

“黑马”“网红”“秒光”，直播让非遗更接地气



【第295期】

直播卖书、直播演唱会、直播卖剧本……在互联网时代，直播成了最时髦的传播方式之一，相对小众的非遗亦加入其中。

在刚过去不久的文化和自然遗产日中，非遗产品这个领域开启了直播模式，其中有网络主播参与的一次专场直播带货更是销售火爆，多款非遗产品上架“秒光”。曾经冷门的非遗，正以更接地气的方式走进人们的生活。

网络主播带货

多款非遗产品“秒光”

今年的文化和自然遗产日当晚，一场“把非遗带回家”的专场带货直播节目火了。

这场直播由央视主播尼格买提、王宁和淘宝主播李佳琦一同主持，在线推荐了20多款国货非遗小吃和地方特产，还有绢扇、香包等各类工艺小件和非遗文创产品。

在整场直播中，李佳琦和尼格

买提一边试吃美食，一边细致描述食物的口感和味道，引得许多网友食指大动，许多产品一上架就被迅速“抢光”。

中国手工艺网提供的数据显示，截至6月13日晚，这场直播在各平台总计吸引1000多万网友在线观看，共售出总价值超过1261万元的非遗产品。

其中，湖北非遗项目“扬子江传统糕点制作技艺”的老字号产品——扬子江绿豆冰糕40000份秒光。在网友的要求下，国家级非物质文化遗产项目徐州香包加单1000份。

多地创新策划

老字号也可以成“网红”

上述专场直播，让这些非遗产品成为了“网红”。在今年的文化和自然遗产日期间，“非遗购物节”中类似的直播带货也并不鲜见。

比如，山东创意推出非遗购物节、文创和非遗产品直播带货活动。

据媒体统计，山东已有400多名非遗传承人、738家店铺、上万种特色非遗产品汇聚各电商平台参与了非遗购物节活动。

武汉市文旅部门以线上展示为主，推出七大系列36项非遗活动，140多万网友通过网络“看到、闻到、尝到、触到”武汉非遗老字号的勃勃生机。

在此期间举行的非遗产品直播中，蔡林记热干面制作技艺传承人王永中现场示范，用新品“鲜食装”热干面烫出一碗“与大师傅现做一样的地道好味”。

福建省则启动了2020年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示系列活动，在“非遗购物节”上，闽医、闽茶和闽食的多位传承人在直播节目中变身代言人，推荐自家的老字号。

拓展展示平台

非遗项目走上“云端”

实际上，直播、短视频等形式，不仅可以带货，也给一些曲艺类的

非遗项目提供了展示平台。

在文化和自然遗产日，一场“大圣说京剧、话非遗”的直播秀在上海京剧院上演。上海市非遗京剧项目代表性传承人严庆谷变身直播主持，带大家一起体验悟空戏的精妙之处。

非遗闽剧传承人林颖也尝试用短视频和直播方式推广传统文化。在直播之前，她会策划每期的直播主题，还邀请了一些闽剧“大咖”和青年演员走进直播间，或和其它剧种的“大咖”连麦等等，拉升直播间的人气。

把握文化属性

让非遗更好地连接生活

走进直播间、线上开讲……无论是网络主播直播带货，还是线上热火朝天的“购物节”，都在说明一个问题：非遗的传播形式越来越多样。

有人说，看完直播，不仅了解了各式精致的刺绣、雕刻技艺、竹编手

艺，还知道了平时爱吃的绿豆冰糕、热干面等美食，也跟非遗有关；非遗就在我们身边。

聊起非遗专场带货直播，中国手工艺网内容中心主任郝秦玉说，直播是眼下人们乐于接受的传播形式，非遗参与其中，在科普知识之余，也能为传承人带来一定的经济效益。

“比如直播中被视为‘黑马’的‘巴图查干蒙古奶皮子’产品，当晚共售出5658份，销售额达20多万元。”她表示，只要运用得当，通过“非遗+直播+电商+扶贫”的模式，也可以直接带动贫困地区的非遗产品销售。

“但需要注意，非遗产品具有一定的特殊性，尤其是手工艺类的产品，生产周期长、规模有限，很多产品也是初次触网。”郝秦玉认为，抓住非遗产品的文化属性是首要的，如能巧妙地融合当下网络传播和销售的特点，和生活连接起来，往日冷门的“非遗”，会越来越受青睐。

（中新网 上官云）

曹雪盟 文化圈 实力圈 非遗粉

打开木刻版画工具礼盒，亲手制作一幅非遗版画；点开名为“釉彩”的APP，体验全流程制瓷工艺；进入一款AR探索手游，三星堆博物馆的青铜纵目面具化身游戏角色……当下，传承了千年的文化遗产，正以更有趣、有料、有范儿形象，走入人们的生活。

我国是世界上拥有世界遗产类别最齐全的国家之一，也是世界自然与文化双遗产和世界非物质文化遗产数量最多的国家之一。凝结着历史、技术、艺术因子的文化遗产，记载着灿烂的中华文明，定格了民族的文化记忆。如何更好地保护和延续文化遗产的生命力，是我们面临的时代课题。

可喜的是，通过近年来一系列的创新实践，文化遗产化身为符合当下艺术审美的吃穿住行用，融入日常生活场景，为现代生活增色，为文化消费助力。

文化遗产用起来，能更好围圈。富有底蕴、设计巧妙的文创产品，是受到年轻人欢迎的文化遗产载体之一。用这种方式激活文化遗产，让古老与现代相遇、融汇，既是对文化遗产的保护传承，也实现了社会效益与经济效益的统一。

比如，近年来故宫博物院设计研发了超过7000种文创产品，受到消费者的欢迎，并创下2017年全年文创产品销售额15亿元的成绩。今年文化和自然遗产日期间，多家网络平台联合举办“非遗购物节”，通过线上直播、“云探店”等方式，让更多的人了解到了非遗品牌。

文化遗产用起来，能释放产业潜力。借助快速更迭的数字技术，昔日人们眼中文化遗产“古老、沉睡千年”的形象变得愈发鲜活，释放出“文化遗产+”的更多可能。

比如，纪录片《如果国宝会说话》、京剧脱口秀《瑜你台上见》等文化类节目，以趣味十足的表达、新颖活泼的互动，让文物、戏曲等内容与年轻人亲密接触，释放优秀传统文化的魅力。融入非遗元素、将独特的东方美学和时尚潮流结合起来的中國设计，掀起一股国潮风。从文化遗产中挖掘出的中国元素，充实和提升着国货的品牌内涵。

岁月的洗礼带走了很多故事，也留下了宝贵的财富。建筑学家吴良镛曾说：“每一个民族的文化复兴，都是从总结自己的遗产开始的。”从热爱出发，以创新为驱动，“让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”，时间长河中不朽的宏大与精深就能更好地走入当下，彰显文化自信，绽放新的光彩。



夏日，一朵朵娇艳的花儿难抵骄阳的热情，竞相吐蕊怒放，将大地装扮得更加明亮有活力。近日，在成都市最大的花卉观光基地蔚然花海，大片大片的鲜花，以五彩缤纷诠释着生命的精彩。

胡桂芳 摄



故乡的腌白花菜

黄国清

故乡的小菜中，腌白花菜当为“魁首”。白花菜的得名缘于开白花，听起来颇有些随意，卖菜的人上前揭开碗，一股香味立刻弥漫开来，买菜的人夹了一筷子尝尝，“哎呀，太好吃了！”原来啊，这白花菜不能吃新鲜的，做成腌菜才是绝妙的吃法。

初夏清晨的菜园，微风轻拂，翠色荡漾，暗香浮动，水分饱满的白花菜看起来丰腴可口，经过一夜的充足睡眠之后，在露水的滋润下越发显得鲜嫩，这时采回家去，正是时候。

存放起来。后来，那人在集市上又遇到了卖白花菜的人，不由分说便将其拽到家中指责，卖菜的人上前揭开碗，一股香味立刻弥漫开来，买菜的人夹了一筷子尝尝，“哎呀，太好吃了！”原来啊，这白花菜不能吃新鲜的，做成腌菜才是绝妙的吃法。

初夏清晨的菜园，微风轻拂，翠色荡漾，暗香浮动，水分饱满的白花菜看起来丰腴可口，经过一夜的充足睡眠之后，在露水的滋润下越发显得鲜嫩，这时采回家去，正是时候。

母亲掐回白花菜，先用清水洗净，置于竹筲箕里沥水风干，然后切成小段，倒进木盆，加适量精盐后反复揉搓，直至有碧色的汁液渗出；将挤干汁液后的白花菜装进坛子，用塑料布覆盖坛子口后紧塞，三天后开坛，腌白花菜便大功告成。抓两把腌好的白花菜放在盘子里，加些许红辣椒和生姜丝，再浇上数滴土榨麻油，香气扑鼻的腌白花菜立马大放异彩，吃上一嘴，口中味蕾怒放，津液奔涌，鲜香从舌尖跳跃至舌根，唇齿间还有细若游丝的酸味游走。用软饼卷腌白花

菜，也是一种让人食欲大开的吃法，麦香与菜香渗透交融，酣畅淋漓，堪称人间至味。

腌白花菜是故乡的经典食材，配肥肉炒，菜脆肉软，不油不腻，味厚绵长；配瘦肉炒，菜酸肉爽，相得益彰，各显其味；配鸡蛋炒，色泽金黄，酥软脆香，清新爽口……一道寻常小菜，做法繁多，总能令你垂涎三尺，欲罢不能。



四川博物院与重庆中国三峡博物馆联合加强文物保护利用

本报讯(记者 漆世平 实习记者 李林恒)为强化四川和重庆两地博物馆的文物保护利用合作，联合挖掘巴蜀文物资源的突出价值和丰厚内涵，近日，四川博物院、重庆中国三峡博物馆在重庆举行了加强文物保护利用战略合作签约仪式。

据重庆中国三峡博物馆馆长程武彦介绍，在积极推动成渝双城经济圈建设的大背景下，三峡博物馆和四川博物院将拟就博物馆的事业发展、合作机制创新、“文保基地”打造、共同策展、川渝产业互动、教育研究等方面补齐短板，强化合作成果的转化。同时将建立线上“双馆”传播矩阵和线上话题联动互访互评，策划线下文旅推广、赛事、论坛等活动，不断扩大两馆的传播力和影响力。

据了解，根据协议签订内容，两馆将创新工作机制，在文物保护、研究、展示、文创开发和研学旅游等领域加强合作，持续推进两馆资源共享、优势互补，联合推出系列文物保护和研究重点科研项目、文物资源活化利用重点示范项目、川渝两地文物展览交流大平台、巴蜀文物文创营销大网络、以文物为核心的巴蜀文化走廊研学游大融合，助力川渝创建国家级文物保护利用示范区和成渝地区双城经济圈建设。

2020成都荷花展开幕

本报讯(记者 漆世平 实习记者 李林恒)6月19日，2020成都荷花展在四川成都人民公园开幕，武侯区簇锦公园、郫都区望丛祠、简阳市十里荷花、邛崃市文君荷塘四个分会场也同步开展，为市民呈现一场荷花视觉盛宴。

此次荷花展为期一个月，展出时间为6月19日至7月19日。主会场人民公园共设置荷色生香、碧盘清露、仲夏韵律、荷塘泛舟、荷风雅韵、莲香满院、芙蕖盈盈七大主题景点，集中展示蜀女、紫烟等30余种共6000余盆荷花，并布置有时令花草60000余盆。简阳市十里荷花分会场以“十里荷花、莲韵驿站”为定位，利用荷花造景，并配套景观亭、夜景灯光等旅游服务设施，邛崃市文君荷塘分会场则展出千余亩荷花。

据了解，荷花展期间，人民公园主会场还将举办“荷”美生活大型游园、“荷影传诗情”主题摄影大赛等活动，各个分会场也将举办精彩纷呈的荷塘采风、赛歌会、书画展、文创展、书画创作以及汉服秀等活动。

“一带一路”故事丛书《共同梦想》新书发布

新华社北京6月18日电(记者 史竞男)“一带一路”故事丛书《共同梦想》第二辑日前在京发布。该丛书由商务部组织编撰，通过深入调研、组织中外专家共同创作，讲述了共建“一带一路”的真实故事，展现了“一带一路”合作项目带来的巨大变化。

商务部副部长钱克明表示，“一带一路”故事丛书《共同梦想》的编撰出版，是践行人类命运共同体理念、推进“一带一路”高质量发展、讲好中国故事的重要举措之一。新冠肺炎疫情是新中国成立以来传播速度最快、感染范围最广、防控难度最大的一次重大突发公共卫生事件，中国与共建“一带一路”各方共同抗疫，携手推进项目建设，“一带一路”朋友圈更加团结，人类命运共同体理念更加深入人心。丛书第二辑出版发行，带来更多共建“一带一路”过程中的动人故事。

日前由商务部国际贸易经济合作研究院与人民出版社在京联合举办的该书出版座谈会上，参与共建“一带一路”的各单位代表和故事主人公深入交流经验体会，分享亲身经历。

据悉，“一带一路”故事丛书《共同梦想》第一辑已于2019年12月出版，目前已在海内外发行之中，英、俄、阿、西、法6种语言版本。