

休闲时代

赵珂僮： 做中国人自己的一杯美咖啡

本报记者 李寅峰

再过几天，就是“海淀统一战线企业家会客厅”揭牌一周年了。会客厅的所在地赛先生的咖啡馆里，北京市海淀区工商联执委、该店主人赵珂僮一边冥思苦想琢磨着她的咖啡，一边风风火火地忙碌着又一场的社会活动。“每周都有一场关于民营企业的法案、条例等学习分享活动，每月有一次政协之家的读书会，每周还有侨联组织的一场创意活动……”说起这些，赵珂僮眼里都是笑意，在她的手中，一杯浓郁的咖啡，能以咖啡为载体，尽一些社会责任是我的荣幸。当然，咖啡还是我的主业。我最想做的，就是中国人自己的一杯美咖啡。



因咖啡而来

并不是故弄玄虚，知道赵珂僮的人，首先知道有关她的标识便是咖啡。被朋友们昵称为“咖啡女王”的她，从2005年担任雕刻时光CEO开始，在中国咖啡界摸爬滚打十几年，创造了无数别人难以想象的业绩。纵然如此，赵珂僮坦言，当初选择咖啡并没有什么必然。

“误打误撞。”赵珂僮自嘲地笑着说，“20年前，我从国外留学回来，发现国内咖啡馆比较少。我当时只是单纯地觉得，在国外生活时大家都离不开咖啡，那么在中国，也应该随时能喝到一杯可口的咖啡。”

入行后，赵珂僮惊喜地发现，咖啡于中国，其实并不违和。“人们爱喝咖啡是舶来品，事实上，我国历史上就有咖啡这个物种。中国的咖啡种植也是由来已久，很多国产的咖啡豆质量非常好！”这样的话，赵珂僮执着地在各种场合讲起，“我特别想让更多的中国人知道，咱自己家一定可以有一杯美咖啡。”

于是，成为雕刻时光联合创始人兼CEO的赵珂僮马不停蹄地打

造着一个又一个的咖啡馆，从装修中的一砖一瓦，到服务上的一问一答，赵珂僮在摸索和实践中成长为“全能行家”——10年内，她将雕刻时光由北京的3家高校店发展为在全国拥有60余家咖啡馆、3家咖啡学院的大型连锁企业，成为国内咖啡企业第一品牌。后来又创办咖啡、赛先生的咖啡馆，创造着一个又一个的咖啡传说。

由咖啡说到中国美

在颐和园，位于昆明湖西侧的游廊间，复建的延赏斋（始建于1750年）静静矗立在水边。当年，乾隆在这里观赏农耕景象，如今，游客走过，却总是陶醉于浓浓的咖啡香。

走进咖啡，最醒目的不仅是眼前皇家园林的风景、古典建筑的雕梁画栋，古朴的桌椅、床榻，就连靠垫上，都是宫廷风的绣花。难以想象，这里是一个咖啡馆。2021年，赵珂僮带着对东方美学的梦想，让咖啡悄然安家在这里。如她所愿，咖啡很快成了颐和园的亮丽一角、网红打卡地。

当记者问起，咖啡是不是她心

目中做好中国那杯美咖啡的代表，赵珂僮莞尔一笑，“曾经这样想过，但很难。只能说展现了优秀传统文化的冰山一角。”

赵珂僮说，老祖宗的文化有多牛，越用心挖掘的人越有更新的体会。自己想做的，只是尽可能通过“烧脑”去展示一二。

“我们不仅在建筑、装饰方面凸显传统美学，在咖啡单品的名称设计方面也希望尽力展示汉字之美。比如‘塞下孤霜’，是一杯具象化的玛奇朵；‘玉墨恒香’中的玉墨，指的是黑糖，这是一杯加了黑糖的拿铁；还有‘玄鸟衔金’咖啡中的玄鸟，是一只凤凰，成为咖啡的标识……”能够将东方的美感代入产品，这个过程让赵珂僮心中充满力量。“希望端起这杯咖啡的消费者也能得到这样的愉悦。美的感觉或有不同，但是总会有人因此共情。”

咖啡的幸福感

在赵珂僮的认知中，咖啡是能带给人幸福感的饮品。“就如春节期间突然买到了一张渴望已久的车票。”她有时甚至笑谈，咖啡于她是“续命之饮”，也是“解压阀”。

“每个人难免会有情绪低落、感觉艰难的时候，喝一杯咖啡，不仅是味觉上的享受，更能让人安静。相比于茶的婉约，咖啡更爽朗、直入主题，适合转变情绪、宣泄情感。”总赋予自己神奇能量的咖啡，在赵珂僮的生活中极为重要，她希望借自己的事业，把咖啡的温暖传递给更多人。当然，她也常说，自己更想让中国咖啡文化做得更优秀。

几年前，在咖啡行业实战的同时，精力十足、激情满满的赵珂僮还俯首撰写了两本著作《咖啡馆的梦想与现实》和《极致服务指导手册》，几乎成为行业的入门必读。“咖啡不是生活必需品，但咖啡在中国确实有很大的发展空间。越来越多的人喜欢上咖啡，也会有越来越多的店开起来。但量变的同时，质变却不容易，

希望我们的经验能帮助更多准备入局的人。”她说。

走到哪里都要去当地咖啡店体验的赵珂僮对广西玉林的一家咖啡店记忆犹新。“很特别、很过瘾。”她说，“消费者用竹签扎着鸡脚吃，可能还吃着略有酸臭的螺蛳粉、抽着烟，但都配着咖啡。或许有些外地游客觉得难以接受，但我觉得却非常好。中国的咖啡味道，就应该立足本土，接着地气。”

这也让她联想到，在咖啡曾经遇到过这样一个场景：一位专门从北京东城赶来的美国客人正在店外湖边静静地品着咖啡，几位北京大爷遛弯回来落座在一旁。这几位大爷是常客，常常约在一起边喝咖啡边海阔天空地神侃。赵珂僮询问外国客人，是否需要安排他到另外一个安静的区域，被他当即谢绝了。“他对我说，这样的咖啡馆他才喜欢，最中国、有味道。”

如今，不仅雕刻时光成为中国咖啡馆代言人、咖啡成为网红咖啡馆，赛先生的咖啡馆也成为中关村一个精英交流平台。三个咖啡馆，被赵珂僮比喻为“三个孩子”。对于做母亲的她来说，每个孩子个性或有不同，却都有她的DNA，比如坚持服务至上、零投诉等等。当然，每个孩子也是她的最爱。

面对份额越来越大的咖啡市场，中国咖啡行业到底怎样定位，始终是业界探讨多年的一个大课题。但赵珂僮非常明确：“回到初心，一杯咖啡本来就是很小的产物，做好一杯中国的美咖啡，就该是我们的终极目标。”

走出赛先生的咖啡馆，可以看到大门一旁，除了“海淀统一战线企业家会客厅”，还有“中关村港澳青年之家”“海淀区侨联侨企之家”等社会功能的挂牌，赵珂僮微笑着站在那里向记者挥手告别。这不正是让记者再次想起，她的微信朋友圈每日满满正能量的信息：“给绿叶些时间……”

“疫情过后，仔细生活，让我们用能力把爱分享给更多的人。”

休闲力量

李玉国： 歌词创作的乐趣与情怀

本报记者 徐金玉

他创作的歌词，情系家国、关注民生，常引起人们的共鸣。他创作的歌词，经由国家一级作曲家胡旭东、印青、刘青等作曲，被歌唱家张也、董文华、白雪等传唱至今。他是李玉国，一名热衷于歌词创作的作曲家。

提起歌曲《美丽的野芭蕉》，喜欢民歌的人大概不会陌生。说起歌曲《口罩歌》，那是2020年新冠疫情暴发初期不少人共同的记忆。而当歌曲《红红红》被唱响，人们热烈澎湃的爱国热情瞬间就被点燃……单看李玉国的这些代表作品，大概便能看出他歌词创作的初心和情怀。

很难想象，一位业余时间喜欢创作歌词的人，至今作品已达百余首，并成为中国音乐著作权协会会员。然而走上歌词创作之路，对李玉国来说，起初不过机缘巧合。2014年，旗下企业需要一首歌用于宣传，请来的作词人写出来的歌词却不是同事们想要表达的意境。于是，他灵感闪现，自己创作了处女作《美丽的野芭蕉》。

李玉国坦言，最初，他也不知从何下笔，创作的作品也不尽如人意。“有的作曲老师说我的歌词有点像散文，有的作曲老师提醒我要注意控制歌词的字数，还有的作曲老师提醒我要掌握歌词的结构和律动感等等。”李玉国说，在老师的“调侃”和指导下，他的创作逐渐有了自己的方法和特色。他不迷信所谓的权威，作品没有华丽的词句堆砌，也没有特别的技巧，只是将自己的所历、所见、所闻、所思，用独特的视角和意境描述得恰到好处。

在李玉国看来，歌词的意境是每个创作者追求的灵魂，而歌词的意境和作词人的情怀是分不开的。比如，他没当过兵，但他的军人情怀体现在他的作品里，这与他父亲是军人，亲朋好友同学中不少人都当过兵息息相关。他创作《背影》歌咏边防战士，《放心吧我的哥》是对军嫂的赞颂，《军人的胸膛》写出了军人的铁血柔情。

对亲情的细腻描写，是李玉国作品的突出特点之一。在《妈妈的话》里，妈妈告诫孩子年轻时“出门在外不要怕吃苦”，等到成家立业后妈妈又舍不得，叮嘱“出门在外不要太辛苦”，从“不要怕吃苦”到“不要太辛苦”，母亲关爱孩子的思想变化让人泪目。在《老爸，总想和您说说话》里，呈现了中国式爸爸的不善言语，但在关键时刻爸爸的坚定，“孩子大了得有文化，再难也不能耽误读书的娃”，让人肃然起敬。

李玉国的作品还倾注了他对家乡的怀念。从初期的作品《家乡的油菜花》，到后来的《多么的幸运》《射阳是个好地方》《难忘乡愁》，再到近期的《晨光》《打谷场》，无不透出他对家乡的热爱，对故土的眷恋。正像《晨光》中描述，“池塘月色一如挂在天上，萤火虫是我童年的想象，岁月如梭追着落日，星光下的小河一路歌唱。”故乡是一种抹不去、看不见的感情烙印。

“创作是把初心和那些真善美的意境找到生动而准确的表达，过程是百转千回的，有辛苦更有乐趣。”李玉国说，当自己创作的歌词，经作曲家配乐，传播到人们的耳朵里，让更多人感受到真善美，感受到爱与力量，他就有了更大的创作动力，会努力创作出更多高质量的作品。

休闲趣事

大熊猫：从“国宝”到网络“顶流”

李冰洁

近一个月来，大熊猫经常占据社交媒体热搜榜。

“大熊猫游子”的境况牵动着大家的心，这些入乡随俗的大熊猫也获网友笑称“一方水土养一方熊猫”：旅居法国的优雅浪漫、旅居俄罗斯的活力四射、旅居卡塔尔的住所豪华……

随后，视线从国外转回国内，成都大熊猫繁育研究基地的熊猫“和花”也因为它个子小、长得像三角饭团，被弟弟“和叶”抢椅子也不恼的好脾气，使得慕名来观赏它的游客大有“万人空巷”的势头。

大熊猫的网络爆红，真的是因为可爱吗？答案首先是肯定的，它们早以憨态可掬著称。机缘巧合，我与大熊猫有过几次近距离接触，也体会到这几年大熊猫生存环境的变化。

2012年，还在读大学的我在假期来北京学英语，课余时间与同学一起去北京动物园看熊猫。大概是场馆空间有限，熊猫数量不少，只记得小小的展厅挤着五六只大熊猫，玻璃雾蒙蒙的看不清。

时间来到2016年8月，我去韩国旅游时选了个刚开业的“爱宝乐园”作为其中一天的行程，去之前并不知道这是为了3月刚刚到来的旅韩大熊猫“爱宝”和“乐宝”特意打造的动物园和游乐场，直到走进熊猫场馆，巨大的玻璃房内，中间的木栈道供游客行走，栈道两侧各有一片绿色的草坪，种着大树、竹子和鲜花，原来这一左一右分别是熊猫“乐宝”和“爱宝”的活动场地，它们各自木质的凉亭上摆满鲜嫩的竹子，又因为是夏天，还各有一个冰床解暑。“果然是物以稀为贵，这比北京大熊猫的生活条件好太多了！”我和身边的朋友一同感慨道。

转年，我到中国保护大熊猫研究中心雅安碧峰峡基地采访，这次不同，是真正“零距离”接触大熊猫。工作人员对我的双手和外衣进行消毒，再穿上一次性防护服和鞋套、戴上浴帽一样的防

护头罩，才可以进入大熊猫幼儿园。工作人员让我稍等片刻，随后就从房间里抱出来一只4个月大的熊猫宝宝，放到我怀里。别看是还在吃奶的小家伙，足有20斤重，我只能坐下来把它放在腿上抱着。开始它还能乖乖地任由我抚摸它的毛，可我毕竟是个陌生人，当它扭头看到身边的饲养员，像小孩子一样张开双手要抱抱，真像我说：“这个人我不认识，爸爸快来抱我走！”饲养员从我手中接过它，它立刻抱紧饲养员的脖子，说什么也不松手，大家都被这个小家伙的萌样逗得哈哈大笑。

再后来，随上合组织国家青少年团采访时又来到北京动物园，这些外国孩子看到大熊猫兴奋极了，我也和动物园大熊猫的印象大为改观，场地宽敞、窗明几净，大熊猫的活泼可爱更加吸引人了。这不，最近这里出了个号称“西直门三太子”的网红熊猫“萌兰”。跟其他熊猫的爆红原因不同，他跻身“顶流”竟是因为“越狱”——因为实在太活泼好动了，经常翻越围栏，甚至差点跳下围墙，动用了好几名保安紧急疏散游客。

从1990年北京亚运会吉祥物“盼盼”，到2008年北京奥运会吉祥物福娃之一的“晶晶”，再到2022年北京冬奥会吉祥物、“一墩难求”的“冰墩墩”……其实，大熊猫一直有着无可替代的“国宝”地位。它们近日爆红于网络，在短视频平台进入内容瓶颈期时异军突起，成就了多个拍摄、剪辑、搬运大熊猫相关视频的账号，甚至引得网友梳理大熊猫家族关系，自豪地对身边人讲起“熊猫八卦”。

大熊猫从“国宝”变“网红”不仅仅因为可爱，而是通过一些新闻事件让大家再次关注到了这个易危物种，加上社交平台的“流量催化”，在激发观众好奇心、丰富娱乐生活的同时，更好地对国内外讲述熊猫故事，还能够通过大熊猫，吸引更多人的关心野生动物保护和生态文明建设，丰富人类的生活。

不得不说，这真是熊猫魅力下人与自然和谐共处的良性循环。

科学健身

数字健身： 老年人面对的健身新方式

李相如 戴俭慧

近年来，数字技术的蓬勃发展，渗透到我国生产生活的各个领域。将数字技术运用到全民健身领域，为群众带来了健身新方式。数字健身可以更好地满足群众的健身和健康需求，老年群体也面临着如何接受和使用数字健身方式的问题。

目前，各地方都相继推出了将数字技术应用于辅助老年人科学健身的公共服务项目，如浙江省的“浙里练”小程序，可通过扫码服务功能为老年人群体提供多场景的健身指导；上海的“长者运动健康之家”，为老年人提供全方位的康养服务，打造了一站式的服务平台等。

与传统锻炼方式相比，数字技术赋能体育锻炼有哪些特点呢？笔者认为，数字技术与体育锻炼的融合，为传统的体育锻炼带来了许多创新，填补了其在一些方面的短板。数字技术赋能体育锻炼的特点可以归纳为“三更”与“三易”。

“三更”是指：更方便，老年人可以在家中使用数字技术应用进行锻炼，可以不出门也能进行身体锻炼，这对于许多老年人来说，就能避免了不外出出的不便和风险，也不受天气的限制；更灵活，数字技术应用可以提供各种不同类型的锻炼计划和动作，老年人可以根据自己的身体情况和健康需求选择适合自己的锻炼方式，也可以根据自己的时间和节奏进行安排；更具个性化，数字技术应用可以根据老年人的身体数据和健康情况进行智能化定制。

“三易”是指：易于跟踪，数字技术应用可以记录老年人的锻炼数据，帮助老年人了解自己的锻炼效果，也可以激励老年人持续锻炼；易于互动，数字技术应用可以提供社交功能，从而增加锻炼的趣味性和互动性，也可以帮助老年人更好地与社会联系和融入社区；易于精准，数字技术应用通过监测老年人身体状况，通过体医融合为老年人提供更为精准的健身处方，最大化实现老年群体的康养生活。

数字健身作为老年人健身的新方式，在为老年人带来便利的同时，也面临着老年人使用健身数字的“鸿沟”问题。健身数字“鸿沟”是由于数字化、智能化的快速发展和升级带来的。与传统产品相比，许多供老年人使用的健身数字产品的设计

理念、使用方法、进入过程等都发生了巨大的变化，甚至是颠覆性变化。这也导致了老年人的生活习惯、思想观念、认知以及接受新鲜事物的能力在健身方面出现了一定的壁垒与障碍。具体表现在以下几个方面：一是缺乏数字化健身产品的认识；老年人可能对数字化健身产品的了解不够，也不知道如何使用它们。

二是技术使用障碍：老年人可能对数字技术不够熟悉，也不知道如何操作数字化健身产品。

三是数字产品设计不符合老年人使用习惯：数字化健身产品的设计可能过于复杂，难以理解，不符合老年人使用习惯。

四是缺乏社交支持：老年人可能更喜欢在社交环境中进行运动，而数字化健身产品往往是单人使用的。

五是缺少对数字产品的需求：老年人对于数字服务的需求度低，导致缺少对于数字化健身产品和服务的了解和使用。

如何跨越老年人健身数字鸿沟，打破数字壁垒呢？

首先，三个端口要紧密衔接。老年人健身数字产品前端的调查要实（实地、实际）；产品中端的推进要做好充足的准备（产品使用工具、推进的步骤与方法等）；产品后端要有科普性健身指导服务。

其次，大力培养一批懂数字体育、能指导的社会体育指导员和志愿者，使数字化体育产品能尽快成为老年人健身的好帮手和利器，让他们掌握数字化体育产品的使用技巧。

再次，对现有一些老年人不易接受和使用产品进行改造和新设计，要有一批针对老年人的使用习惯和需求，专供老年人使用的、设计理念简单易懂、便于操作的数字化健身产品。

最后，产品设计要有利于现定场景的应用。产品设计过程中，需要深入了解老年人用户的特点和需求，通过这些了解，确定老年人用户对产品的期望和使用方式，进而设计出符合其需求和场景的、受欢迎的老年人健身数字产品。

（作者分别为南昌工学院特聘教授、苏州大学教授）

休闲窗

京剧《燕翼堂》亮相 “新时代舞台艺术优秀剧目展演”

本报讯（记者 徐金玉）3月28日，山东省京剧院创作演出的革命题材京剧《燕翼堂》，圆满完成文化和旅游部举办的“新时代舞台艺术优秀剧目展演”。

该剧讲述了燕翼堂第十五代掌门人刘合浦在共产党人“宁可站着死，绝不跪着生”的精神引领下，以民族大义为重，从一个“明哲保身，中立求存”的封建地主，转变为革命乡绅，并带领家族追随共产党、为革命毁家纾难的动人故事。在充分展现沂蒙精神、民族精神的同时，艺术地回答了封建地主阶级和新兴的民族资产阶级是如何深刻地领悟到“只有共产党才能救中国”的伟大真理。

据了解，该剧自2021年创排以来，先后入选中宣部“庆祝全面建成小康社会和中国共产党成立100周年主题重点跟踪项目”，以及第九届中国京剧艺术节展演、新时代全国舞台艺术优秀剧目展演，并荣获第十六届中宣部精神文明建设“五个一工程”奖。

山东省京剧院相关负责人介绍，今年该院将在全国巡演《燕翼堂》和为纪念抗美援朝胜利70周年推出的《奇袭白虎团》，并积极创作入选文旅部历史题材创作工程和国家艺术基金扶持项目的新编历史京剧《大运河》。

新闻图片



园博馆里的园居雅集

3月29日，中国园林博物馆开展“万象更新·花间世界”春季园居雅集文化活动，园博馆志愿团队以园林小讲师畅游在春日园林里，感受园林中的春季色彩，体验传统园居生活，一起打卡这座生态博物馆。

本报记者 贾宁 摄