

船往何去？广彩广绣走四方

方晴 康靖文 李天研

珠江，越六省贯五岭，汇千渠集万溪，浩浩荡荡地奔赴南海。抬眼望，珠江水滋养着丰腴的南粤大地，造就出岭南文化的基本形态；观微处，珠江水也浸润着市井百态，映照出花城烟火，形塑出广州人的特质禀赋。

有水就有船。岭南文化与珠江水、与江上船密不可分。红船沿珠江内河穿梭，满载悠扬粤韵；贸易商船顺珠江向海，让“南粤风”吹向世界；华侨登船而归，让岭南文化既“采中原之精粹”，又“纳四海之新风”。

◎ 漫步粤剧博物馆 粤剧戏班沿江巡演 生活出行皆在红船

“一湾溪水绿，两岸荔枝红”，荔湾区是岭南文化最集中、最具代表性的地区之一。清中叶以后，广州成为“一口通商”口岸城市，活跃的经济活动也成就了生机勃勃的文化盛景，用清代文人熊景星的话来说：“红云十里，八桥画舫，游人萃焉”。

如今，这幅胜景已在荔枝湾畔重现。穿过古朴骑楼、小桥流水，步入位于恩宁路的粤剧艺术博物馆，未踏出曲廊月门，已听到从广福台传来的声声粤韵。走近一看，登台亮相的还是粤剧小演员。在广福台的斜对岸，一艘用红色花岗岩雕刻的“红船舫”停泊在晚

沙湖边，船头与广福台相望，重塑了“小花旦”“小小生”的前辈们当年搭红船四处登台演出的场景。

“十九世纪末至二十世纪初，因为两广（广东广西）陆地交通不及河道，而粤剧戏班常在珠江三角洲及广州沿河一带巡回演出，为方便行程，早年本地戏班生活居住在船上。船的外部漆上红色，所以称为红船。当时的戏班也叫做‘红船班’，粤剧艺人则称为‘红船子弟’。”讲解员介绍道，“不过，红船只是戏班生活的地方，演出并不在船上。戏班在停好船之后，登岸搭棚唱戏。”

博物馆的室内展厅里还有另外一条“红船”——展览团队重新研究了红船的历史与构造，定做了一条约5米长的红木红船，更细致地重现了红船子弟的生活。“红船其实分成‘天艇’和‘地艇’，天艇上的是文戏班，地艇上的

是武戏班。”讲解员说。

回溯粤剧的诞生与发展，“采中原之精粹”的岭南文化特质尤为凸显。讲解员介绍，明代成化年间（1465—1487），广州地区民间流行戏曲，外来戏班演出频繁，并有众多本地子弟参与演唱，孕育了粤剧的种子。“广州是代表岭南的重要地区，对外来戏曲持开放态度。在千百年间的互相磨合、互相影响下，逐渐形成今天的粤剧。”广东省人民政府文史研究馆馆员徐家凤曾这样分析。

◎ 探秘十三行博物馆 外贸船曾林立珠江“南粤风”吹向世界

离开粤剧艺术博物馆，沿着恩宁路向东走到上下九路，再步向南面，没多久便到了位于文化公园的广州十三行博物馆。前述清代乾隆年间的“一口通商”政策，即只保留广州十三行与欧美各国进行贸易，这把广州在古代海上丝绸之路之路的地位推上历史高峰。数不尽的大船小艇在珠江上“桅樯如林”，继而把“南粤风”“中国风”吹向世界。

1739年从瑞典首航远渡驶赴广州十三行的“哥德堡号”，1784年首航来穗、首艘来华美国商船“中国皇后号”，船身前部绘有一双大眼睛俗称“大眼睛”的“丰晋行”名下广式商船“三益

号”……由多艘船模组成、重现鼎盛时期的“珠江帆影”是当年商贸兴盛的一个缩影。

博物馆讲解员介绍说，作为1757年至1842年清政府唯一对欧美通商的地方，大量的茶叶、丝绸、瓷器从此处销往世界各地，大量白银经粤海关流入中国，客观上使广州成为中国与西方国家经济、政治、文化交往的窗口。

其中，广绣、广彩瓷是东西方文明交汇的典型事例。“清代中国陶瓷受到欧美上流社会的普遍喜爱，中国名瓷大量出口。同时，为了适应西方的审美情趣，在广州绘制加工的广彩瓷器器型、纹饰、色彩随潮流而变，风靡欧美。”讲解员说。如今，在博物馆，人们能看到绘有“DARLING ELIZABETH（亲爱的伊丽莎白）”、“1757”年号标识和外商船员与爱人惜别与重逢图案的广彩洋人远航图大碗，装有欧式洛可可风格卷叶纹装饰的广彩镶铜盖瓶，绘有十三行港口风景图的“热销纪念品”广彩杯、碟等，都是这种文化融合的见证。

◎ 感受华侨博物馆 游子乘船出海 融通东西文化

文化由人创造，而人又是文化的

载体。岭南文化得以“纳四海之新风”，离不开华人华侨巨大的贡献。随着讲解员的一一介绍，广州华侨博物馆展现了他们的故事：

从广东走出去的中国近代史上第一位美国留学生容闳，归国后奔走呼号，以实施强国之策，亲自创办留学生学堂。出生于广州西关十二甫的詹天佑12岁留学美国，后来主持修建中国自主设计并建造的第一条铁路——京张铁路，被称为“中国铁路之父”。恩平人冯如，1909年在美国奥克兰成功试飞中国人制造的第一架双翼飞机。1911年，他把飞机制造公司迁回广州，成为中国第一个飞机长。博物馆展示了“冯如”二号等5架飞机模型一字排开，展露“志在冲天”的豪迈气概。

身在异国的华侨，亲身感受世界进步的浪潮，更时刻关心祖国的发展。在抗日战争中，海外侨胞更是与全国同胞同仇敌忾，从人力、财力、物力等各方面大力支持祖国抗日，不少广府华侨为革命英勇献身，留下许多可歌可泣的感人故事。

华侨的印记深深铭刻在中国历史上，同时也以文化人、润物无声。“广州华侨历史悠久，华侨文化积淀深厚，他们在教育、文学、艺术等方面都对广州传统的岭南文化产生了深远影响。”讲解员说。

嗨！陈爰三我的水酵饼

作家王干新近出了一本书《人间食单》，开篇《米饭饼》。米饭饼是旧时粥馥了，爱惜粮食的里下河人家舍不得倒掉，加米粉发酵而成的食品。后来生活条件好了，不再用馥粥，而是用米粉发酵做成的米饼，我们小时候就叫水酵饼。

食物有属性，煎炸的香浓，像油饼、油条、麻团等，经过油的洗礼，清一色地裹上油亮的外衣，吸引食客。水酵饼不一样，只有一层打底的油，完全靠炉火，靠蒸汽，催发出稻米天然的芬芳，属于“清水出芙蓉”，有着迷人的朴素。于我而言，水酵饼的方便快捷是最初喜欢它的原因。

记忆中的冬日特别冷，在家乡小镇街头避风的地方，常有一中年女子支起平底锅卖水酵饼。一勺一勺调匀的米粉顺锅边挨次倒下摊开，排满后盖上盖子，中途四边洒点水，不出几分钟，腾腾热气中弥漫着的甜香，扑鼻而来。

水酵饼论“合”卖。一上一下两片铲出，合上，圆形，碗口大小，外层金黄，内里雪白，在清晨阳光照射下，明艳夺目，有种傲娇的气息，凛冽的街头也因此添些许温暖。

“早起三光，晚起三慌”是儿时母亲教育我赖床常说的。冬日里不想离开热被窝，等到不能拖了才起床，来不及在家里吃早饭，慌慌张张，飞也似的跑出门，通常就冲到卖水酵饼的那里。

一揭开锅，大人小孩一窝蜂地上，赶着上学的、上班的，掐着点儿赶帮船的……都想在寒冷里早早咬上一口热烫烫的水酵饼暖胃，更何况“一烫抵三鲜”。可我等不及新出锅的，只好掀起一旁棉絮捂着的，抓上就咬，三口两口往下吞，也不会噎着，一边脚下不停，向学校冲去。这是其他早点没法比的优势。铃声响的最后一秒，哈哈，我闪进了教室。有多少回解了燃眉之急记不清了，但嘴里的余味袅袅，至今不能忘怀。

水酵饼松软可口，略带焦香，不油不腻，就像家乡人格格中的朴实平和，不争不抢，耐人寻味。不少人说水酵饼夹一根油条，绝配，我不以为然，这样削减了水酵饼本身的清甜，就有点“失去自我”的感觉。一个“失去自我”的人，怎么可能耐人寻味呢？只能患得患失了。

水酵饼从小吃到大，后来离开家乡，也远离了水酵饼。等到回转，巷头已经“人面不知何处去”了。因为脾胃不好，面对各色重口味的早点，我总是踟蹰不前，时常想起水酵饼，想起它清简诱人的味道。

今年柳园早茶节，我请家人们吃早茶，竟意外邂逅了水酵饼，一下亮了我的眼，那份喜悦就像朋友间的久别重逢。我左一口，右一口，中间再一口，自顾自先吃了一个，酣畅淋漓，就像是灵魂食物，慰藉了多年的“空虚”。

嗨，我的水酵饼！



以小见大传播社会正能量

陈琳

习近平总书记在建党二十大报告中指出：“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”作为电视文艺作品，电视公益广告以小见大，内涵丰富、表现手法多样，在讲好中国故事、凝聚精神力量方面发挥着积极作用。

中华优秀传统文化源远流长。以弘扬优秀传统文化为主题的电视公益广告亮相荧屏后，深受观众喜爱。比如，二十四节气民俗文化系列公益广告，将古诗词与节气物候相结合，配以国风音乐和淡雅画面，传统韵味十足。

电视公益广告以小故事呈现大变迁，刻录时代前行的铿锵足音。决战脱贫攻坚关键期，电视公益广告生动讲述先进典型故事，展示脱贫成就，推广扶贫经验。如《搬出幸福生活》，再现塔克拉玛干沙漠达里雅布依村114户乡亲整体搬

离沙漠腹地的历史性画面。“每日251次检验，只为每个菌包都给村民带来效益；每年超过500万步的走访，只为精准把握扶贫进程。”《脱贫攻坚 致敬每一位奋斗者》用数字勾勒扶贫一线工作者的人物群像，给人留下深刻印象。

此外，公益广告《共绘新蓝图》，为人们解读“十四五”时期主要目标任务；《塞罕坝》《沙漠绿洲中国梦》通过动人故事传递生态文明理念，展示生态文明建设成果；《新未来》创意独特、科技感强，阐释发展数字经济重要意义，助力提高全民数字素养；《在这里》展现乡村振兴生动画卷，坚定“民族要复兴，乡村必振兴”的奋斗决心……这些公益广告篇幅虽小，却承载着大情怀、大担当。

崇高事业需要榜样引领。时代楷模系列公益广告以人物纪录短片的形式，凸显时代楷模“爱国、敬业、诚信、友善”的精神内核。《时代楷模黄文秀》记录黄文秀同志生前努力工作的画面，传

递主人公“决胜小康、奋斗有我”的坚定信念；《时代楷模朱有勇》讲述朱有勇院士加入扶贫大军的故事。《参军报国 不负韶华》《致敬每一位现役退役的中国军人》，强军征兵主题公益广告刻画当代军人的飒爽英姿，鼓励广大青年参军入伍，强军兴国。有网友表示“看完立马想当兵”。

故事因人而生动。电视公益广告以普通劳动者为主角，从平凡中发现不凡，从质朴中发现崇高，激发观众共鸣共情，给人以自信自强和温暖向上的力量。环卫工人每天凌晨4点上岗，挥动扫把1800多次、清扫大街2600米；公交司机每天驾车行驶200多公里，换动档位5000多次，平均载客820人次；交通警察每天站立2小时35分，重复手势886次，转动身体2000多次……《爱岗敬业 实干圆梦》公益广告将普通劳动者的日常工作数量化、具象化，镜头背后万千劳动者的奋斗日常令人感动。湖南卫视“奋斗者 正青春”系列公益广告讲述年轻人的

奋斗故事。镜头中，驾驶过6种机型、飞行近2000小时、两次获得中国空军飞行技能竞赛“金头盔”奖的飞行员张凯，讲述自己第一次拦截来犯之敌的经历，坚定地表示：“荣誉并不是我们的最终目标，我们的最终目标就是守住我们这千千万万的中国人！”激扬奋斗的青春力量通过屏幕鼓舞了更多人，网友们表示：“正值青春，就要勇敢去拼搏！”

将“正的价值、善的力量、美的情感”注入作品、打造精品，已成为当前电视公益广告创作者的共识。电视公益广告如春风化雨，正在提高全社会精神文化素养、培育良好道德风尚、传播社会正能量等方面发挥着积极作用。

“有序推”。制作完成《亚丁村历史沿革及文旅资源专题片》，编制完成亚丁村打造世界级历史文旅村寨初步工作方案、亚丁村世界最佳旅游乡村规划设想。目前已梳理建设项目四大类23个。

川陕革命根据地博物馆举行纪念川陕革命根据地创建90周年系列活动

本报讯（蜀博）为纪念川陕革命根据地创建90周年，今年以来，川陕革命根据地博物馆以推红色展览、讲红色故事、演红色剧目和编红色书籍为载体，弘扬革命文化，传承苏区精神。

推红色展览。联合川陕革命根据地旧址（巴中）管理局推出红旗漫卷大巴山——纪念川陕革命根据地创建90周年专题图片巡展，自主策划又见杜鹃红——川陕革命根据地妇女武装图片展，挖掘大量历史文献，使用珍贵历史图片500余张，系统展现川陕革命根据地创建、发展的光辉历程和对中国革命的历史贡献。吸引10万余人次观展。

讲红色故事。开展讲好巴山故事 传承红色基因——巴中市红领巾讲党史志愿服务活动，通过讲解培训、视频展播、志愿讲解、互动问答、活动体验等方式，让孩子们感悟烽火岁月的艰辛不易，弘扬革命文化。目前，已开展主题志愿服务活动80余期，展播“红领巾讲川陕”优秀视频100余期。

演红色剧目。精心设计“行走的红色课堂”，串联红四方面军妇女独立团和吴瑞林、刘伯坚等英雄人物革命事迹，以一封家书、一截土墙、一碗荞面、一张地图等分段化呈现方式，倾情打造红色诗剧《问君归期》，并推动剧目巡回演出十余场，获得广泛好评。

编红色书籍。挖掘革命文物历史内涵，编印出版《红色故事100例》《革命文物精品赏析》《川陕薪火》AR绘本3套“红色记忆”系列丛书。其中，《川陕薪火》AR绘本作为研学游教材将数字技术融入其中，将红色文化以活泼简练的用词用语和新颖独特的叙述方式表现出来。

稻城县推进亚丁村世界级历史文旅村寨打造

本报讯（稻政）近日，四川省甘孜藏族自治州稻城县召开打造亚丁村世界级历史文旅村寨工作领导小组第2次会议。会议指出，推进亚丁村打造世界级历史文旅村寨，是加快推动稻城打造“天地人”全时空文化旅游新地标的重要支撑，有利于形成优势互补、高质量发展的县域产业布局，更好支撑四川全面建设世界重要旅游目的地，打造带动全省文旅产业高质量发展的重要增长极和新的动力源。全县上下要充分认意识亚丁村打造世界级历史文旅村寨的重要性和紧迫性，做到思想更重视、行动更迅速、责任更压实，瞄准目标，紧抓快干，全力推动各项工作实现大提速、大突破。

今年以来，稻城县多措并举，积极推进亚丁村世界级历史文旅村寨打造。

“有人推”。组建“双组长”工作领导小组，下设项目协调、群众工作、宣传推介等7个工作专班，构建形成“1+7”的县局司三方协同、县镇村三级联动工作推进体系。

“和谐推”。通过实地走访、座谈交流等方式多次开展调研，全面掌握亚丁村历史文化、建筑风貌、生产生活、营运方式及村民发展意愿等情况，与村民签订租赁协议，推动共建共享。

“有序推”。制作完成《亚丁村历史沿革及文旅资源专题片》，编制完成亚丁村打造世界级历史文旅村寨初步工作方案、亚丁村世界最佳旅游乡村规划设想。目前已梳理建设项目四大类23个。

食坊闲话