



文化视点

“图画众生”
去国博看砖上的古人生活

据人民网，由中国国家博物馆联合甘肃省文物局、甘肃省博物馆共同主办的“图画众生——河西画像砖上的古人生活”展览近日在中国国家博物馆北9展厅展出。

画像砖是模印或刻画的有画像或花纹的砖。从考古发掘来看，我国的画像砖历史从战国到宋元，持续绽放了十四五个世纪之久。工匠们在塑造这些画像砖时，以现实生活作为蓝本，融入非凡的想象力和创造力，在“仙凡幽明之间”形象地映现了古人精神和物质生活的方方面面。不同历史时期的画像砖描绘出我国古人生活的一幅幅历史画面，而其中最“出彩”的，则是河西走廊地区的彩绘画像砖。这些画像砖形式多样、内容丰富，涵盖神仙异兽、桑蚕农耕、出行狩猎、宴饮起居、建筑居所等多种题材，而且大多一砖一画、一砖一景，艺术风格活泼鲜明、构图巧妙生动、线条奔放飞扬，表现出强烈的时代气息和融汇共生的民族特色。

曹禺剧本奖作品《家客》
在国家大剧院上演

据新华社，消失了40年的丈夫突然回转，而现任丈夫允许他留下来一起生活——不可能吗？故事就是从这开始的……

曹禺剧本奖获奖作品《家客》日前在北京国家大剧院上演。看过后，有观众评价“构思巧妙，台词精彩，笑过之后泪水涟涟”“老戏骨飙戏极具感染力，令人酣畅淋漓”。

全剧以马时涛为关键人物，通过他“从唐山回到了上海”“没有从唐山回到上海”以及“从唐山回到上海后走了”三种不同的可能性，分别展现了三段不同的生活状态。从第一幕里的回归者，到第二幕里的闯入者，再到第三幕里的神秘人物，所有的一切，都因为在1976年唐山发生大地震时他的抉择不同而产生不同的人生结局。

据介绍，话剧《家客》从2016年至今5年多的时间里，经过了一轮又一轮创作演出、修改打磨、提升再演出，其间获评国家艺术基金2019年度大型舞台剧和作品滚动资助项目。此次修整回归，剧组全力以赴迎接观众的检验。

沉浸式文旅不只是声光电

据工人日报，近几年来，全国多地不少文化单位、景区景点等在沉浸式文旅项目上作出尝试，沉浸式文旅迎来快速发展期。但“沉浸式”理念快速升温的同时，也存在相关技术应用不到位、产品品质不高、游客体验感差等问题。“沉浸式”理念的热度，为文旅产业的发展提供了新方向，也引发了业界的新思考。

沉浸式体验与文旅产业的融合不仅仅体现在“娱”上，还包含沉浸式吃法、沉浸式住房、沉浸式购物等，涉及旅游项目的全产品链条。在此情况下，推动沉浸式文旅产业健康可持续发展成为重要课题。还有专家建议，为保障沉浸式文旅产业健康发展，需要政府主管部门制定出台相应的指导细则，从思想导向、创作内涵、审批监管、模式创新等方面作出相应规定，推出高水平体验项目，避免跟风炒作和低级水平重复发展。

(口记者 张依盟 整理)



有地名标识的美食，是当地一张格外闪亮的“舌尖”名片，是最便于利用的文化资源禀赋——
黄焖鸡为何没了济南“名头”？

文化观察

□ 本报记者 田可新

全国名小吃，数不胜数。最为人们公认的有三家，一个是兰州拉面，一个是沙县小吃，另一个是黄焖鸡，被称作国民小吃界的三大“扛把子”。但令人好奇的是，兰州拉面、沙县小吃，都冠以地名，一看就知道“来头”。而作为济南传统名吃的黄焖鸡，说起出来处，一头雾水的人不在少数。这是为什么呢？

个体企业的品牌推广，
使黄焖鸡失去济南“名头”

兰州拉面，传说源于唐代，但因历史久远已无法考证。真正的兰州清汤牛肉拉面是河南省怀庆府（今河南博爱县）清化小牛肉老汤面演变而来的。兰州的牛肉拉面始于清朝嘉庆年间，系东乡族马六七从河南省怀庆府清化人陈维精处学成带入兰州的，其后人陈和声、马宝仔等人以“一清二白三红四黄”统一了兰州牛肉拉面的标准。它以“汤镜者清，肉烂者香，面细者精”的独特风味赢得了国内外顾客的好评，稳步走出兰州。如今被中国烹饪协会评为三大中式快餐之一，誉为“中华第一面”。

起源于夏商周、晋、宋的中原地区的沙县小吃更是源远流长，堪称古代中国传统饮食文化的“活化石”。20世纪90年代初，沙县人开始做小吃谋生，当时沙县小吃推行的“一元进店、两元吃饱、五元吃好”的平价原则抓住了城市低消费群体，俘获了无数食客，迅速“火”了起来。当地政府不断扶持沙县小吃的发展，到2008年，当地政府建立了沙县小吃集团，推动沙县小吃不断走向标准化、连锁化，在全国近30个城市和地区成立餐饮连锁分公司。

而起源于济南的黄焖鸡，也承载着浓郁的历史味道——这与兰州拉面和沙县小吃相同：黄焖鸡米饭又叫香鸡煲，是济南传统名吃，其起家相传和明太祖朱元璋有关。朱元璋在夺得天下以后，遍尝山珍海味，心中早已生厌。大臣刘伯温献上

了一碗鸡肉汤。朱元璋喝过汤后，食欲大增，心满意足，给这道菜赐了一个名字——三黄鸡。后来经过改良，三黄鸡烹饪技术就在民间流传开来，这就是如今大名鼎鼎的黄焖鸡的“前身”。到了20世纪30年代，济南府有个老字号鲁菜馆叫“吉玲园”，推出过招牌菜“百草黄焖鸡”，深受时任国民党山东省主席韩复榘喜爱，称赞说，“此鸡匠心独运，是上品之上，当为一绝”。

与另两个小吃不同的是，黄焖鸡虽然在济南叫响，但向外走的脚步却慢了很多，导致“输出方式”出现了根本变化。20世纪90年代，济南一户杨姓人家，在济南历下区开了家小饭馆，取名福泉居，当时的主打菜就是黄焖鸡。2011年，杨氏后人杨晓路重拾祖辈的主打菜，在济南周公祠附近一间18平方米的小铺子里，开出第一家黄焖鸡米饭。在走向市场之初，杨晓路在命名时，着实花了一番心思。所冠之名“杨铭宇”，是他儿子的名字，目的在于“希望像呵护自己孩子一样呵护自己品牌”。不承想，“杨铭宇黄焖鸡米饭”问世后日益火爆，在全国已经累计超过6000家门店，并率先开拓了美国市场，有了第一家海外分店。澳大利亚、日本、新加坡、加拿大……加盟的门店越来越多。有媒体报道，海外门店甚至会出现外国顾客为了吃一顿黄焖鸡米饭，不惜排队几个小时的场景。可以说，正是这个品牌企业的攻城略地，才把整个“黄焖鸡”小吃推向了全国、全球，但企业的一家独大，也使黄焖鸡失去了成为兰州拉面、沙县小吃那样地理标志的机会。

所以，黄焖鸡失去济南“名头”，从某种意义上讲，正写照了时代的进步——个体企业的品牌意识增强了嘛！但对于所在城市的济南，未“蹭上热度”，也不得不说是一件憾事。

在云南大理，
“永平黄焖鸡”成第一名菜

众所周知，有地名标识的美食，是当地一张格外闪亮的“舌尖”名片，是最便于利用的文化资源禀赋。近年来，兰州拉面、沙县小吃在这方面都做得风生水起。兰州抓住“一带一路”的历史机遇，主打“一碗面”品牌，以“面”为媒，从“经济+文化”双向切入，成功策划“面对面”系列主题活动，从而把“兰州”元素推向全国，乃至海外。“一碗面”早已超出其本身的价值，成为兰州城市形象和文化地标的重要载体。沙县也是如此，当地将每年的12月8日，定为中国（沙县）小吃旅游文化节，以此营造发展氛围，还举办“沙县小吃发展研讨会”“走进中国小吃之乡——沙县”大型演唱会，更把“沙县小吃”搬上了荧屏，进一步扩大了沙县和“沙县小吃”的影响。目前，中国沙县小吃·城市会客厅项目也在推进当中，厦门沙县商会计划在厦门斗西路美食街投资建设以“感悟沙县文化”为主题的沙县小吃旗舰店，经营面积达1600平方米，建成后，又是一个极佳的宣传窗口。

从当前来说，济南针对“有实无名”的实际情况，做好“黄焖鸡”这篇文章，的确需要动点儿心思。随着“黄焖鸡”火爆全国、全球，这种地理标识的缺失，会引发“秦失其鹿天下共逐之”的局面。如今在云南大理，说起第一名菜，当地人首先能想到的是“永平黄焖鸡”。永平人不仅以地名冠之，还入选了非遗目录。为了宣传，当地还策划过“最大一锅黄焖鸡”，获得“上海大世界基尼斯之最”，还举办过150人“笼中逐凤”“万人同吃黄焖鸡”等活动，大有把“黄焖鸡”品牌据为己有之势。树立品牌的文章，谁做多了最后就造成事实，这种现象在饮食界司空见惯，不能不引起重视。

寻求“济南”和“黄焖鸡”
联系更加紧密的打开方式

好在这个问题已经引起了重视。记者最新了解到，有关部门已表明态度，将在尊重企业运作的基础上，积极稳妥地引导，继续开展并创新一系列的推介活动，让“济南”和“黄焖鸡”的联系更加紧密。美食火爆之后，企业还要塑造过硬品牌。相关部门在对“杨铭宇黄焖鸡米饭”调研后表示，将加强知识产权保护，全面助力相关企业做大做强，积极促进本土品牌“走出去”。

有专家建议，依托地域文化加强品牌建设，若多在美食的包装、营销中，突出些泉城特色，在企业文化中深化“泉城”底蕴，或许能为黄焖鸡产业的持续向好增添更多“附加值”。此举也能借助美食，进一步提升济南的城市美誉度和知名度，是件两全其美的事。

具体到操作上，将现有名称改为“杨铭宇牌济南黄焖鸡”，这不就巧妙地两者兼顾了吗？对此，有业内专家表示赞同，“名字是品牌的表象，文化才是品牌深层逻辑，拉近‘济南’和‘黄焖鸡’的距离，可以互相借力，互供平台，企业必能提高营销效率和知名度。”但也有专家建议，需谨慎而行：“品牌发展至今，得到消费者认可绝非一日之功，势头正盛之时何以进行重新命名？若突然对名字进行改动，可能造成消费者混淆品牌认知，甚至导致降低品牌好感，不利于品牌的文化内涵和形象宣传的延续性，甚至还有可能错把‘李逵’当‘李鬼’。”

如此看来，找到“蹭热度”的正确打开方式，还是一门大学问！



强化体育惠民举措 展现智能科技力量

——济南体育步入智能化数字化时代

□ 林洪星

打造智慧体育平台
开启智慧健身生活

5月10日，济南市智慧体育平台正式运行。该平台主要汇集全市6930个体育场地和7390个站点信息数据，27000件健身路径及器材数据，实现全市体育场馆场地一张图，并提供地图导航服务，方便市民查找体育运动场馆、场地设施，目前每周访问量达5000人次。通过智慧体育平台，可以有序推进各类体育场地设施向社会开放，努力打造百姓身边“15分钟健身圈”，为因时因地因需开展群众身边的健身活动提供了硬件和软件基础，丰富和完善了全民健身活动体系。智慧体育平台提供APP和小程序两种入口，年内将实现对市内亟待维修的健身器材一键报修功能。通过“图片+文字”的形式上传设备故障的具体情况，系统将自动定位至当前最近的公共健身场地，快速反馈至有关部门，核实后第一时间维修处理。平台增加了社会指导员的社区活动发布，为全体市民的健身锻炼提供交流互动服务，提供运动处方和健身指导视频，普及科学健身知识和健身方法，建立针对不同人群、不同环境、不同身体状况的运动健康指导方法。同时也提供新闻活动发布、视频会议、直播对接、赛事组织报名、赛事宣传、线上赛事等，为全市体育活动策划建立一个组织交流平台。

健身器材提档升级
智能路径惠及百姓

日前，位于市中区七贤广场的二代智能健身路径正式投入使用，吸引了周边大批居民前来打卡体验，这是济南市体育局推进全民健身提升工程的一个缩影。为不断满足群众日益多样化的健身需求，在持续扩大全民健身设施覆盖面的基础上，济南市体育局把推进全民健身设施智慧化发展列入群众体育重点工作，不断推动全市公共健身设施智慧化提档升级。2020年以来，全市已建设智慧体育公园(社区)26处，配建智能健身路径300余件，让广大群众实实在在感受到科技健身带来的乐趣。传统室外健身器材的锻炼效果主要凭借自身感受，缺少直观数据体现，而二代智能健身器材让群众“动起来”的基础上，聚焦“科学运动”，注重引导群众进行有目的、有计划的科学健身。二代智能健身路径包括竞赛健身车、室外漫步机、

近年来，济南市主动对标北上广深等先进城市在全民健身、体育产业和体育宣传方面的工作理念，注重在体育工作中强化智能化数字化新举措，为城市经济社会发展积极贡献体育科技力量。一些影响体育发展进程的改变正在悄然发生，体育智慧

运用数字展示系统
讲好体育文化故事

平台上线，智能健身器材建设使用，泉城体育文化展示馆高科技设备应用以及体育数字经济的蓬勃发展，印证了科技改变生活，科技亦改变体育的时代之变，大量智能化数字化技术与传统体育工作结合正成为人们关注的焦点。

泉城体育文化展示馆，场馆设计以泉城蓝为主色调，配备以柔屏树、冰屏、沉浸式场景等数字化设备，使整体更富科技感。由39片轻、薄、柔、艳、高清全柔屏组成的柔屏树，每片“叶子”可以单独显示图片、视频等高清内容，不同类别的体育视频可以在“柔树”上实现无线传输与素材更换，将体育与科技创新融合成为别样的艺术表达。水晶透亮的冰屏，通透性极高，点亮后是完整的全彩显示屏幕，观众在近距离观看时，画面如同悬浮于玻璃之上，有效增加了体育视频场景的立体感与真实感，极大满足了观众的视觉享受。沉浸式体验区通过弧幕投影的方式，打造了一个多影体育的沉浸式空间，参观者站立其中可以清晰立体地感受到济南体育事业发展过程中的变化与精彩瞬间，清晰酷炫，色彩夺目的画面配合立体声效，为参观群众带来不一样的视觉冲击。整个展示馆将体育文化与体育精神以数字化的形式表现出来，为济南人民送上了一场形色俱全的体育文化盛宴。

数字经济带动提升
电子竞技飞速发展

2019年，济南市电子竞技相关产业产值已超过亿元。2020年，济南市相关电子竞技企业已达百家，在5G时代背景下，电子竞技区域化愈发明显。为积极推动政策落地，现已成立省会经济圈电竞产业联盟，编制《省会经济圈电竞产业发展规划》，包括第三方运营、大型赛事执行、二次元文化传播、电子竞技俱乐部、电子竞技协会、网络赛事直播、新媒体、电竞教育、电竞地产等多种类型。济南市已多次举办、承办过各类电竞赛事，例如：WESG世界电子竞技运动会、NEST全国电子竞技大赛、CEST中国电子竞技娱乐大赛、S10泉城广场观影活动、2020年第一届和平精英城市赛山东赛区决赛等。6月初，还将在东荷体育馆落地2021《王者荣耀》高校联赛全国总决赛。目前济南市已有两所本科院校，数所专科院校设有“电子竞技运动与管理”专业，一年预期毕业电竞人才300人左右。为积极打造综合电竞场馆，济南市皇亭体育馆正在按照举办大型电子竞技赛事的要求完善场馆条件，场馆改造完毕后，将为电竞爱好者提供专业的练习和比赛场地，也将承接国内外大型电子竞技赛事。以济南市为中心，辐射周边市、县，集电子电竞生态圈，研发创新孵化、娱乐消费体验为一体的互联网体育产业集群产业链正在形成。