

墙内看花



以“少林寺”为主题的文创产品



“皮影”深受孩子们的喜爱

让文化“走进”生活

田晓凤 文/图

伴随大屏幕的解说，模特身穿旗袍，缓缓走过T台，展示来自海内外设计师设计的精美别致的文创产品，吸引了众多目光。这场作品秀是近期举办的2018年北京（国际）文创产品交易会中的文创主题活动之一。

文创产品琳琅满目

今年的北京文交会在全国农业展览馆举办。1.3万平方米的场馆内设置了共600余个展位。据介绍，有政府机构、博物馆、美术学院、文化基金、老字号等60多个团体、300多家企业参与了此次文交会。场馆分为匠心独运传统文化创新区、一脉相承台湾文创区、凤凰涅槃文博衍生品区、奇思妙想原创设计区、不落俗套生活美学区五大主题展区。会场内展品数量超过万件，类型多样。不仅有丝绸印染、唐卡、漆器、金属工艺等古代传统文化艺术品，还包括现代的时尚家居饰品、创意家具及原创作品，以倡导人们将艺术融入生活。

“这项链上是什么图案呀？还挺别致的。”文交会现场，两个年轻女孩正在一个银饰展位前询问，二人打趣地说：“好看好玩的东西太多了，都想要，已经挑花了眼。”她们手里还拿着刚才买的皮影模型，体验了一把演皮影戏的感觉。文交会为一些传统手工艺提供了展示平台。

在北京东城区非物质文化遗产保护中心区，每天都会进行绢花、雕漆、毛猴、剪纸、鼻烟壶等传统技艺的现场展示，并设置了互动体验环节，让普通百姓有机会和非遗文化工艺大师、独门传承人现场交流，亲自领略非遗文化的魅力和非遗匠人的工匠精神。

为吸引更多观众，本届文交会参与形式多种多样。例如：创意一点资讯直播间、市集展区、整点发布、设计师创业大奖、主题论坛、网红直播等。雯雯和朋友来“逛一逛”时，把在现场拍的照片分享到了微信朋友圈，竟因此得到一份礼物，她很开心。文交

会的相关负责人说：“我们希望这是一场文化盛宴，让到场的观众都流连忘返，意犹未尽。”

文化资源落地转化

“妈妈，我想要这个小和尚的圆珠笔。”在中国文博IP智造馆的少林文创区，少林寺八段锦冰箱贴、书签、笔记本等让人“一见钟情”，不少参观者表示，“每件产品都喜欢，想把这些呆萌的小和尚全部搬回家”。展区负责人介绍说，这套产品是以禅宗达摩祖师、少林虚空法师为IP设计形象，将少林八段锦健身功法、禅文化等元素巧妙应用设计而成，意在用年轻时尚的生活方式传递少林文化。

据悉，该公司还与博物馆、游戏公司等单位合作，植根于博大精深的中华文化，将实用与创意结合，创作出一系列文创产品。著名的沙盘手游《创造与魔法》中的兵马俑形象就是他们与西安秦始皇兵马俑和电竞运营商英雄互娱合作开发出来的。在文交会现场可以看到，像这样将大家耳熟能详的文化资源进行落地转化的还有很多。

北京市文物局和中国版权保护中心共同打造的公共服务平台“北京文博衍生品创新孵化中心”也亮相本届文交会，共展出了近270个系列的500余件作品。展区设在会场的进门处，格外醒目，从首饰玉器到雨伞书包等生活用品，品类繁多。据悉，此次文交会是这些文博文创作品首次亮相。据北京市文物局文物市场管理处、文博产业管理处处长哈骏介绍，这次展出的作品是中心集结的众多“文博文创助力者”参与设计的，他们都是文化创意行业设计爱好者，来自各博物馆、设计类院校以及文创行业、设计行业和生产销售商。

近年来，IP（知识产权）走红文化圈，不少文化文物单位也纷纷推出各具特色的文创产品，激发传统文化的商业价值。哈骏说，北京文博衍生品创新孵化中心的

成立就是为了深入挖掘北京博物馆资源，加快推进北京文博体系文创产业发展新格局，“中心为全市的博物馆和纪念馆提供创意集成和产品转化支撑服务，给他们资金和技术上的支持，好让博物馆的馆藏文化走出博物馆，深入到大众文化生活中”。

拉动文化消费

“能来这儿卖的玉，质量肯定不用说，价钱也挺便宜，多买几件也行。”李阿姨喜欢玉器首饰，逛了一上午，她已经买了2个镯子和1条玉坠。在瀾(yu)茗阁悦生活展区，设计师瑞安向她介绍，她们的产品把玉器、景泰蓝等非物质文化遗产的元素和人们的生活结合起来，非常具有实用性。“我们希望对中华文化的传承有新的突破，让更多人能够用上。因为，使用才是最好的传承。”

据悉，本届文交会同时也是第六届北京惠民文化消费季的重点活动，不仅要促进文创IP的市场转化和创意落地，同时也承载着拉动市民文化消费的使命。

有数据显示，去年北京文交会举办4天，交易额及签约总额总计达到4500万元。为了进一步搭建文创产业供需之间的对接桥梁，拉动文化消费升级，本届文交会在现场设立了现场服务处，包含采购洽谈服务、版权服务、惠民文化消费券兑换服务等，并有志愿者现场指导，增强展会的交易服务功能。

文交会还优化升级了一整套买家精准采购营销服务，针对买家的采购需求与参展商的细分开展配对服务，以需求撬动供应，精准提升文创产品的市场转化率。据文交会的负责人说，通过文创产品、文博非遗衍生品等展览展销，打通了文化企业、文博单位与投资机构、设计企业、生产企业、销售企业的对接渠道，为广大消费者提供了直接与文创产品面对面的体验交易平台。“这很大程度上能带动市民们文化消费的升级，不断满足他们的精神需求。”

在声音的世界里

李智勇

创作生产人民喜爱的文艺精品，更好满足人民精神文化生活新期待，今天的创作者，应向老一辈优秀艺术家认真学习

听闻单田芳去世的消息，心里咯噔了一下：那个常年在广播里头哑嗓子话说天下的声音，已成绝响了么？细想起来，听过单先生多少作品啊！传统的，白眉大侠、隋唐演义、三侠剑、水浒；现代的，张学良、许世友、艾森豪威尔……老先生有几个说二战的？老先生活到老、说到老、创作到老的精神，实在是难得。当然，也有人学他的腔调戏说，“航空母舰也船压着水浪、水打着船帮，沿江而下直扑诺曼底”，听着怎么还像长江里的事儿？可要我，这就对了。老先生甭管说什么内容，尺寸、筋劲儿、魂魄，都是传统评书的。传统评书是锅老汤，也得不断往里头下新料，听的就是这种能有新元素的老味儿、有老味儿的新内容。就像古人所说：老树开花无丑枝。

“凡有水井处，皆听单田芳。”他的声音，一直陪伴在不少人的漫漫行军路上，所以就觉得他似乎永远不老，总觉得他还能说。斯人已逝，唯余唏嘘。评书大师袁阔成，几年前也走了。这个当口，不由人顿起“评书，以后听谁呢”之感。当然，薪尽火传，后继人一定也会很多。

评书这门艺术，本质是说故事。一个人，一块醒木，一把折扇，说尽千军万马、古今兴亡。评书曾是知识和文化传承的一条路径。古代中国，老百姓识字的并不多。文化怎么传播？传统怎么传承？伦理如何维系？除了读书人的经史子集、琴棋书画，也要靠戏曲、靠评书，靠大家能听得懂的一切艺术形式。且不论聊斋、水浒，但凡接上“知识点”，听段书，大致就能了解。除了叙事，说书先生还要讲解、评论。比如，不少评书作品里对世道人心的分析丝丝入扣，老百姓就喜欢。所以评书演员可以如学校老师称先生，而说书则视同“高台教化”。

有学者提出，儒家传统可分为庙堂和民间两种。放眼民间，到现在，村庄里、街巷中，婚丧嫁娶、待人接物，依然保留着许多旧日风华。这些习俗，靠祖辈相传、群体影响，也靠评书等艺术形式的强化。在某种程度上可以说，单田芳们就像中国的荷马。这个道理，以色列史学家尤瓦尔·赫拉利说得清楚。在《人类简史》中，他提出，今天人类的祖先智人，之所以能够战胜尼安德特人，就是因为智人会讲故事。而共同的故事，能够凝聚认同，扩大协作的范围。靠血缘和接触，可以团结的人数是有限的；而靠一个大家都相信的故事，可以联合的人不可胜数。

时至今日，人类讲故事的能力空前提升了。力声光电的手段，全被调动起来讲故事。有了电影电视剧，有了教育的普及，评书逐渐隐退到了大舞台的边缘。然而，多年的传承，独特的审美味道，让它依然成为中华文化宴席上不可或缺的一道美味。单老先生去世，很多年轻“90后”都很怀念他，人们不仅记得他那一句“请听下回分解”，更记得那份精益求精的艺术品格。好故事不朽，好讲述不朽。创作生产人民喜爱的文艺精品，更好满足人民精神文化生活新期待，今天的创作者，应向老一辈优秀艺术家认真学习。

在声音的世界里，单田芳永远鲜活，永不离去。



▲单田芳 资料图片



▲《我想对你说》剧照

中国儿童艺术剧院现实题材儿童剧《我想对你说》，近日亮相2018年国家艺术院团演出季。本次演出季特别聚焦现实题材创作，集中展示“庆祝改革开放40周年”重点创作剧目。

《我想对你说》是一部正视当代孩子丰富现实生活的儿童剧，是中国儿童艺术“深入生活、扎根人民”主题活动的又一实践，也是中国儿童艺术学校开展美育特色教育的又一次成功实践。该剧由中国儿童艺术北京市东城区分司厅小学的师生共同创作、同台演出，让小学生在走上国家级剧院的大舞台，大手牵小手、专业带业余、舞台即讲台。

剧中通过“家长会”这一线索引发各个家庭成员间的内部矛盾，引导家长、学校及社会除了看重孩子的身

亮相国家艺术院团演出季

《我想对你说》聚焦当代少年生活

体和学习成绩之外，也能对孩子成长中的心理健康有所思考，在家长、学生、学校及社会之间搭建了一座沟通的桥梁，传递出尊重、理解、包容、关爱与和谐的温暖正能量。该剧自2016年5月首演至今已演出14场，受到社会各界的广泛好评，这部剧给所有的大人和孩子上了生动的一课，让孩子们受益匪浅，唤起家长和师生的强烈共鸣。

该剧导演、剧本统筹由中国儿童艺术优秀青年演员、导演马彦伟担任。他说：“剧目名字《我想对你说》包含多重意义，不单是指孩子们想对知心姐姐说，还有孩子想对爸爸妈妈说、爸爸妈妈想对孩子说、人想对小动物说，以及没有血缘关系的人，如何跟前夫或前妻的孩子生活在同一片天空下等。”

作为一部从现实生活中挖掘出来的作品，该剧从构思到成型历时一年半，剧本修改20余次，就是为了更贴近现实、更“接地气”。马彦伟率领主创团队在筹备之初就多次深入校园，与东城区分司厅小学相关教师就该剧的情节内容、剧本结构和主题表达进行了半年的构思与探讨，并分别与学校老师、学生、家长多次召开座谈会，从不同角度听取当今社会有关孩子成长最真实的声音，许多家长、孩子的精彩发言被悉心记录下来，以台

词的形式在剧中活灵活现地予以呈现。部分主创还亲自参加了学校召开的家长会，切身感受到实际生活中“家长会”的实际氛围。

通过深入校园，主创们还依据校园里“知心信箱”的设置和运行，了解到很多孩子内心的疑惑、焦虑，激发了主创的想象，为该剧虚构了“知心姐姐”这一人物形象。主创团队特意在创作中引入歌队的表现形式，巧妙运用布莱希特间离效果，适时改变剧中观演关系，让孩子在剧中的角色既入乎其内，又出乎其外。该剧作曲、中国儿童艺术国家一级作曲程进说：“剧中设计了现场钢琴演奏，承担了全剧的背景音乐和唱段的伴奏，钢琴和演奏者置身于舞台一侧，而钢琴演奏者也是剧中‘知心姐姐’的形象。”

该剧剧情紧贴孩子内心。中国儿童艺术优秀青年演员常进、常若曦在剧中饰演丁汉的父母，张佳饰董杜欣欣的继母，他们用精湛的演技带动和感染孩子们，用自己的专业知识和经验帮助小演员们更好地融入剧情和角色，同时也在与孩子们接触中汲取了创作的养分。常进说：“第一次走进校园和小朋友们一起排戏、演戏，过程很欢乐。孩子们的表演很真挚，排练中与孩子们的一些真实的碰撞和交流，对我的戏剧创作也很有帮助。”（飞歌）

壮游大运河收官

历时10天10夜、行程1800公里的“壮游大运河”活动日前收官。此次活动由世界运河历史文化城市合作组织(WCCO)、中国大运河研究院担任学术指导，由主动人生文化研究院和壮游人生教育科技共同推出。

活动设立了独立、自然、历史、科技、文化和公益等六大课堂，走进各城市文化地标，深度探寻各地人文、风景，通过场景式构建，让父亲和孩子深度陪伴，用体验的方式沉浸到中华文化的熏陶中去。来自北京、山东、湖北、辽宁、江西等地的六对父子，从杭州京杭大运河博物馆出发，行经苏州、扬州、曲阜、泰安等城市，终到北京，探访了

京杭大运河博物馆、梅家坞茶村、苏州丝绸博物馆、江都水利枢纽工程、中国雕版印刷博物馆、朱自清故居纪念馆等场所。

京杭大运河博物馆馆长叶艳萍表示：从北京到杭州，大运河串联起了吴越、淮扬、齐鲁、中原、燕赵和京津等不同地域文化形态，是中华优秀传统文化的大长廊。了解中国历史，从某种程度上要从了解京杭大运河开始。她希望此次壮游，能帮助孩子们在迈向独立成长的过程中上好圆满的一课。

据悉，该活动明年将面向更多家庭，邀请更多的父子一起壮游大运河，今后还将面向港澳台同胞及国际友人。（黄颖 周太友）



▲“壮游大运河”活动现场

文旅部推出“一带一路”5周年宣传片

“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。”“一带一路”要行稳致远，离不开“民心相通”的支撑和保障。为纪念“一带一路”倡议提出5周年，文化和旅游部国际交流与合作局近日特别推出系列宣传片，介绍文化和旅游部围绕“一带一路”相关文化发展计划的部署、建设、实施等方面取得的成果，突出文化交流、民心相通在“一带一路”工作中发挥的重要作用。

第一集围绕关键词“文化交流、互通桥梁、共享平台”，从宏观的角度宣传“一带一路”倡议5年来，人文交流成果及其促进民心相通的作用，展现“一带一路”在中西方文化交流中起到的桥梁纽带作用。第二集围绕关键词“情感交融、民心相通”，从微观角度切入，展现“一带一路”倡议提出5年来，国内外民众文化交流活动更多元，相互了解更深入、友谊更深化、民心更相通的可喜成就。（郑娜）