部客运分队队长葛凤妮介绍,由于滑雪旅客的雪具和行李一般都比较多,机场在行李托运、分拣等环节提高检查和运送效率,尽量为旅客节省时间,确保雪具等装备安全。

滑雪本身具有一定危险性,每年都有不少游客在滑雪过程中受伤。为满足受伤旅客乘飞机出行需求,长白山机场与长白山各酒店建立及时对接机制,提前获取受伤旅客的出行需求并做好服务准备。受伤旅客抵达机场后可以获得轮椅和其他特殊需求物品,并在地面服务人员的全程陪伴下完成安检、休息等候和登机等环节。

雨水时节春芽鲜

刘学刚

菜馅菜羹。凉拌荠菜鲜香爽口,百吃不厌。我小时候以荠菜饼为无上妙品,细咬一口,软糯爽嫩的菜饼旋即布满舌床,嚼后满嘴留香,两颊生鲜。荠菜、香葱均切为碎末,打散数枚鸡蛋,加精细盐少许,搅匀,将菜馅拍成薄薄的如暖瓶塞一般大小的圆饼,待油锅烧热,煎至两面金黄即可。荠菜饼趁热吃,香鲜细腻,无与伦比。

韭菜芽和豌豆尖,前者是埋在沙土里极短的嫩芽芽,颜色浅黄,嫩而味美,又名韭黄;入菜的豌豆尖是豆苗顶端最为鲜嫩的三四寸,碧绿养眼,水润娇嫩。此二者皆可洗净清炒,吃起来清香腴嫩,甚是鲜美。清炒的诀窍在于热油旺火快速翻炒,让热油给嫩芽尖裹上一层油膜,保其色味。

春芽如朝露,撷取及时。王千秋《点绛唇》:“何处春来,试烦君

向盘中看。韭黄犹短,玉指呵寒弱。”纤纤素手与嫩嫩的韭芽相触,犹如柔葱蘸雪,蜡梅凝香。咏春色食春芽,皆为风雅之事。《礼记》载:“庶人春荐韭……韭以卵……”春韭炒鸡蛋在先秦时期是祭品,如今却为家常美食。将鸡蛋打入碗内,撒细盐少许,调匀,下油锅煎为黄澄澄的薄饼,盛出,斜切细条,待韭芽段炒软,复倒入蛋饼合炒,看上去条是条,段是段,条理分明。吃起来鸡蛋的绵软和韭芽的鲜香交织糅合着,甚是爽脆。豌豆尖之鲜嫩不输韭菜芽,又有一股撩人的豆香,清淡柔脆,清时福建人视为稀有之物,“每于筵宴,见有清鸡汤中浮绿叶数茎长六七寸者,即是。惟购时以两计,每两三十余钱”(徐珂《清稗类钞》)。

韭菜芽、豌豆尖等春芽均可温室栽培。“手分瀑泉洒作雨,覆以老

瓦如穹庐”大概是最乡土最拙朴的栽培方式了。小时候,我对植物的生长变化有着格外热忱细腻的情意,挑几个圆鼓鼓的豌豆,搁在月白的小碗里,其上覆以湿布,置于灶屋,日日以水淋之,两三天工夫,就长出尖尖的嫩芽,泛着淡黄的微光,十分惹人喜爱。长至五六寸许,若移栽小盆中,古人谓之“生花盆儿”,为乞丐节习俗。那时候,一户人家生发鲜豆芽,左邻右舍在第一时间就能吃到。这是乡村情意的一种表达,只有大家都尝到了时鲜的春芽,那才叫一个鲜。而鲜鲜嫩嫩的春天也就从唇齿上开始了它五彩缤纷的旅行。

食坊闲话

“蛋糕”要做大也要味美

刘坤

“真是没想到,我们的‘村晚’除了传统的歌舞节目之外,竟然还有原汁原味的吕剧表演。”回山东老家过春节的丁晓燕发现,家乡的文化活动变得丰富了,文化基础设施也完善了起来,就连乡镇上也有了电影院。春节期间,丁晓燕不仅看了她喜欢的科幻电影《流浪地球》,还陪儿子一起看了动画片《熊出没·原始时代》。在她看来,今年的年味儿里有了更多的文化味儿。

和丁晓燕不同,梁琳并没有回老家过春节,而是选择来一场说走就走的旅行。春节期间,她先后去了希腊、捷克和芬兰,“打卡”多个景点,并在布拉格广场等地拍摄了拜年短视频,发给亲朋好友。

春节休闲方式的变化就像一面镜子,折射出人们消费水平和理念的变化。如今,随着人们收入的增加

的孙子在消费时则更多地追求新奇、好玩等,经常会超前消费。这是一个缩影,在社会层面,不同的消费者由于职业、收入、文化程度、性格爱好等差异,对文化产品的需求和偏好各不相同,呈现明显的个性差异和多样性。

有报告显示,作为互联网时代的原住民,以90后为代表的年轻消费群体不再具有整齐划一的特征,其职业观、生活观和消费观更为个性,展现出兴趣优先、注重体验、理性消费等多元特征,这些年轻消费群体也在一定程度上推动了消费趋势的变化。在文化消费领域,这种多元化需求蕴藏着巨大消费潜力的同时,也对我国文化消费市场提出了新要求、带来了新挑战。

那么,面对新形势、新挑战,应如何推动文化消费市场提质扩容?

一方面,要加快供给侧结构性改革,针对不同消费者的偏好,创新产品供给,提供多样化、个性化的文化消费产品,不断优化内容和服务,提升消费体验,让“蛋糕”不仅更大,而且味多、味美。另一方面,要坚守文化这一根本,在文化上做文章,既要立足于优秀传统文化,又要从时尚流行的现代文化元素中汲取营养,增加产品的亲和力、吸引力,让消费者愿意消费,并能从中获得乐趣。

(据《光明日报》)

