

《花繁叶茂》 为何也受年轻人喜爱

本报记者 苗 春

电视连续剧《花繁叶茂》在央视综合频道开播后，引发观众关注和好评，更在豆瓣获得8.1、哔哩哔哩获得9.4的高分。该剧制片人刘小锋告诉记者，“能让扶贫题材剧如此深入年轻观众的内心，我们很惊喜。”

“接天连地”的好剧本

今年是全面建成小康社会的决胜之年。该剧监制、上影副总裁徐春萍认为，《花繁叶茂》做到了“接天连地”。“这个‘接天连地’，是指重大主题的表达和老百姓需求的连接，也是指艺术创作和现实生活的连接。”她说，该剧全面展现了国家关于脱贫攻坚的一系列政策如何一一落地、农村面貌如何一步步发生翻天覆地的变化，“在剧中，这个过程的表现连接着贵州省遵义市枫香镇花茂村的现实生活土壤，连接着一个个生动丰满的乡村干部和村民形象。”

该剧剧本出自贵州省文联主席、贵州省作协主席、贵州文学院院长欧阳黔森之手，他也是该剧总制片人。他告诉记者，他每年大约有300天在基层，去过花茂村很多次，“如果你的脚不沾露珠，不带泥土，作品哪来泥土的芬芳呢？”他还总结了一个作家、艺术家创作扶贫题材作品的必要条件：至少要对我国国家几十年的扶贫历程了然于胸；要对老百姓“要我脱贫”到“我要脱贫”的转变以及在扶贫过程中的感受了然于胸；要对村主任、村支书、第一书记、镇长、县长的想法和做法了然于胸。“否则你就无法编他们的台词、写他们的故事。”

《花繁叶茂》没有回避现实矛盾，更没有刻意拔高或美化。欧阳黔森认为，如果专门写好人好事，导致一部剧没有矛盾冲突，就不会好看。他指出，这部剧最大的冲突在于新旧观念之间。乡镇干部和扶贫干部要多跟贫困户交流，用真诚的感情和锲而不舍的精神，既扶智又扶志，让他们的思想观念发生根本转变。

这部剧给人以真实感，还因为很多剧中人和事都有原型，尤其值得一提的是，剧中大地方村老支书的原型，就是“时代楷模”、“全国道德模范”、“感动中国2017年度人物”黄大发。扶贫干部、贵州省安顺市经开区宋旗镇平寨村驻村第一书记杨峰观看该剧后表示，“这部电视剧真实反映了基层一线干部的工作与生活，让我非常感动。”



▲电视剧《花繁叶茂》剧照

喜闻乐见的轻喜剧

欧阳黔森认为，“不板着脸孔，用轻喜剧的形式解读扶贫工作，是这部剧受到年轻人欢迎的重要原因。”

徐春萍说，轻喜剧的风格定位，演员自然质朴的表演，“使《花繁叶茂》与观众达成了一种息息相通、惺惺相惜的喜闻乐见”。

这样的结果得来不易。刘小锋说，这部剧2018年就想投拍，后来花了一年时间调整剧本，把原来的男一号石晓峰和男二号唐万财进行了互换，就是为了让观众更好看，“性格特色更鲜明的人物戏份更多，不刻板，不说教。”

不少观众认为，这部剧如同章回小说，每一集都很“有戏”，每集结尾又都有“请听下回分解”的吸引力。刘小锋说，他是演员出身，所以非常重视

情节的戏剧性，在他看来，“有戏”的标准是要有逻辑清晰、感动人心的故事核，语言生动、具有时代特点、立体完整的人物以及戏剧结构严丝合缝等，“《花繁叶茂》做到了这些”。

贵州脱贫攻坚成效显著。欧阳黔森日前深入到边远农村，看到“农民都像向日葵那样绽放着笑脸，他们确实有获得感、幸福感。”所以，这部剧采取轻喜剧的呈现方式，也是现实生活的真实反映。

鲜活真实的人物

这部剧塑造的唐万财、欧阳采薇、何老幺等人物栩栩如生、鲜活真实，“一部电视剧有几个人物立得起来，让观众记得住，就是一大成功。”徐春萍说。

王迅、邵峰、尚大庆等主要演员，得到观众的称赞最多。他们大多上过央视春晚，也是在观众中有知名度的小品、喜剧演员。

村主任唐万财能说会道，无论遇到什么事，总有办法解决，有时候甚至有点滑头，但是他能把握住大方向。王迅拿到剧本后对欧阳黔森说，这个角色是给他“量身定做”的，他一定要演。欧阳黔森认为，“王迅在提升剧本方面有很多优点，表演非常到位。”

邵峰饰演的乡党委书记石晓峰，非常“正”，有的台词是宣讲政策。欧阳黔森说，小品演员邵峰演这个角色时，把很多台词都处理得非常生活化，到田间地头解决村民问题的时候，讲政策不枯燥、不生硬。

尚大庆在原定导演突然生病的情况下临危受命，边导边演，不但成功执导了自己的长篇电视剧处女作，也演活了一个憨厚老实的村会计。

饰演剧中年轻的第一书记的演员们，也演出了各自的性格差异，并且生动地表现了他们的不断成长和认识、融入农村生活的过程。

刘小锋说，《花繁叶茂》是央视综合频道近年来少有的表现我国西南地区农村风貌的现代戏，层峦叠嶂的美丽乡村吸引了不少观众的目光。尽管几百人的摄制组进驻深山老林拍戏，面临吃住行、场景转换等各种问题，“但是去新农村拍摄，大家都有一份特殊的感悟”。刘小锋介绍，剧组当时还成立了党支部。他表示：“作为演员，拍好戏回馈社会，就是我们应尽的责任和义务。”

为西南联大文化遗产转化 插上“数字翅膀”

白庚胜

抗日战争爆发后，北京大学、清华大学、南开大学三校被迫南迁，从长沙辗转至云南昆明，组建成立“国立西南联合大学”。在8年多的时间里，西南联大秉承“刚毅坚卓”的校训，创造了中外教育史上的奇迹，产生过两位诺贝尔奖获得者，8名“两弹一星”功勋获得者，4位国家最高科学技术奖获得者，9位党和国家领导人，170多位两院院士以及100多位人文领域的名人。

作为中国近代史闪耀世界的文化地标，西南联大代表着中华民族的爱国主义精神和文化精华，其核心价值在于自强不息，为国家民族崛起而读书、学习、拼搏。今天，中华民族怎样凝聚、怎样团结、怎样不忘传统，点燃民族生生不息的奋斗精神，西南联大留下的精神文化遗产对我们仍然具有重大启示。保护、传承、转化、激活西南联大文化遗产，在当下有着重要意义。

由于缺乏系统的开发思路和规划，受到技术的局限，多年来西南联大这一文化富矿一直尘封在历史中。如今，文旅融合的推进、互联网数字技术的发展，为充分挖掘和打造西南联大文化价值提供了前所未有的机遇，为对西南联大文化遗产的保护、传承和转化提供可能。

过去，人们主要通过参观遗址、博物馆等一些现场活动来体验西南联大文化，现在可以通过新技术来增加人们超越时间空间限制的深度体验。例如，可以通过新技术建设西南联大数字博物馆，让闻一多、朱自清这些历史人物在虚拟空间活起来，和年轻人互动。利用数字技术和数字文化的力量，让西南联大文化遗产与年轻人发生连接，成为时代精神的一部分，形成政府牵头，高校、社会各界力量踊跃参与的模式，发挥产、学、研各界优势，释放数字文化企业平台和技术资源能量。

西南联大留下很多故事，也可以在互联网上通过游戏、影视等多种形式重新演绎。去年，电视剧《我们的西南联大》开机。这部剧除了在剧本规划阶段预留“影视+旅游”的联动空间之外，还让剧集核心演员参与到旅游产品开发中去，制作了大批助力旅游的推广素材，探索出文旅联动的新模式。

我们还可以利用新技术建立西南联大的数据库。西南联大虽然只存在8年多，但是培养了许多学者名家，对这些学者名家，对他们的家属、学生应该做摸底调查统计，建立数据库。

最后，我们是否可以考虑恢复重建西南联大，为西南联大文旅融合培育源源不断的生力军，以告慰西南联大的先辈；重建北门书屋，出版与西南联大有关的读物，传承西南联大的薪火；在西南联大校园里建立一个雕塑群，给那些为人类、为中华民族作出突出贡献的西南联大学者、专家、科学家和艺术家塑像，传播、弘扬他们的爱国主义精神，坚定科技创新信念，推动优秀传统文化活起来，革命文化和红色基因传下去，让社会主义先进文化广为弘扬，鼓舞全国各族人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

（作者为中国作家协会副主席、第十三届全国政协常委）

地利集团

抗疫助农勇担企业社会责任 转型升级构建农产品流通创新服务体系

作为国内农产品流通龙头企业之一，地利集团拥有遍布东北、华东、西南等区域的12家农产品物流园以及近500家生鲜连锁超市。新冠肺炎疫情期间，地利集团毅然担负起十余个大中型城市“防疫、保供”重大责任，以高度的责任感和扎实的工作，将防疫保供和扶贫助农落到了实处。



防疫保供：托稳百姓菜篮子

疫情发生后，地利集团向武汉红十字会捐赠3000万元人民币支援武汉战役一线，并在旗下各农产品物流园和生鲜超市门店启动危机管理机制，执行24小时防疫报告制度，确保农产品流通环节的安全运营。而“保供应、稳物价”更是地利集团的主要职责，集团通过对全国各产地和农产品批发市场资源的集中调配，降费用、增仓储、扩货源，激励批发商扩大供应。春节期间，地利集团各地物流园的蔬果日均总到货量同比不降反升，均有12%—30%的涨幅，特殊时期充分发挥了区域农产品物流枢纽重要作用，保证了稳定供应。

在零售环节，全国近500家“地利生鲜”门店承诺“不打烊、稳菜价、保供应”，充分保障居民日常所需。在疫情期间，地利集团旗下创新业务板块——社区生鲜拼团“滴哩集市”发挥了独特优势，消费者在线上下单，“滴哩集市”就会在当天或次日进行社区生鲜配送和顾客自提，安

数据来源：地利集团

全便捷地满足了居民“无接触买菜”的需求。

针对疫情期间不少地区农产品滞销的情况，地利集团联合多方开展产销对接。3月，地利集团利用自身农产品批发市场、生鲜超市、电商组成的分销体系资源优势开展助农项目，仅一个星期就帮助广西、云南、甘肃、辽宁等地农产品外销数百吨。

硬核“内功”：转型升级显实力

面对疫情，地利集团有条不紊的部署、高效细致的执行，凸显出专业实力和管理能力。从2002年创立至今，地利集团快速发展，从东北三省到“蔬菜之乡”寿光，从西南腹地的贵州、四川，再到华东重镇杭州，地利如今运营着国内最大规模的农副产品物流园集群之一。2015年，地利集团进军生鲜零售领域，在东北、华北、华中、西南快速扩张，目前门店规模已近500家，成为国内规模最大的社区生鲜零售品牌之一。

十多年间，地利集团快速成长为行业龙头企业之一，是国内少有的“集采+批发+零售+电商”全产业链布局的农产品流通企业，并练就了产业链多维协同和高效管理的硬核“内功”。

2019年，地利集团提出全新转型发展战略，即通过科技与服务赋能，搭建一体化生鲜流通综合服务体系，向“现代化生鲜流通服务与供应商”转型。在新战略指引下，地利集团进行了全面品牌升级，将上市公司更名为“中国地利集团（HK.01387）”。集团构建供应链创新服务体系，不断升级批发市场软硬件设施，加速提升数字化水平。同时，推动业务模式创新，孵化社区拼团电商“滴哩集市”。战略转型带来的管理优化、效率提升和产业链完善，不仅让集团2019年业绩上扬，所属上市公司综合收入同比增长25.9%，也成为了地利集团调动优势资源抗疫保供的底气。

家国情怀：企业发展有担当

“成为最值得信赖的食品流通服务与供应商”是地利集团的企业愿景。“信赖”，是生鲜流通行业孜孜以求的境界。在疫情期间，地利集团挺身而出回馈社会，正是其企业文化带来的必然行为。地利集团已持

续多年利用产业资源，践行“智慧农业”精准扶贫。

在东北，地利集团设立产业扶贫基金，反哺区域发展。通过农资捐赠、专业合作社组建、养殖种植基地开发等方式，推动当地农业发展。同时，“地利生鲜”超市利用零售渠道优势，多次帮助当地贫困地区滞销农产品打开销路。

在贵州，地利集团在大方县运营的育苗种植基地为贫困户提供优质蔬菜种苗。贵阳地利物流园专门设立“贵州产业扶贫蔬菜销售专区”，实行免收场地费、进场费减半等优惠政策，力促“黔菜出山”。

随着国民生活质量和消费水平的不断提升，人们对高品质生鲜食品及服务的需求日益增加。地利集团表示，未来将充分利用农产品流通全产业链优势，秉承“成为最值得信赖的食品流通服务与供应商”的企业愿景，通过自身的转型升级，努力带动整个农产品流通行业转型升级，促进构建农产品流通协同增效新体系，为整个农产品流通行业开拓更加广阔的发展空间。

