

历时40天，第十五届寿光菜博会落下帷幕 闭会不闭馆，部分展厅继续开放

□ 本报记者 戴玉亮 单辰
本报通讯员 王朋

创新办会思路，完善办会措施，在专业化、国际化、品牌化、市场化等方面迈上了新台阶。”隋申利说。

本届菜博会共设立1个主展区及14个分展区，并专设台湾馆，主展区展览总面积45万平方米，室内展览总面积15.6万平方米。展会期间，共吸引国内外200多个重要代表团及6000多个旅游团参会，参观总人数达到218万人次。

“展会将实地种植与农技推广紧密结合，将经贸洽谈与观光旅游紧密结合，将蔬菜园艺与文化艺术紧密结合，通过200多个主题蔬菜艺术景点，带动了农业观光游持续升温。”菜博会组委会顾问张嘉庆说，仅“五一”3天，菜博会就接待国内外游客71万多人次。

秉承“绿色·科技·未来”的主题，本届菜博会集中展示国内外蔬菜产业领域的前沿科技成果。

“共展示菜果品种2000多个，新增品种200多个，新技术100多项，新模式30多种。”

隋申利说，农业自动化控制系统、物联网应用技术、声波生长调控仪、光伏农业一体化、自动化播种流水线等一系列新技术、新成果，将为现代农业发展提供新的科技支撑。

“参会农民占到了七成以上，大批外地农民专程来到菜博会参观学习，开阔了眼界，增强了致富本领。”菜博会组委会办公室主任赵利华说，菜博会架起了现代农业技术交流、成果展示、示范引领的桥梁，加快了新技术推广、科技成果转化和现代农业产业化进程。

菜博会凸显了品牌展会带动效能，围绕展会主题成功举办了一系列“会中会”，培育了一批业内知名的专业性展会。本届菜博会的“会中会”有：第五届中华农圣文化节、2014第二届中国（寿光）文化产业博览会、第三届台湾农产品精品展销会、全国蔬菜种业发展报告会、设施蔬菜品种观摩会、全国盆景展、现代农机装备展等。

张嘉庆说，菜博会已从专业性蔬菜展会

发展成为集科技展示、文化交流、经贸洽谈、观光旅游于一体的国内一流的综合型农业盛会。

“严格按照中央有关规定，坚持节俭办会，简化开闭幕程序，取消庆典活动，压缩各项开支。”菜博会组委会设计部部长张建卫说，菜博会期间，组委会向全市农民群众和干部职工免费发放菜博会门票，提高了农民群众学科技、用科技的积极性，推进了现代农业科技和优良品种的传播。

本届菜博会服务更加人性化，设立了老弱残便通道，60岁以上老人、残疾人、寿光本地中小学生均免费参观。同时，本届菜博会在客商服务、安全保卫、停车管理、卫生保洁、购票秩序等方面，为广大客商营造了有序的参观环境。

5月31日起，根据各展厅展示布局，继续开放5号、7号、8号、9号、10号展厅和蔬菜博物馆。同时对6号厅重新规划种植，并适时开放。

“让更多的人知道这些非遗精品”

□ 本报记者 石如宽

江苏淮安的撕纸画、烙铁画，甘肃庆阳的香包、环县皮影，高密剪纸、聂家庄泥塑、柳编，青州的红丝砚、花键等，在2014第二届中国（寿光）文化产业博览会上，外地非遗精品大批亮相，受到参观者的关注。

本次文博会非遗精品展共有60多个商家参与。其中省外商家6个，寿光本地7个，其余为潍坊其他县区。

据寿光市非物质文化遗产保护中心主任王洪泉介绍，本次非遗精品展商家多、品种多、层次高。由于外地展商比较多，以至于寿光本地的一些想参展的商家因为展位有限，摆不开，想来的没来。

“还有一些外地商家想来，但考虑到一些产品的特性，因为运输困难、时间紧张等原因，最终没能展出。”王洪泉说。

安丘的泥塑作品展前，形态各异的造型吸引了很多小朋友。面塑大师曹清华介绍，这些作品都是自己手工生产，无毒无害，而且价格便宜。

这次曹清华带来的产品种类有上百种。“我们的面塑产品一般都是批量销售的，现在已经推广至幼儿园等一些单位。”曹清华说，一个小工艺品的价格并不高，只是因为自己喜欢，所以一直坚持在做。他希望把当地的传统工艺推广出去，让它得到传承。这次来寿光参展，曹清华也了解了更多的寿光蔬菜文化、盐文化，打算把这些元素融入到自己的创作中。

青州红丝砚展位前显得冷清些。一块块细腻、娇嫩、致密的红丝砚显示出高雅的品质，有的像山峰，像鸟兽，像仙女，有的金星点点，光彩夺目，或紫筋突现，或血脉可见。

鑫盛石艺馆的李凤兰经营青州红丝砚多年，今年第一次到寿光文博会参展。“目的是展示产品，前两天还卖掉了几块砚，因为有真正喜欢的游客非要买。”李凤兰说。

鲁砚协会常务理事孙风海，这次带着5块砚雕作品来到文博会。“一块就1万多元。在文博会上，我的砚不卖，我来的目的就是让更多人认识鲁砚，认知鲁砚文化。”孙风海说。

高密剪纸形式多样，内容丰富，既有象征多子多福的娃娃、葫芦、莲花，也有家禽家畜、瓜果鱼虫等百姓日常见到的动物、水果。“剪纸作为一种民间艺术，具有很强的地域风格。与其他地方的剪纸相比，高密剪纸细腻精巧，一丝不苟。”来自高密的艺人范云英说。

花键在4个人之间飞来飞去，或用脚踢，或用头顶，或用胸停，文博会上的花键表演不断引起游客叫好声。青州花键是国家非物质文化遗产，共有108种踢法花样。

“一个花键10元、20元，不指望能赚多少钱。主要是让大家知道花键，喜欢花键。”来自青州卖花键的李秀丽说，踢花键既能锻炼身体，又有观赏性和艺术性。

“通过非遗精品展，本地百姓开阔了眼界，外地展商也更好地了解了寿光和寿光文化。”王洪泉说。

文博会上“淘宝人”

□ 本报记者 石如宽 戴玉亮
本报通讯员 王兵

寿光市侯镇草碾村的李永先，是潍坊市非遗项目侯镇草碾草编工艺的第四代传人，从艺30多年的他在当地草编界颇有名气。多年来，李永先多数时间痴迷于艺术创作。今年寿光文博会，他将草编作品带来，和妻子一起推销，和顾客砍价，吆喝宣传，当了一回商人。

李永先称，手工艺品既是文化，也是商品，要走向市场，销售出去，换回票子，这样才能激活民间艺术的活力。潍坊风筝会期间，他参展两天，卖了200多件草编品。今年寿光文博会，他每天卖出100多件，收获颇丰。文博会和风筝会的展会效应令他传统艺术品市场有了全新认识。

文博会上，赵宇融展示了镂空的鱼形瓶、大肚子的盆、有花纹的茶盒等土陶。

赵宇融是寿光柴庄人，山东工艺美术学院壁画专业毕业。看到土陶日渐萎缩，他想用现代审美和技巧把这项老辈传下来的技艺继承下去。到目前为止，赵宇融已制作了400多件样品，提取100件作为可生产样品，但一直未生产，他在等待入市的契机。

昌邑人张正其对柴庄土陶颇感兴趣，打算和赵宇融深入沟通，准备做代理，推广销售土陶产品。

张正其在青岛经营一家文化公司，专做艺术品生意。张正其认为，尚处于起步和事业上升期的艺术工匠们往往没有精力、财力和能力包装推销自己及作品。而文化公司有这个实力，可以进行商业运作。现在民间文化元素具有比较广阔的市场前景，像柴庄土陶，完全可以经过市场运作，通过专卖店、与拍卖公司合作等形式，在更高平台上向社会推介，拓展市场空间。

张正其说，寿光的一些非遗文化，无论立意、手法还是表现形式，都令人耳目一新，有浓厚的地域特色。经过市场运作，知名度高了，购买的人多了，价格也将“打着滚往上翻”。同时，民间艺术大师也摆脱了开拓市场的烦恼，得到的将是更多经济收益及创作的激情和灵感。

济南龙浩红木家具公司负责人叶长存存在文博会上展示了红木。叶长存说，文博会给红木家具厂家提供了很好的平台。此外，活跃的市场交易行为，也使一些“眼尖”的企业从中发现了商机。不少看好产品市场潜力的企业抛来橄榄枝寻求合作，期待与参展企业共同开发优秀的文化产品。

同样是红木家具，来自南方的叶庆龙主要经营红木小件。无论是哈哈大笑的弥勒佛，还是刻着朱子家训的镇尺都引人注目。“文化产品要有真正的生命力，就必须同时兼备实用性、艺术性。我们这次就是以最经济的价格，通过薄利多销的方式让红木文化走进千家万户。”叶庆龙说。

江苏华夏女媧书画院院长李长明连续多次参加菜博会和文博会。他希望通过文博会这个平台，与各地的艺术家、艺术团体进行交流，“已经跟寿光的几个画廊、书画市场的专业人士进行了深入探讨，他们对我的画作也比较认可。”

蔬菜的创意

在今年的第二届寿光文博会上，浙江摄影家丁海俊的蔬菜艺术生活摄影展引人注目。

这些主题为《菜板上的生活》的图片，是丁海俊2013年拍摄的作品，共365幅，此次展出了127幅。

丁海俊拍摄的这些蔬菜有着浓厚的生活气息，材料随手可得，灵感偶受启发就可产生，创意也是随机万变。既可提高艺术修养，也为生活增添了乐趣。

丁海俊说：“我只是想做个榜样给儿子看，做事要有恒心，不能半途而废。”



2013年5月29日，天晴，再过几天是六一儿童节。作为父亲要送给孩子自己亲手做的儿童节礼物，让他有一份惊喜。希望孩子永远活泼可爱，快乐成长，无忧无虑地学习才是最重要的。快拍365天第149张作业。



2013年7月17日，天还是那么热。老婆的睡姿太美了，弯着腿，一动不动，一觉睡到大天亮，她是我们的维纳斯。快拍365天第198张作业。



2013年1月1日元旦，第一天，今天老婆烧了可口的菜饭，我稍微把菜饭碗和筷改动一下，庆祝365天快拍正式开始第一天。

游客41.9万人次，交易额3.2亿元，合同签约额8.5亿元。第二届寿光文博会——

“文化大餐”的寿光特质

□ 本报记者 石如宽 戴玉亮
本报通讯员 刘瑞全

游客41.9万人次、交易额3.2亿元、合同签约额8.5亿元，这是2014第二届中国（寿光）文化产业博览会取得的部分成果。

以“文化让生活更美好”为主题的文博会，立足寿光菜乡文化资源，突出文化创意内涵，呈现出专业化市场化程度高、学术文化交流氛围浓厚、展览内容丰富等显著特点。

名家助阵，推动交易额上升

“能看到戴武光的画作，还有机会聆听他的指教。这机会太难得了。”喜欢绘画的武杨在文博会上见到了来自台湾的著名画家戴武光后，直言幸运。

文博会上名家不少，有书画名家于新生、袁武、苗再新，有台湾著名书画家黄秀杰、徐文印等。

中国紫砂文化研究会会长周汝平、著名紫

砂工艺美术大师吴培林、倪顺生等也携本人作品亲临现场。

名人的到来提高了文博会的人气，也推动了交易额的上升。

“本届文博会交易额的显著增长，一方面得益于我市文化产业的快速发展，另一方面是由于本届文博会采取多种措施强化交易功能，多管齐下推动参展商、采购商达成实质性交易。与此同时，名家、大师的光临也助推了人气和交易。”寿光市委宣传部常务副部长李群成说。

据了解，本届文博会，近千展商展销紫砂艺术品及茶艺用品3600余件，各类手工艺品3万多件，陶瓷5万件，红木家具近千件。展出书画、摄影、创意广告作品7800余幅，陶艺作品1200多件。

注重展示寿光文化特质

寿光不仅是菜乡，还是盐都，但盐都的名声远逊菜乡。本届文博会重点推出盐文化。

台湾的盐、寿光的盐、湖盐、岩盐、海

盐、井盐，盐的历史与盐的技艺文化等，在海峡两岸盐文化精品展上都能看到。作为本届文博会重点打造的板块，盐文化精品展区展示了来自全世界30多个国家和地区的各类盐共计100多种。展出了以盐为材料制作的“凤沙氏”、翠玉白菜及十二生肖等盐雕，展现了寿光作为“世界海盐之都”的悠久盐业发展史。

“盐文化精品展不仅是一次盐业文化的宣讲，更是一次盐业文化的招商会。展会期间，我市与台盐实业股份有限公司达成了在我市共同建设凤沙氏海盐文化创意园的合作意向，总投资额3.7亿元。”李群成说。

将展览展示内容与菜乡文化融合，是本届文博会的一大特色。做工考究、被称为鸟笼中上品的“方吕鸟笼”，造型奇特、土得可爱的柴庄土陶，精致的草碾草编等寿光非物质文化遗产在本届文博会上夺人耳目。

“会中会”扩展文博会内涵

“有书画，有葫芦，有紫砂，有瓷器。内

容越丰富，人才越旺。”第二次参加寿光文博会的紫砂大师倪顺生认为，文博会越来越有看头了。

文化产业投融资洽谈会、紫砂艺术文化节、央视鉴宝专家走进寿光、海峡两岸书画精品展、蔬菜艺术生活摄影展、全国青年创意设计大赛等。作为一项综合性的文化展会，文博会期间主办方举办了各种精彩纷呈的“展中展”、“会中会”。

寿光市委宣传部文化科科长朱金华认为，一系列“会中会”凸显了文化高端产业、新兴产业、创意产业的引领作用，推动了文化创意与产业、市场、资本的接轨，促进了文化与旅游、科技、信息等相关产业的有机融合，发展了新型文化业态，提高了文化产业的规模化、集约化、专业化水平。

以文博会期间新成立的寿光市画廊协会为契机，寿光全市书画经营单位达到150多家。齐鲁书画艺术品总部、寿光书画艺术城、圣地茶博书画古玩城等专业市场强势崛起。