

加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式 为文化产业插上“数字羽翼”

大观园

【第320期】

贵州多措并举确保 冬季旅游“淡季不淡”

新华社贵阳11月14日电(记者周宣妮吴思)记者从贵州省文化和旅游厅获悉,贵州将在今年11月至明年2月期间,围绕温泉康养、民俗节庆、滑雪健身、红色旅游等主题开展各类冬季旅游活动,力保贵州冬季旅游“淡季不淡”,推动旅游业全面复苏。

据了解,贵州将结合当地旅游资源,并根据不同旅游市场的特点,推出多样化旅游产品。其中,针对广东、广西、云南等地游客,将结合温泉、滑雪等主题推出短途周末游和长线游;针对四川、重庆、湖南等地游客,将围绕民俗、红色旅游等主题开展短途游和长线游;针对浙江、江苏、上海、陕西等地游客,将策划度假康养旅游产品线路。

依托丰富的民俗资源,贵州将策划“民俗节庆体验游”等活动,打造有文化的乡村休闲旅游产品,同时助力“黔货出山”。

此外,贵州还将深入开展冬季旅游市场秩序整治,优化旅游环境,提升旅游品质,让游客享受更好的服务。同时,在各景区景点、机场、高铁站、客车站等人员密集的公共场所加强疫情防控,确保游客出行安全。

吉林发放千万元消费券 助力冰雪运动发展

新华社长春11月15日电(记者李典)15日上午,由吉林省长春市体育局开展的“健康吉林·运动有礼”体育消费券领取活动举行,总计1050万元的消费券共分为四种类型,金额从50元到400元不等。

上午9时,长春市民赵鸿禹拿起手机,按照提前做好的“抢券攻略”,很快就成功入手三张价格不等的消费券。“50元的今天去打羽毛球,100元的准备买套运动服,400元的准备留着去滑雪……”赵鸿禹盘点了“战利品”,满心欢喜。

据介绍,本次体育消费券可在长春市近40家门店消费使用,消费领域涵盖体育商品零售、体育场馆健身、体育教育培训、大众冰雪娱乐等产品和项目,不仅包含莲花山、鹿香山等滑雪场,还有多个室内滑冰场。

吉林省群众体育运动基础好,冰雪资源丰富,冰雪运动消费潜力巨大。长春市和吉林市今年8月同时被国家体育总局确定为国家体育消费试点城市。近日,吉林省多家滑雪场相继“开板”,标志着吉林省2020至2021雪季全面启动。

拥有万科松花湖、北大湖滑雪场的吉林市14日也向市民发放了总价值450万元的“体育惠民”电子消费券。“通过消费券助推体育消费市场回暖复苏,推动吉林冰雪体育行业提质增效。”吉林市体育局副局长刘义军说。

安徽阜阳城区 发掘新石器时代遗址

新华社合肥11月15日电(记者董雪)安徽省阜阳市岳家湖遗址近日完成挖掘工作,这是阜阳城区发掘的唯一一处以新石器时代遗存为主的遗址,首次科学证明阜阳城区确实存在距今约5000年的史前文化。

岳家湖遗址位于阜阳市颍东区。今年6月至11月,安徽省文物考古研究所联合阜阳市颍东区文化旅游体育局对该遗址进行了抢救性发掘,发掘面积500平方米,共发现宋代砖砌水井1座,壕沟、墓葬、灰坑、祭祀坑等遗迹超过50处,还出土了陶器、石器、骨器等大量遗物。

岳家湖遗址的主体为新石器时代晚期遗存,另有少量宋、明、清遗存,文化面貌与大汶口文化尉迟寺类型相似,年代距今约4500年至5000年。此次发掘成果对研究皖西北地区新石器时代的文化面貌、手工业生产方式,以及大汶口文化西迁等问题提供了珍贵资料。

业数字化转型的缩影。借助数字手段,无声的文物“活”了起来。

新冠肺炎疫情给文化产业带来一定冲击,但也为其数字化转型提供新契机。防疫期间,数字消费活力十足,线上文化活动备受追捧,这也影响到影视行业。《囡妈》放弃院线上映后,多部电影选择在线上视频平台放映。对此,中国传媒大学文化产业管理学院院长范周表示,影视业部分原有的运作模式在数字空间中被改写和超越。

在文化产业数字化提速的同时,网络视频、在线阅读、有声读物、数字音乐、网络游戏等新型业态也迎来高光时刻。数字文化产品和服务与人们的生活关联越来越密切。

实施数字化战略优势足

数字经济成为经济增长新动能,为文化产业创造有利条件。去年8月,中国首份权威数字文化产业报告显示,2017年中国数字文化产业增加值约1.03万亿元至1.19万亿元,总产值达约2.85万亿元至3.26万亿元。

业内人士指出,数字化是大势所趋,是文化产业高质量发展的重要推动力。那么,当前在文化产业实施数字化战略有何优势?

庞大的网民规模构成文化产业蓬勃发展的消费市场,也为产业数字化打下坚实用户

基础。第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年6月,中国网民规模达9.4亿,互联网普及率达67%。

国家相关政策向全社会发出鼓励数字文化产业发展的明确信号。2016年,数字创意产业首次被纳入国家战略性新兴产业。2017年,国家层面首份针对数字文化产业发展的政策文件《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》出台,为推动数字文化产业发展提出具体政策举措。

人工智能、大数据、5G、VR等新技术方兴未艾,促进文化产业走向智能化。当前,云课堂、云蹦迪、云演唱会等新模式层出不穷,人们渴望更多互动式沉浸式体验。“牵手”科技,无疑会深刻影响内容生产与传播。比如,基于海量的消费数据和计算分析,平台可以自动推送并更新人们感兴趣的文化内容,节省搜索时间。

此外,知识产权保护环境的改善和网络用户付费习惯的渐渐养成,也有助于数字文化消费潜力进一步释放。

探索可持续的生长模式

数字文化产业的出现和兴起,改变了原有的产品业态构成,也影响了人们的文化消费习惯和消费选择。

在范周看来,线上观展、线上音乐会、线上旅行,暂时还无法取代线下的同类活动,大部分是疫情下的过渡方案。他认为,眼下的科技手段还无法完全还原集聚型文化生活中的“现场感”,人们的文化消费习惯尚未颠覆,疫情过后会逐渐恢复如常。

“很多在线项目的产品还处于探索期,相关的运营模式也没有形成,云上演出、云上看展,多为不得已而为之。”中国文化创意产业研究会产业发展部主任胡娜坦言。

对此,专家们表示,这恰恰说明在文化领域数字化消费仍有很大空间。受疫情影响,传统文化产业加快数字化转型是有益尝试,更是时代发展的必然要求。

然而,数字化进程还面临不少困难。胡娜认为,现阶段众多数字文化产业项目多是注意力经济或流量经济的代表。“疫情过后,如何面对新时代的数字化转型浪潮,数字创意经济如何在前期流量经济的基础上找到健康可持续的生长模式,需要我们思考。”

专家指出,发展文化产业,要把社会效益放在首位。不管数字化程度多高,催生了多少新业态、新模式,满足公众多样化精神文化需求的功能不会改变,基于创意创新的优质文化产品和服务仍是产业可持续发展的关键。

(《人民日报·海外版》史志鹏)

“伟大征程——红军长征在四川革命历史文物展” 在泸州开展

本报讯(记者李林暄)11月12日,“伟大征程——红军长征在四川革命历史文物展”(泸州站)在泸州市博物馆开幕。展览将持续至2021年1月28日。

“伟大征程——红军长征在四川革命历史文物展”通过“从赤水河畔到懋功会师”“艰苦跋涉过草地”“南下受挫转雪域”“甘孜会师携手北上”四个单元集中展示了四川博物院、古蔺县红

军长征四渡赤水博物馆、凉山冕宁县红军长征纪念馆、甘孜泸定县飞夺泸定桥纪念馆、雅安石棉县安顺乡中国工农红军强渡大渡河纪念馆等18家博物馆、纪念馆的75件文物实物,呈现了红军长征在四川波澜壮阔的革命斗争历史。

开幕式现场,四川省党史研究室专家周锐京带来了以“牢记初心使命弘扬长征精神”为主题的讲座。现场还开展了拓片互动等活动。

腌缸洋姜过一冬

陈亮

在老家屋后的自留地里,一直生长着一片洋姜。打我记事时起,这片田地里就基本没有种植过别的。每年开春,这片地里都会冒出一棵棵碧绿的洋姜苗子,挨挨挤挤的。农人常说:稀了是庄稼,密了是草。就是说种庄稼要讲求株距和行距,不能一味地只追求数量,到头来反倒耽误了收成。

每年开春,奶奶见涨势凶猛的洋姜苗子太过茂密,但又不忍心直接拔除多余的苗子,就每天在最为茂密处拔一撮青嫩的苗子,用刀切碎和麸皮搅拌在一起喂鸡喂鸭。可洋姜的生命力实在顽强,任凭你每日取用,到了夏秋之交,那葳蕤之中依然会绽放出一片片橘黄来。到了深秋时节,将洋姜采挖回来,洗干净泥沙,就可以用来腌制咸菜了。

老家的冬日是荒凉的,在漫长的冬日里,人们习惯吃糊汤饭,那是用磨碎的玉米糝熬制的一种香甜的稀粥。吃糊汤饭,就需要有下饭的菜肴,尽管炒菜十分美味,但吃糊汤饭时,人们还是习惯用腌制的咸菜来搭配。

每年初冬时节,老家的人们就会腌制一大缸咸菜来过冬,大多数人家都腌的是包菜,而我家除了一缸包菜外,还要再腌一缸洋姜。腌制前,将采挖来的新鲜洋姜清洗干净,晾干水分,再将菜缸洗净、晾干备用。洋姜和菜缸一定都要晾干,因为腌制过程中不能用生水、不能见油污,不然易变质。然后往铁锅内倒适量清水,放入八角、花椒、香叶、干辣椒等熬出香味,放入适量盐巴晾凉待用。接着,将洗净晾干的洋姜倒入缸里,放入适量的野山椒、鲜辣椒以及拍破的姜块和蒜瓣,再倒入熬好的大料水,滴入少许高度白酒,密封严实,约

莫半个月左右,一缸香脆可口的腌洋姜就大功告成了。

据奶奶讲,生姜和白酒都有防腐增香的功效,所以腌制洋姜时这两样原料必不可少。过去,由于家中人口多,每年腌制洋姜时,奶奶还不忘给缸内再泡几颗切开的红白萝卜。平日吃糊汤饭时,捞几块洋姜和萝卜切成小丁,再将腌制的辣椒切碎,置入器皿之中,摆上几粒花椒和干辣椒段,再来一撮蒜末、葱花和辣椒面,把烧得滚烫的食用油浇在上面,只听见“刺啦”一声脆响,香气四溢,最后再滴几滴香油,搅拌均匀,便是一碟香脆可口的下饭菜肴了。在那些平凡而温暖的岁月里,一碟美味的腌咸菜就能给一家人的餐桌增添一份愉悦,令人备感满足。

小时候吃洋姜,小孩子们仗着牙齿好,常感觉切成小丁嚼起来不过瘾,索性拿一个整块的洋姜直接啃,望着我们“咔嚓咔嚓”吃得欢,可馋煞了同院里没了牙齿的爷爷辈们,细心的家人看见,就尽量将腌洋姜切成细丝,以便长辈食用。

时过境迁,老一辈人早已经相继离开了我们,但代代流传下来的生活习惯依然被吾辈沿袭着。每年入冬,即使工作繁忙、闲暇不多,但一定要腌制一缸洋姜的。这不仅仅是一种情结,更是一种生活的情调和情感的需求。

食坊闲话

中国IP“出圈”吸粉靠你了!

王明玉

软实力转化成硬资产。

让“传统”与“潮流”擦出火花,这届年轻人是文化的消费者,也是创造者。鎏金、砖红、胭脂粉……近几年,故宫建筑上的颜色化身爆款口红,600岁的故宫成了新潮的文创“网红”;借助动漫制作的高新技术,孙大圣、哪吒和姜太公等“老牌英雄”,能肩并肩再次开拓中国的“封神宇宙”……神仙接地气,文化有活力,将传统文化的瑰宝和当代特色相结合,形成新的潮流和时尚,我们用情怀又接地气的新方式,挖掘出中国文化的更多可能,在各个领域掀起层层浪花。

让中国文化“出圈”吸粉,这届年轻人

为什么行?青年既有天马行空的想象力,又有无穷无尽的创造力,还有玩转科技的硬实力。AI技术下的兵马俑动了起来、高校文化月饼和诗词歌赋撞了个满怀、“云上博物馆”让文物瑰宝的前世今生近在眼前……年轻人“脑洞”大开、创意加持,带着创新的冲劲和勇气,让中国文化变得鲜活有趣,有了更多被了解和喜爱的可能。

让文化涌动强劲生命力,离不开年轻人真正读懂中国文化。全国各地年轻的非遗传承人越来越多,《诗词大会》《朗读者》等节目展现出年轻人对文化的探索与热爱……“人爱自己的历史,比鸟爱自己的翅膀更厉

害”,无论昨天、今天还是明天,只有真正沉下心走进我们的文化,让历史的高峰和时代的先锋并成一条线,才能不断产生新认识、涌现新灵感,以史为鉴、照见未来,让中国文化传播得更远更广。

穿越历史烟尘,我们在千年文化中汲取力量;通向未来之路,我们在建设文化强国的奋斗征程上精神昂扬。来,一起在文化的旷野中栽种树木,在文化的海洋里乘风破浪。

