

“宋风”来袭 从《大宋宫词》中窥见“宋朝印象”

第一刀初韭

因为工作关系，近些年我回农村老家陪母亲吃饭少了。但每年的春天，喜欢美食的我，就会想到农村老家的母亲，和她种的一畦韭菜。

韭菜，尤其是春天里的第一刀初韭，营养丰富，吃起来香浓味美。俗话说“一月葱，二月韭”，韭菜不仅自古以来就被广泛食用，而且还能滋补身体，因此深得人们喜爱。

小时候，母亲喜欢种各种各样的蔬菜。其中，我最喜欢吃的就是韭菜。在城里想要买到第一刀初韭，不是一件容易的事。所以，第一刀初韭对我来说就极其珍贵了。连蒲松龄都感叹说：“二寸三寸，与我无盼；四寸五寸，偶然一顿；九寸十寸，上顿下顿。”可见，吃韭菜易，但要吃到第一刀初韭，真的是一件很难的事情。

因为知道我喜欢吃韭菜，尤其是春天的第一刀初韭，母亲特地为我在老家的一块空地上种韭菜。每年冬天，母亲要专门给韭菜地搭一个棚子。等到春天来临，万物复苏，那些埋在土里的韭菜根基，就冒出了青绿的嫩芽。每天早晚，母亲总会提着水桶，去为韭菜浇水。不用几日，嫩芽就会噌噌地往上长，远远望去，已是“一畦春韭绿”了。

初茬韭菜成熟时，母亲哼着小调，挎着小篮，握着小刀，得意地走向韭菜地。我曾见过母亲割韭菜。只见她蹲在韭菜地里，一手握刀，一手拢韭，在韭菜根上约半寸高的位置将韭菜割断。小时候，我曾好奇地问母亲，割过的韭菜会不会死掉？母亲笑了笑说，韭菜的命大着呢，只要有阳光，有水分，越割越肯长。

我喜欢吃韭菜，尤其是喜欢母亲做的韭菜炒鸡蛋。母亲把韭菜割回家清洗干净后，把它切成好几小段。先把鸡蛋炒好盛出，再把油锅的火烧旺，将韭菜倒入锅中，加入盐和其它调味料。等韭菜微软，再将炒鸡蛋倒入锅中搅动几下即可出锅。这个时候，只见盘中黄绿相间的韭菜炒鸡蛋，似乎连香味都带着春天的味道，吃一口，口齿留香，回味无穷。

小时候，虽然家里穷，但因为母亲养着几只鸡，所以春天常常能吃到韭菜炒鸡蛋。但那时候，与韭菜炒鸡蛋比，我更喜欢吃的是韭菜炒螺蛳肉。做这道菜也很有讲究。开春后，父亲常常卷起裤腿去沟渠里摸螺蛳。待父亲归家，母亲总要将他摸回来的螺蛳用清水养上几天。待螺蛳将脏物吐尽，再放入锅中水煮。母亲用针将煮熟的螺蛳肉轻轻从壳里挑出来，洗净后放进油锅里爆炒，再将切好的韭菜推入锅中，佐以作料。不一会儿，一盘香气扑鼻的韭菜炒螺蛳肉就出锅啦，真是让人馋涎欲滴。

食坊闲话

黑龙江打造“周末游龙江”系列产品首趟旅游专列开行

新华社哈尔滨4月5日电(记者董宝森)记者从黑龙江省文化和旅游厅获悉，日前，500余名旅客乘坐的旅游专列，从哈尔滨始发驶向齐齐哈尔。这是今年黑龙江省开行的首趟旅游专列，也是黑龙江省文化和旅游厅打造的“周末游龙江”系列产品之一。

据介绍，此趟专列涵盖了齐齐哈尔的知名景区，游客可以游览湿地之美，体验齐齐哈尔民俗风情，品味特色烤肉等。

为保证旅游专列顺利开行，铁路部门优化专列开行方案，机务、车辆、客运和车站等单位提前做好机车整备、车辆编组、服务保障和通风消毒等工作，在专列游客进站等环节设置专人引导，严格落实防疫要求，全程配备随车医生，为游客提供安全舒适的出行环境。

据悉，铁路部门将根据旅客出游特点，陆续推出抚远“东极行”专列4日游、漠河“找北游”专列6日游、大庆“铁人精神”2日游等“周末游龙江”系列旅游产品，不断丰富优质旅游产品供给，满足大众旅游需求。

成功输送海外。

作为呈现、诠释宋朝文化精神的古装剧，《大宋宫词》在主线叙事下不忘插入传统文化细节，如在宋太宗约见秦王时，一段看似诡异的舞蹈进入观众视线，这种舞蹈形式叫做侏舞，是国家级非物质文化遗产；剧中经常能见到侍女点茶的场景及过程，令观众得以了解到宋朝茶文化的雅致；剧中还常提到蜀绣，也令观众领略到蜀绣的技法和精美程度。可以说，从侏舞、点茶到刺绣，《大宋宫词》于点滴中体现出宋朝之美。

当这些传统文化元素透过荧屏与当下年轻观众相遇时，引发了年轻人在情感上、审美上的诸多共鸣。看到剧中呈现出的“襦裙装”“珍珠妆”“咬唇妆”和宋代服饰素雅、简约、内敛的审美倾向，很多网友通过弹幕探讨起汉服之美。剧中刘娥之子吉儿以唱的方式背诵文章，也引发了观众对宋词的讨论。一些网友在感叹宋代文化之美的同时，感慨通过影视剧还能长知识。

在业内看来，用基于当下日常和流行文化的目光去审视、重构源自中华优秀传统文化的元素，找到传统文化与当下生活的“共情”，是古装剧创作、传播成功的关键。

《《中国文化报》和光》

觉天地，古建筑群落、珠帘、灯笼错落有致，展现出几何之美、符号之美。朱红的宫墙、米白的帷幔，大量深浅对比的色块以及光线的明暗区隔打造出柔软、富有层次的格调。

鲜活·生动
描摹宋朝文化精神内涵

抚琴、调香、赏花、观画、弈棋、烹茶、听风、饮酒、观瀑、采菊、诗歌、绘画……宋朝的人文风气和雅趣是众所周知的“宋朝印象”。如何让这些碎片化的印象变得更加具象和生动，让观众对宋朝文化加深认知？《大宋宫词》运用多种手法浓缩、还原了“宋风”。

该剧的服饰十分讲究，文武百官的官服多以红色、灰色为主，男性服饰以素雅的单色为主，女性服装通常淡雅低调，大多上襦下裙，飘逸感十足。主要人物的服装设计也参考了宋代古画的神韵。其中，刘娥登后位的造型——端坐在椅子上，身穿手工缝制的百鸟服、头戴九龙花钗冠，便是选取了贴合朝代背景的《宋真宗后坐像轴》以及《宋仁宗后坐像轴》为参考。

妆发造型方面，参考宋朝的风气较为内敛保守，剧中女子的妆容偏向于清淡素雅。如果仔细观察刘娥的妆容，可以发现，通过

盘活·传承
拓展传统文化传播

近年来，传统文化的“活态传承”一直被反复提及，拓展传统文化的传播范围，让更多人了解传统文化也成为影视剧创作者的使命和责任。近年来，融合了传统文化的影视作品，通过汲取传统文化的养分，内涵和深度得以提升，也让中华优秀传统文化在节目传播的过程中得到传承和弘扬。如《延禧攻略》《黄金瞳》《鬓边不是海棠红》等剧集，不仅成功“盘活”刺绣、绒花等非遗文化，带动梨园文化、国粹经典、古玩鉴宝等传统文化的传播，同时也推动着这些极具代表性的中国传统文化元素

复刻·还原
展开宋风画卷

宋朝是中国文化艺术发展最鼎盛的时期之一，在“崇文抑武”的大环境下，宋朝的艺术氛围十分浓厚，除了观众熟悉的与唐诗齐名的宋词，宋人在书法、绘画、瓷器、茶艺、建筑等领域都达到了中国古代艺术史的巅峰。

为了重现大宋盛世美景，剧组不仅搭建了春鸾阁、渡云轩、御书房、襄王府、文德殿、皇官太庙、司天监、大清书院、皇陵地宫等70多个场景，还在横店实景建造出国内首个北宋皇官大庆殿，内部

陈设从帷幔的颜色、扇扇的花纹到屏风，每一处都颇为讲究。该剧主创还邀请宋史和文物专家把关，大到全剧整体视觉效果，小到风物、世俗、人情、礼仪，都力求让作品呈现出浓郁的传统美学气韵。

细心的观众惊艳于该剧的片头设计：随着古画长轴的拉开，画中的人与场景一一再现，而剧中人物置于画中竟毫无违和感。虚拟与现实、传统文化艺术与现代电脑特效的结合，带给观众独特的观看体验。再如剧中“秦王夜宴”桥段，对《韩熙载夜宴图》场景的复现，淋漓尽致地表现出宋朝的风情与雅致。其中，侍女的座位和神态都与原画高度吻合。

“我们按《韩熙载夜宴图》拍了一遍，为了融到剧情里，特意从左向右展开，有意识地让秦王像韩熙载一样串在这5个场景里，希望像临摹一样造成一个镜头下来的效果。”导演李少红说。这一段《韩熙载夜宴图》的复现，不仅是对画中场景的简单仿拟，更与剧情人物的情绪状态密切贴合。

除了对宋朝风韵的复刻还原有章可循、有典可依，这部剧还注重用影像化语言表现宋代的精致之美：平衡与对称的构图渲染出皇官至高无上、凌厉威严的氛围，强调了权力中心的威压。线条、形状的运用勾勒出了干净分明的视

大观园

【第352期】

「微笑彩虹」公益活动发布第一季书单

反映当代儿童现实生活。多数图书人选由中宣部组织实施的“优秀青少年读物出版工程”、“年度‘中国好书’”等，受到广大少年儿童喜爱。

韬奋基金会理事长聂震宁表示，倡导全民阅读，要加大服务力度，重视保障农村留守儿童、特殊儿童等群体的基本阅读需求。希望社会各界携起手来，提供更多优质图书，用阅读帮助孩子们养成良好品质、树立正确价值观。

中国新闻出版传媒集团总经理、中国全民阅读媒体联盟常务副理事长李忠介绍，“微笑彩虹·书香温暖童年”公益活动旨在以出版带动公益，用阅读连接童心。活动会继续推出书单，并建立“微笑彩虹”书屋、小书架等，用阅读温暖童心。

新华社北京4月5日电(记者史竞男)为加大对特殊儿童、农村留守儿童的关爱力度，“微笑彩虹·书香温暖童年”公益活动日前在京举行，并发布“微笑彩虹”第一季书单，107家出版机构的309种图书入选，将定向捐赠给特殊困难儿童群体。

该活动由中国新闻出版传媒集团与中国全民阅读媒体联盟主办。309种图书包括主题出版类27种、人文社科类30种、儿童文学类132种、科普类30种、绘本类90种。其中，既有中外名家经典著作，又有当代优秀儿童文学作品；既关注儿童成长问题，也



山花烂漫

刘佳跃摄

疫情冲击下，实体书店缘何逆势上扬

何其聪

2021中国书店大会发布的《2020—2021中国实体书店产业报告》数据显示，2020年中国有4061家实体书店新开业，同比2019年净增2488家。回顾2020年，电影、演艺等线下文化消费普遍受疫情冲击严重，相比之下实体书店数量逆势上扬，增长数据着实令人瞩目。

其实，2020年书店亮眼的逆袭数据并非一蹴而就。21世纪以来，受网上售书平台低价冲击及数字出版、数字阅读技术影响，世界范围内的实体书店普遍面临客流量递减、运营边际成本上升、售书利润萎缩等现实困难。2010年前后，多国书店陷入倒闭风潮。为此，美、欧、澳、日等发达国家和地区，中国、俄罗斯、阿根廷等发展中国家，均出台了保护扶持实体书店的政策。经过10年的艰难自救、转型升级，存活下来的老书店从单一图书卖场改造升级为选品精准、空间优美、格调高雅的城市阅读空间；新建书店普遍富有设计感和时尚感，吸引了大批城市白领和

“Z世代”(1995至2009年出生的)青年重返消费。

如今，“书店+餐饮”“书店+文创”“书店+文旅”“书店+出版”“书店+婚庆”“书店+会展”“书店+直播”“书店+科普”“书店+活动”等各类跨界经营，已成为城市书店各具特色的经营状态。绝大多数书店通过多业态经营，弥补图书销售利润不足，逐渐探索出各具特色的经营模式。一些实力较强的出版社依靠强大的内容IP和品牌影响力，着力打造连锁门店的特色主题空间，实现书店品牌输出，为各类文化空间提供选书、供书、策划、运营等全产业链服务，提升书店附加价值和盈利能力。一些专业出版社则发挥书店平台在专业领域、项目策划等方面的文化资源优势，打造文化活动和品牌红色文化产品，主动参加各地政府、企业的文化服务招标采购，实现以活动服务输出反哺书店的良性发展模式。此外，全国还涌现出一大批社区书店、专业书店、特色书店，通过深度服

务和群体黏性，帮助书店深度嵌入城市生活。

自2016年11部门印发《关于支持实体书店发展的指导意见》以来，据不完全统计，截至2020年已有30多个省市出台了支持实体书店发展的地方性政策。各地采用信贷支持、财政补贴、税收优惠、公共服务购买等措施，从政府层面鼓励书店升级发展。例如，北京连续5年给予实体书店财政补贴，2020年全市书店扶持资金总量达到2.4亿元。上海建立了公共文化内容供给统一采购平台申报系统，由书店自主申报，市里进行筛选，汇总为基层公共文化服务购买的“白名单”，以此鼓励优秀书店积极参与基层公共文化服务供给。此外，很多区域中心城市书店扶持政策也颇具特色。例如西安把建设“书香之城”作为城市文化建设的重要目标，对书店进行分层次精准补贴。成都持续多年坚持发放惠民购书券，以消费终端反向推动书店发展。杭州开展“悦读”服务计划，把市图书馆的

部分采购权交给书店读者，为实体书店进入公共图书采购系统提供机会。

行业持续突破创新，政府支持转型升级。中国书店业用10年时间浴火重生、走出低谷。疫情没有打倒书店，反而倒逼行业加速转型升级。当然，书店面临的新问题仍然很多。例如，网红书店如何将流量转换为真实的阅读量和销售额？如何提供高质量、更具黏性的深度服务，开创更多差异化经营模式？如何深度链接出版业、消费者、产品、空间，建立一个更默契的行业链条？书店业未来仍需时刻保持危机感，与政府、社会合作形成三方合力，继续保持谨慎而清醒的行业心态，提高可持续发展能力。

