中国改革报 CHINA REFORM DAILY
2018.07.06 星期五
本版编辑：于 馨 Email：whzk619@163.com 热线：(010)56805161

“艺术+”为生活加点料

□ 友 夏

在人潮拥挤的地铁上看到一组活泼可爱的漫画形象，或者在空荡荡的走廊上欣赏到一幅幅艺术展品，人们会是一种什么样的心情？或许出行上班都会因此变得有趣起来。

近日，经常出入北京东直门地铁站的人们会发现，地铁站通往北京来福士中心B2展厅的通道与往常不一样了：一条长达20米的彩虹灯带从人们的头顶划过，侧面墙壁上用中英文写着“此时此刻，我们却一直在路上……”这一变化顿时让通道充满了艺术气息。而这其实是日前开幕的“来福士艺术季：奇幻之城”艺术展的一角，与艺术展同期拉开帷幕的，还有体验式共享空间“趣品廊Curio Lounge”。

“艺术+商业”：文化与消费的“双赢”

“来福士艺术季：奇幻之城”艺术展是因赛艺术为商业地产提供艺术解决方案的又一力作。从架上绘画到雕塑再到新媒体艺术装置展示，此次艺术展采用了一步一景的方式布置了多元化的艺术空间，配合北京来福士中心的当季主题，以艺术体验探索的新方式，带领消费者一同走进艺术、时尚的空间。

其实，在艺术展与购物中心的结合上，北京来福士并不是个例。近年来，北京不少大型购物中心，像侨福芳草地、朝阳大悦城、王府井新东安广场，都开始不定期举行艺术展览、艺术品销售，以“文艺范儿”和互动体验，吸引人流和目光，艺术与商业的结合逐渐成为行业发展的一种趋势和潮流。

为什么艺术家、艺术机构要选择购物中心作为展示自身作品的平台？这些商场又缘何青睐于策划和举办艺术展览？在业内人士看来，相较于画廊、美术展馆等公共文化设施，大型的商场或者购物中心大多位于核心城区或商圈，而且由于自带餐饮、娱乐等大众消费业态，在吸附人流方面有着先天优势。因此，在文化消费如火如荼发展的今天，为提升社会大众的艺术审美水平和文化消费品位，在购物中心中设置艺术互动体验区或艺术展，也是一种不错的选择。与此同时，购物中心为增强自身的个性和对消费者的黏性，往往倾向于免费或是以极低价格为艺术展示提供场地，这为许多初出茅庐或处于上升期和发展期的艺术家带来了“福利”。

“艺术+企业”：为原创艺术品提供销售渠道

随着社会的持续发展，实体商业进入新一轮的升级，在增强空间体验的同时，大众更热衷于有情怀、有温度、有品牌的商业场所，购物中心、商场的艺术化成为行业大势所趋。然而，文化艺术想要真正与购物中心、商场恰当贴合，并不是摆上几件艺术品、办几场艺术展就能够实现的。对于消费者来说，这些艺术品、展览一定要有趣，最好还能在此处获得其他地方无法给予的独特体验。

除了有趣之外，获得独特体验的关键还在于原创，以及为原创艺术品提供销售渠道。为了鼓励艺术原创，推动原创艺术品走进千家万户，6月上旬，北京居然之家投资控股集团有限公司（以下简称“居然之家”）打造的“原创艺术家”项目在北京上线。这意味着，在居然之家的各大卖场中，消费者可以买到保真的原创艺术品，这一项目是居然之家探索家居卖场艺术化的新尝试，在家居行业内也属首创。

据居然之家相关负责人介绍，为了扶持中国原创艺术的发展，居然之家卖场内所有商户都可以采取用原创艺术品冲抵租金的模式入驻。在品牌销售过程中，实行明码标价和统一收银。居然之家还设立了专门的藏品库，对收购的原创艺术品进行统一保管、维护和推广。未来，艺术家还可根据约定条款进行回购。此外，从另一个维度看，“原创艺术家”项目为有潜力的艺术家提供了一个创业平台。以中央美术学院为例，据统计，2017届毕业生中47.53%成为自由职业者，9.15%选择自主创业。没有固定场所去展示、售卖自己的原创作品成为困扰这些潜力艺术家的痛点，即便有，也超出了他们的经济承受能力。而“原创艺术家”恰好为其提供了难得的机遇。

“艺术+群体”：借助文化艺术关照精神世界

除了吸引消费者、丰富商业综合体文化内涵、为原创艺术品搭建销售渠道，文化艺术的力量还体现在其对于人们精神世界的展现、思考与关照。而为关照某一群体的精神世界专门策划的艺术展，则愈发反映出当下社会大众对精神食粮的需求，以及为了满足这一需求，各行业纷纷跨界所作出的努力。5月下旬，智联招聘主办了奇妙夜系列活动的第三季——“这不是妄想”艺术展。在人们常规的认知中，很难将智联招聘与艺术展挂上钩。作为一家专门为求职者提供服务的平台，智联招聘为什么要举办这样一个艺术展？随着我国社会经济发展跨入新时代，艺术展的现实意义是否又有所拓展？

此次“这不是妄想”艺术展缘起于智联招聘多年来为白领群体提供求职服务过程中发现的一系列问题。据智联招聘发布的《2018年白领生活状况调研报告》显示，目前，94.9%的职场白领都有焦虑情绪，孤独感、迷茫感如影随形。既然问题存在于人的精神层面，那么如何认识问题和找寻解决方案，就需要求助于能够反映人们内心世界的文化艺术。

这不是智联招聘第一次借助文化艺术形式来关照职场白领这一群体的精神世界。2016年智联招聘就开展了第一季奇妙夜活动，以“ON FIRE 青春音乐奇妙夜”为主题，携手音乐唱作人尚雯婕，开展了一场专属于年轻职场人的狂欢，希望点燃职场人的热情，带给他们前进的动力；2017年，智联招聘又携手综艺节目《奇葩说》中马薇薇、黄执中等几位辩手，以“FIND YOURSELF，乐活理想奇妙夜”为主题，探讨白领的生存现状。其实，智联招聘跨界策划音乐会、辩论会、艺术展不是偶然，而是经济社会快速发展到一定阶段后，人们对精神食粮产生更迫切需求的一种体现。这种需求的指向性和针对性更强，已经开始从在购物中心策划艺术展过渡到长期关注、反映诉求、特别策划与专向定制。

贵州梵净山正式列入世界遗产名录

7月2日，在巴林麦纳麦举行的第42届世界遗产大会上，联合国教科文组织世界遗产委员会审议通过将中国贵州铜仁梵净山列入世界遗产名录。梵净山成为中国第53处世界遗产和第13处世界自然遗产。图为梵净山风光。

新华社发（姚 磊 摄）

今雨轩

分享文博文化的馨香

□ 王 珏

故宫博物院朝珠耳机、苏州博物馆秘色瓷莲花碗创意饼干、南京博物院旗袍书签……近年来，博物馆文创蓬勃发展，“把博物馆文化带回家”，将文创商店打造成“最后一个展厅”，也成为近年来博物馆事业发展的一个新的增长点。

但是，当前文创开发中也有不少问题，如设计和制作水平较低、产品形式单一、经营意识和能力不强、相关人才缺乏等。这些问题背后，作为非营利组织的博物馆能不能从事商业经营活动，也一直困扰和制约着博物馆文创的发展。文创的收入怎么分配，文创人才怎么培养、如何调动各方积极性……博物馆发展和文创开发的关系，有待进一步理顺。

其实，早在2016年，《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》就指出，推动文博单位以多种形式与相关企业和社会力量开展文化创意产品开发合作，探索构建不同模式下的文化创意产品开发收益在相关权利人间的合理分配、多赢互利的机制。近日，北京市出台的《关于推动北京市文化文物单位文化创意产品开发试点工作的实施意见》规定，北京允许文化文物单位以文创开发净收入的70%及以上奖励开发人员，文化文博单位的开发人员可兼职在文创开发的企业内任职，进一步为博物馆文创发展提供了机制保障。这些措施的出台，意在用明确的奖励机制，调动博物馆文创和相关开发人员的积极性。

当然，文博事业的发展需要更多社会力量的参与。下一步，博物馆文创需要在策划设计、宣传营销、品牌建立等各个环节精益求精，完善产业链。在这个过程中，如何在内容上深入挖掘文化遗产的现代元素，做好传统文化的创造性转化、创新性发展；在人才储备上，如何与学校教育联动，培养设计、制作等方面的专业人士；在营销上，如何锁定目标受众，抓住特定群体，达到以一带多的效应……都需要社会力量更多、更深入的参与。

期待在体制机制探索与社会力量的共同努力下，我国文博事业能在中华文明的土壤上绽放出更具时代特色的瑰丽花朵，让更多人分享这份文化的馨香。

文化资讯

“翰墨杯”青少年书画大赛举办

本报讯 记者王也报道 为庆祝中国共产党成立97周年暨纪念改革开放40年，第三届“翰墨杯”全国青少年书画大赛日前在吉林长春开赛。

活动中，中华悬纸书法创始人、中国翰墨国际书画院院长许锋带领弟子们在现场表演悬纸书法，为小选手加油助威。许锋表示，书画艺术是中华几千年的文华精髓，滋养着全国广大青少年铸造精神、启迪智慧，提高精神境界、开阔视野。青少年作为国家未来发展的希望，他们需要这样的舞台和机会来提升自身能力。“翰墨杯”书画大赛已经连续举办三届，在培养一代又一代青少年的文化素质等方面具有重大意义。相信此次“翰墨杯”全国青少年书画大赛能对孩子们产生深远影响。

据了解，此次大赛在全国海选期间报名达6万余人，评选出800余名青少年书法爱好者参加决赛，经过紧张的比拼，大赛评选出一等奖十名、二等奖二十名，三等奖和优秀奖若干名，均获得相应的证书和奖品。

此次书画大赛是由中国翰墨国际书画院、吉林省新华书店集团、新华文化图书城共同主办。经过遴选的全国各地800多名书画爱好者到现场参加决赛。

湖南嘉禾激发民间力量做活文化传承

本报讯 近日，由湖南省郴州市珂石文化传媒有限公司、嘉禾县民间文艺家协会等社会组织筹办的“蓝山水杯”首届才艺达人秀在湖南省嘉禾县九老峰神农广场举行。据悉，今年6月份以来，该县就通过社会力量组织各级团体开展了古筝演奏、武术表演、国学经典朗读等八场民间文化传承活动，让广大市民饱尝“精神大餐”，丰富了群众业余文化生活。

近些年来，嘉禾县在全力推进文化兴县过程中以文化自信为着力点，强力挖掘和打造本土优秀的传统文化，既组织专业人士对本土文化进行包装、推介，又引导传统文化积极适应新形势，逐步市场化，特别是近五年来，为满足人民日益增长的物质文化生活需求，该县打破过去“政府全包揽，群众等着看”的单一供需格局，积极引导社会有识之士，参与优秀传统文化的传承与发展壮大工作，先后涌现了嘉禾县艾薇传媒有限公司、郴州市珂石文化传媒有限公司、嘉禾县禾仓演艺有限公司、嘉禾县夕阳红民歌队等社会团体。他们通过市场运作、社会赞助、政府扶持等办法，在全县掀起了一种“传承传统文化、唱响美丽嘉禾、服务社会发展”的浓厚文艺氛围。

经过扶持与培养，嘉禾县的民间文化队伍直线上升，呈现了一种群众参与度高、精品力作多的喜人局面。据相关部门统计，目前该县的民间文艺队伍达80多个，民间文艺人才达500多人，培养出像嘉禾民歌传承人李桃英、花灯传承人李知文、锻造文化传承人黄吉生等各种民间文艺代表，给嘉禾传统文化的传承与发展壮大注入了内生活力。其中民歌剧《九妹出嫁》《街头轶事》等作品代表湖南省出席全国群英会，并在中央电视台专题播出，在国内外引起了反响。

（尹振亮）

品 读

鄱阳春不老

□ 罗张琴

没去鄱阳之前，“春不老”于我，只是一个好听的咸菜名儿。我对它的全部印象定格在《咸菜和文化》的描述里：“各地的咸菜各有特点，互不雷同。北京的水疙瘩、天津的津冬菜、保定的春不老。”北方春不老不就是南方雪里蕻嘛，也没啥可稀奇的。

到了鄱阳才知道，此春不老和彼春不老不一样，它稀奇得很。《广群芳谱》有专注说到雪里蕻。这种蔬菜植物，“菜有锐锯齿及缺剂，类芥菜，菜稍纤，花黄，雪天它菜冻损，此菜独青，故名，北人谓之春不老”。而鄱阳春不老，茎白洁而光滑；叶色绿如墨，故又称黑菜；形虽似芥，却比一般芥生得壮硕、饱满；叶片大且厚，叶围呈不规则锯齿状，背面有茸毛；其香绵长清雅，不似雪里蕻及其它芥菜那般辛腥味强烈。

更稀奇的是，它种的地方，只要一出鄱阳镇东湖五公里，就会变异，变成类似芥或菘（白菜）的样子，叶色不黑了，叶片也不肥厚了，口感淡而无味。

百思不得其解的人们都在传说，北宋景祐年间，饶州知府范仲淹来到宝胜桥一带，指着东湖北面说，把州学从城内移到这里，以东湖为砚、妙果寺为笔、督军台为印，二十年后当出状元。且不说州学迁移后二十年，果真出了状元彭汝砺，只凭这“东湖为砚”一说，便给人许多想象空间。学子、雅士们在东湖读书、作文，免不了要洗笔洗砚。老百姓便乐得用这饱含墨汁、文脉的湖水挑去浇灌春不老。顺理成章，菜叶也就成墨绿色了。

传说无从考证，只能看作是对春不老的一种礼赞和一份感情。之所以能长出那样稀奇可口的春不老，说到底，应该是东湖四岸水质、气候、土地等因素共同作用的结果。

鄱阳春不老的生长周期，约三个半月。每年农历九、十月下种。种粒暗红，较油菜籽小，有浅浅光泽。下种是天女散花式的。十五天到二十天菜苗破土而出，与小白菜秧有几分神似。经验丰富的菜农，此时会仔细选苗。选苗是个技术活，以三到五寸为宜。苗选得好，将来长出来的春不老品相好，每株重量均在三到四斤，口感也最佳。松土并在土上溜沟，将选好的苗以间隔约七八寸的距离移栽。

冬季，大地休养生息，春不老也仿佛进入休眠期。一开春，可不得了，直往上蹿，最高的能超两尺，最重的有近十斤。赶紧收割回家。不然，连着三两个晴天，那脆生生的春不老就会抽心开花，转眼成“老”菜。我见过春不老开的花，黄澄澄的，跟油菜花儿差不多。

清洗。晾晒。晒谷场，马路边，庭院，走廊，甚至厅堂，全是一篙一篙的墨绿。这时的鄱阳，简直是春不老的海洋。碧波万里春。一湖清水赐予鄱阳鱼米之乡的富庶，人们在海洋里陶醉。

我看过鄱阳人腌春不老。

菜去头洗净，晒到七八分干。将外围几片叶剥下，拢一堆，大刀切碎，撒盐拌匀，用力揉搓后往干净坛子里塞。紧实、完整的菜心加盐揉搓至茎叶变软后一株株往陶缸里码。

娇嫩的春不老在一双大手的反复揉搓中面目全非，我心里特别难过。可是又想，不这样又能怎样？芳华易逝，总不能眼睁睁看着它们更快地沦为一堆堆再无美感、价值的腐叶吧？好比人生如海，各种风浪里，让生活之盐多腌几回，腌透亮了，我们才能安然度过。

一层，一层，垒紧码实。用石头压好。约十多天后，盐渍出来的水漫过了石头。石头底下，茎叶灿黄。有酸香自坛、缸溢出。即成。春不老可作腌菜，也可作盐菜。盐菜即霉干菜，将陶缸里腌好的菜心，晒至半干放饭甑上蒸，待菜香四溢取出再晒，至深黑色而成。

看似无情的“腌”，让春不老生命之树常青，何尝不是人对美好事物的别样珍惜和另类长情？历史上的湖坝决口和天灾之年，春不老腌菜成为鄱阳许多家庭渡过难关的法宝。

鄱阳有句俚语叫“盐贵米贱”。照说，稻谷生产难于食盐生产。但米可自己种，盐却不能。“一包盐在淮安”，民间表达的是可望而不可即的事。腌菜离不开盐。过去，盐店几乎占了古饶州小半个市面。从筷子巷口顺正街下行，每隔三四十米距离，就有一家盐店。白花花的盐，堆满硕大苏缸，柜台散落大小盐包若干。盐包，一律用草绿色的干鲜荷叶包裹，棱角分明。

时过境迁，盐不再贵过米，那些盐店也早已退出历史舞台，而春不老却代代相传，成为鄱阳人的舌尖之享、心尖之念。我曾尝过一钵春不老煮黄芽头，鱼肉鲜嫩，腌菜酸爽，一吃难忘。

春不老，滋养心胃那么多年，却至今鲜有记载，鄱阳人心有不甘，觉得“出东湖五公里而变种”是流传不广的主要原因。于是，他们创建以春不老为主的农业科技园，从蓄积、选种、提纯、育苗、栽培等进行研究，经过二十多年的努力，不仅打破“春不老出东湖五公里而变种”的魔咒，扩种基地十万多亩，还将亩产量从之前的三千斤提高到现在的两万斤，农户种植春不老的亩收入高的可达八千元。

春不老，让鄱阳人的日子越过越葳蕤。