

休闲时代

在日前发布的《旅游绿皮书:2021~2022年中国旅游发展分析与预测》(以下简称《绿皮书》)中提到,博物馆以其丰富的藏品、基本陈列及临时展览活动为载体,正在成为市民对话和交流的公共文化空间。尤其近年来,随着“博物馆热”和各类文博综艺、文创产品的兴起,博物馆从文物陈列机构开始转变为人们游览休闲的场所,参观博物馆也逐渐成为市民休闲生活的一种新方式。

# 找点空闲,逛逛博物馆!

本报记者 李冰洁

## 节假日里一票难求

前几天,记者在某论坛上看到一个问题:“你为什么爱逛博物馆?”下面的跟贴很多:有人爱历史,认为博物馆是最直接、最快速了解一类历史文化的场所;有人爱收藏,会更偏爱看里面的展品、展览;也有的人很浪漫,说年轻的时候和爱人去,年长了带孩子去,可以一边增长知识、一边拉近感情。

确实,人们越来越爱逛博物馆,这一点从预约的火爆程度可见一斑。今年清明节假期,各个博物馆预约日历下,大都显示着红色的“约满”二字。

最近,北京新落成开放的几家博物馆,引起了爱好者小乐的注意,因为之前总是预约不上,她早早给自己安排好清明节假期的游览行程。

历时近3年修建完成的中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆是小乐的“打卡”首选,2月初它带着开馆大展“中华瑰宝——中国非物质文化遗产和工艺美术展”,正式揭开面纱。“工作人员说,展览共展出1298件(套)工艺美术和非遗传品佳作,其中80%的展品还是首次面向公众展出呢!”小乐兴奋地说。

今年全国两会,全国政协委员、国家博物馆馆长王春法接受记者采访,说到国博已收获大批的“铁粉”“钢粉”时,自豪之情溢于言表。随后,报社同事也因这篇报道回忆起外地朋友来京游玩,他们惊讶于首都最热门的景点是国家博物馆,等待进馆的队伍直接排到了大门口。

过去,说到去博物馆,就是听讲解员介绍各个展品,它们才是博物馆的“主角”;而现在,博物馆除了自身藏品、主题展览外,更通过主题热度展览、讲座研学活动、开设休闲区域、利用数字化手段等多元化形式,提升观众的参与感与体验感,丰富休闲活动内容。

比如在中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆,小乐驻足最久的是四层“万方乐奏”展厅,展示有各种乐器,在“旷古遗音”板块,除了可以欣赏到晚唐“枯木龙吟”琴、宋代“鸣凤”琴等珍品,领略穿越3000多年的古琴艺术之外,还有两个互动点:在单个古琴前听该琴演奏的乐曲,或体验弹奏环形展示区中间的古琴。“四层走廊阳光房有拓印、篆刻、书法等内容的现场教学,我临近中午的时候过去,正赶上拓印体验,身临其境感受优秀传统文化与艺术的魅力,真的是不虚此行。”小乐欣喜地说。



在太原市天龙山石窟博物馆,参观者在拍摄回归的天龙山石窟“第8窟北壁主尊佛首”。

## 博物馆“遛娃”常态化

家住北京市西城区的朱先生,每逢节假日就会领着孩子去各个博物馆逛逛,“这大概是‘80后’、‘90后’父母‘遛娃’的普遍方式吧?”他说。

朱先生的儿子今年6岁,大概从两岁开始,就爱上了逛博物馆。小小年纪的他就能对自己去过的博物馆如数家珍,最喜欢的是北京自然博物馆,“因为里面可以看恐龙。”700余平方米的“恐龙公园”展厅历来是孩子们的最爱,其中23只活灵活现的恐龙、两只翼龙以及一只和最早恐龙生活在一起的坚喙龙构成了不同的组合,分别代表了从三叠纪晚期到白垩纪晚期不同时期的恐龙世界的面貌。朱先生说,在对于恐龙的了解程度上,儿子是他的老师。

除了了解恐龙、爬行动物和多样生物外,在大厅处购买9张一套的盖章卡片,前往各个区域盖章,应该是小朋友们最喜欢的环节了,集齐盖章会让他们很有成就感。朱先生说,这种博物馆在孩子每个年龄段来参观的感受是不一样的,从最开始的形态吸引,到逐渐了解、学习的过程,能够丰富孩子的思考方式、锻炼他们从不同视角看世界。“自然博物馆值得无限‘打卡’,这里是集感知学习、娱乐休闲于一体的好去处。”朱先生说。

曹女士则更爱带孩子去故宫玩,“大人们游览故宫一般是按常规的路线走,看看各种展览,孩子

们有他们独特的游览方式。”曹女士说,孩子爱看《故宫里的大怪兽》《我要去故宫》等书籍,因此,每次出游前,她都让女儿按照自己的爱好,规划故宫游览线路。

除了了解故宫历史外,盖章、主题摄影也是故宫很热门的游览内容。在故宫,随处可见身着汉服的年轻女孩,或打扮成“阿哥”“公主”的孩子们。走累了,再享受一顿悠闲的下午茶。

趁着春光正好,坐在坤宁宫东院中,品尝宫廷茶点,是个不容错过的休闲体验。冰窖餐厅和角楼咖啡是曹女士常去的故宫休闲区,这次,女儿提出要喝下午茶,她便带女儿来到了坤宁宫。“我点了‘万春金福’拿铁,第一次看到用盖碗盛放的咖啡,给女儿点了荔枝杨梅饮,又要了三枚茶点,好吃不贵。”曹女士说,来故宫不一定每次都看展览,春日赏花、冬日赏雪,天气好的时候来喝杯茶,都是不错的休闲体验。

## 云展览带来新体验

这两年,疫情影响下异地出行受到限制,而深度的本地休闲游、博物馆游成为人们旅游休闲的首选。同时,数字化建设也成为各博物馆工作的重点,云展览带来“足不出户观展”的新体验。

说起博物馆线下预约火爆,对于成功预约的游客自然是乐事,没预约成功也不要紧,线上看展不失为一种选择。

日前,中央礼品文物管理中心正式对外开放,据了解,在

《友好往来 命运与共——党和国家领导人外交活动礼品展》中,展示了党和国家领导人在外交活动中受赠、赠送的670多件(套)代表性礼品。记者本想趁着清明节假期,一睹那些新中国成立以来的外交活动礼品的风采,但由于“下手太晚”,没有预约成功。但当记者打开中央礼品文物管理中心的公众号,惊喜地发现,整个展览的各个部分、每件展品,都有很详细的图片配以语音讲解,以及视频介绍,几乎可以做到足不出户就能详细了解每件展品背后的故事,算是暂时弥补了不能线下实地观展的遗憾。

当然,线上看展并不是新鲜形式。目前,VR技术日益成熟,通过3D扫描拍摄,1:1比例真实还原展厅,让数字技术为实景展陈赋予更真实的临场感、更丰富的内容,已不是难事。比如搜索“中国大运河博物馆”微信公众号,点击“逛·展览”,选择“线上展览”,观看“大明督水监之运河迷踪”展,就可以进入“展厅”并根据路线标识进行“游览”了。

在高精度三维复原的博物馆虚拟参观环境中云游览,你可以选择想去的楼层,也能够快速导航到任何想参观的点位,并从任意角度进行观看,具有2D照片和视频无法比拟的空间感。

许多博物馆已经开展PC端和移动端的云展览,打破时间壁垒、跨越空间屏障,不用担心没有成功预约,也不用遗憾平日忙碌错过展览。说不定有一天,还真实实现在元宇宙里逛博物馆呢。

## 季节礼物

# 十八帮共祭耿七公

本报记者 江迪 通讯员 姜正明

清明时节,水乡兴化的居民们,又撑着船去祭祖了。

兴化位于里运河地区,河湖纵横,水荡浩淼。当地祭祖有个传统,年长者要带着纸钱分别到附近人家的坟上去烧,称为“陆邻”。

祭祀完自己和邻居的祖先,当地的渔民们又要开始准备祭祀耿七公了。从淮河流域到黄海之滨,渔民、船民曾信奉过几个水神,其中影响较大的要数耿七公了。

耿七公,原来是一位水上抢险救灾的勇士。耿公,名裕德,在兄弟中排行第七,宋代东平人,生于大中祥符年间,官至通判。他在任期间,不断发生洪涝灾害,耿裕德经常泅水救人。每逢发大水,他总是带领兵丁抢险救灾,夜晚在险情多发的航道上悬灯导航。由于经常在水中打捞,他风寒入骨,积劳成疾,便辞官疗养。

几乎瘫痪的耿七公,先后在洪泽湖、高宝兴(沙沟镇属兴化)湖等湖滩上休养。其间,病情稍有好转,他就划着小船在各航道上探测深浅曲直,设立航标灯,让过往船只绕过急流暗礁,深受广大船家、渔民的敬仰。

到宋代淳熙年间,淮海地区关于耿七公的神话传到宫廷。皇帝封七公为康泽侯,以后又加封为康泽敷佑显侯。从此,洪泽湖到黄海之滨,许多渔港、码头及沿岸城镇都建有康泽庙,有的叫耿公祠。至今,淮河沿岸及洪泽、高宝兴诸湖还流传着许多关于耿七公的故事。

选择在清明节前后祭祀渔业的祖先,是因为这时鱼已经产完籽。祭祀完,开捕,可以让渔业资源永续发展。

兴化最北端的沙沟镇是一个渔业古镇,这里还是江苏省的地理中心所在地。沙沟镇有渔民世代居住船屋以捕鱼为生,有网、钩、罩、罾、笼、卡、叉、簖等十多个捕鱼技艺,并形成生产合作帮派,从而形成独特的渔业文化。“古法捕鸭十八帮”也由此产生。

比如,簖帮。簖由木桩、毛竹搭配制成。春季至秋季打河簖,一般设在河流干道,根据河道大小确定簖的宽度,两侧设有“八卦阵”,鱼进了“八卦阵”就游不出来了,“八卦阵”上设有由毛

竹制成的跳鱼箱,防止一些鱼跳出“八卦阵”。簖帮捕大小多种鱼和青蛙,秋季捕鳊鱼、螃蟹为多。

再看罾帮。罾为捕鱼工具,一般分为大罾和小罾,罾口直径一尺八到四尺五,罾衣子用棉线织成,两根6尺左右的竹篙子作罾篙,距罾篙底端约一尺五处弯成弧形,用一个“∞”字型铁环套住两篙。一年四季除东河外都是在大小河湖荡罾大罾,捕捞大小多种鱼。夏季捣“星”罩黑鱼,用兵篙捣水响筒,鱼受到惊吓穿钻水草或翻浑水“冒星”,花草或小笼罩罩下,再用小罾下水去罾,鱼就被罾住,这一过程称之为“捣星”,捕捞的以鲫鱼为多。

还有老鸩帮。老鸩又称鸩鸩、鱼鹰,羽毛黑色,有绿色光泽,颌下有小喉囊,嘴长,上嘴尖端有钩,善潜水捕鱼,被驯化后常立在船舷两侧。通常,渔民在放出老鸩之前,在其脖子上套上一个皮圈,以防止它将捕获到的鱼吞下肚子。渔民捕鱼时将老鸩放出后,只见它一会儿钻进水里,一会儿又浮出水面。经过驯化的老鸩捕到鱼后即跳到渔船上,渔民将其嘴里的鱼取出。

鼎盛时期,沙沟渔民遍布大纵湖、高宝湖、洪泽湖等湖荡地区,渔民们将捕获的各类鱼、虾、蟹汇聚到古镇“鱼市口”进行交易,带动了地方商业的发展和繁荣。

随着历史变迁,人们对湖泊、滩涂开发利用力度加大,捕捞区域不断缩小。如今,沙沟乃至兴化人民逐步走出一条“走水路、念水经、发水财”的发展思路,探索出特种、立体、生态等高效养殖模式,许多专业渔民告别了世代代水上漂流的生活,开始了陆上定居,一些传统的渔具渔法也逐步退出了历史舞台。

为了保护和传承中华民族优秀传统文化,记住乡愁,留住记忆,沙沟镇政府对古法捕鸭“十八帮”进行保护和传承,总规划近三千亩的古法捕鸭十八帮渔文化体验园正在建设中。将按原八卦地形地貌规划建设湖心岛、红色文化区、观赏鱼、食宿游船、渔事渔具等多个观赏游览体验项目,让遥远的渔事永远鲜活在人们的记忆中……

# 闽南人过清明 古早味里思故人

本报记者 王惠兵



图为正在制作的润饼皮

又是一年清明时。

对于土生土长的闽南人来说,清明节和古早味的“润饼菜”几乎可以画等号。

润饼菜,又被老一辈称为“思乡菜”,也就是春饼。一层薄饼里卷的不仅是美食美味,还有闽南人的故乡情怀。

清晨,天蒙蒙亮,在泉州郊区小渔村埭埔,袅袅炊烟已从绿树围裹的李春英家的老屋升起。

李春英的祖辈都曾以卖润饼菜为生,流传下来的是正宗的古早味。而在20多年来的时光里,做润饼菜也早已成了她生活中不可分割的一部分。

随着炭炉一点点升温,李春英开始捏着手中弹性十足的面团,迅速向着烧热的平底铁锅上走一圈,一贴一划,手起手落间就是一个完整的圆。

说话间,不过是几十秒,面糊就被热力烘干成一张薄薄的面皮,最后只见她用铲子挑起,一张润饼皮就算完成了。

“润饼菜好不好吃,其实很大程度上取决于‘润饼皮’的手艺。润饼皮,要薄,又要有韧性,才是最好的。”李春英说。

的确,她做出的润饼皮轻薄如同纸片,轻轻一拿就透,甚至可以透光,韧度适中,完全不用担心会折破。

日头一点点升起,李春英的润饼皮也一层层叠高。不多时,一起完成的还有她儿媳在老屋厨房里忙了一早上的“成果”——蒸炒炸炖,鱼肉

鸡鸭,厅堂祖先供桌上摆满了丰盛的肴饌,其中还包括了很多润饼菜需要的配料,像红萝卜丝、绿豆芽、荷兰豆丝、豆腐条炒蒜、糖炒浒苔、花生米等等。

“祭祀礼结束之后,一家人就会围坐一起吃饭。”李春英说,为了方便,家家户户都爱把祭祀礼上的各种菜肴一齐倒入锅中拌匀加热,然后拿出碟子铺上一层薄薄的润饼皮,加入各自喜爱的浒苔、花生米及不同菜肴,再抹上甜辣酱,双手卷起来就可以吃了。

“如今除了清明节,许多老泉州人在除夕也会做着吃。”李春英还告诉记者,一个个鼓鼓扎实的润饼,还寓意着包金包银、招财进宝,对家庭未来寄以美好的祝福。

在闽南,除了润饼菜之外,清明粿亦是清明节必吃的一道小食。它又名青团,也是我国南方汉族特色食品之一。

“绿油油”的清明粿,是用艾草或鼠曲草做成的,若以糯米粉揉成薄粿皮,炒小麦磨粉调糖水做馅,还叫“麦馅粿”;另一种甘薯干磨粉加糯米浆揉成粿皮,豌豆沙或绿豆沙加糖为馅,则叫“豆馅粿”。两种粿坯都搓成小皮球状,抹上食用油,外用高粱叶包裹,蒸透即成。甜的、咸的、黄的、绿的,满足着大人小孩的味蕾。

“梨花风起正清明,游子寻春半出城。”午饭过后,身着汉服,穿梭在老街的年轻人,亦成为传统节日里的一道风景。

## 趣

# 杨顺:咖啡连锁渐成趋势

本报记者 徐金玉

“咖啡行业正在经历着新变革。”近日,深耕行业近20年的北京泰谷万隆咖啡公司总经理杨顺关注到了一种新现象:咖啡连锁店正在国内遍地开花,发展态势如火如荼,一方面,国外咖啡高端品牌相继进驻中国市场,主要在一线城市站稳脚跟;另一方面,国内“网红”咖啡连锁品牌开店态势迅猛,有的品牌1年开了上百家店,有的品牌直接下沉到三四线城市,甚至开进了县城。

“连锁店的风格也打破了人们对咖啡馆的刻板印象。我们日常理解的咖啡馆,是一个交际场所,人们在店内堂食消费,享受慢下来的时光。现在新兴的咖啡连锁店,则以外卖、外带为主,类似当前国内的奶茶店,店铺只有几平方米,设置一个接待窗口。便捷化、轻量化,已然成为就全球咖啡市场而言颇具中国特色的一种新趋势。”杨顺说。

形式的转变,带来的是产品的革新,甚至诞生了一个新名词——特调咖啡,即把中国人喜欢的各种食材“花式”融进咖啡。例如燕窝拿铁,是燕窝+咖啡的创新搭配,

强调“轻滋补”“轻养生”;夏至至,咖啡+节气+姜,很有中国风;麻辣烫风格的美式,加入了麻且犀利的青花椒,在颜值上也是可圈可点……现在每个城市开店都会推出对应特调款,联名款也是不少。

“这种变化,一定程度上反映出‘90后’‘00后’年轻受众的消费需求,在疫情防控形势和快节奏的现代生活中,他们喝的是便捷,是健康,也是创意。”在杨顺看来,特调咖啡将成为中国咖啡市场的主旋律,相关标准、制作、器皿等都应随之改变。

“过去在咖啡馆,为了保证呈现最佳口感,从业者讲究要在78℃时将咖啡送到消费者手上。当前,以外卖为主的特调咖啡,是否还会遵循这种规律?再比如,咖啡馆的咖啡机价格高昂,贵的能达到十几万元,现在是否要针对新型口感来研究生产新式咖啡机?咖啡的制作、容器选材等,也成为值得从业者考虑的新的课题。”杨顺同样对这一市场和趋势十分看好。“目前,已有多家连锁品牌在和我们洽谈合作,有的品牌已吸引了多轮融资,打造‘万店互联’新概念。”

## 图片新闻



# 国潮文化节京城开炫

日前,北京欢乐谷2022年春风游园季·国潮文化节拉开帷幕。本届国潮文化节以“中国,正当潮”为主题,通过演艺产品升级和主题活动IP化、国潮化的双轮驱动,展现传统文化与数字科技融合发展的独特魅力,引领东方意象与现代时尚的时尚风潮。为期78天的活动期间,将由《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》三大经典国产IP坐阵,并举办多元化的国潮国风主题活动。

本报记者 贾宁 摄