

■ 夏捍东

2026年的央视荧屏，安徽无疑是一颗耀眼的“文化明星”。

5月，国内首部徽墨文化传承大剧《家业》登陆央视八套，以一方徽墨照见千年徽州；6月，聚焦宣纸制作技艺的《种墨园》在央视一套黄金档接续播出；此前，大型人文历史纪录片《千年徽州》与《桐城派》已相继在央视纪录频道亮相。

一墨一纸，一剧一片，从剧情到纪实，从非遗技艺到学术文脉，安徽以光影为笔，绘就了一幅“视听+文旅”深度融合的图景，让千年文脉被重新激活、全面唤醒、焕发神采。

以剧载道，让非遗技艺从“被看见”走向“被理解”。

长期以来，人们对徽州文化的认知多停留在马头墙、徽商等浅层印象中。而今年这批电视作品的最大突破，在于将非遗技艺从文化点缀升格为叙事内核。

《家业》将徽墨制作中的烧烟、合胶、捶打、晾墨、描金等繁复工序完整呈现，并让每一个环节都与人物命运紧密交织。剧中“人磨墨，

李亚鹏哭了。

“地铁吐血女孩”胡心瑶向嫣然天使基金捐赠99999元善款的消息，连日来持续引发社会热议。8月5日，演员李亚鹏发视频回应，这件事情一直在他心头压着，久久不能释然。视频中，李亚鹏哽咽地表示，他已通过重庆红十字会向胡心瑶捐赠99999元用于她个人的医疗和生活费用，还向胡心瑶病友之家捐赠了99999元。他也给胡心瑶打气：这个世界是美好的，也请你不要放弃。

胡心瑶很快发文，感谢李亚鹏的资助，并宣布要用这笔钱实现一个惦记了很久的心愿——带十几位血液病病友去青岛看海。这场关于善意的接力，在这个夏天触及了人们内心最柔软的地方。胡心瑶捐款的特殊之处在于，其本人正身患重病，刚刚收到四川大学华西医院的病危通知单。当病魔已侵入骨髓、血小板持续下跌、重度贫血、凝血功能异常之际，她却把一笔数额不小的款项捐给了唇唇裂患儿救助项目。

回溯事件的起点。今年3月，重庆地铁车厢内，胡心瑶吐血后拖着病体脱下外套擦拭地板的画面，让无数网友为之动容。彼时，她身体极度虚弱，仍担心“场面血腥吓到别人”“把地板弄脏沾到别人鞋子上”。这种对他人的体恤，超越了一般意义上的“文明”或“教养”。在自己身患重病、饱受折磨时，她依然选择把干净和体面留给世界，把不便与脏乱留给自己。这一瞬间，照见了人性中最清澈的光芒。

令人心疼的女孩，如今又将99999元捐给嫣然天使基金。她并非不知道这笔钱对自己的治疗意味着什么，却依然作出将个人求生资源转化为公共善意的选择。这是清醒的、有痛感的善。

值得关注的是，这并非胡心瑶第一次施以援手。之前，她已向石门、彭水受灾地区捐过款。“灾情无情，但人间有爱，曾经大家赠予我的温暖，我想亲手传递给更多身处苦难的人。”她把自己定位为善意链条上的一个环节，而非善意的终点。

从“被心疼者”到“心疼他人者”，胡心瑶完成了一次珍贵的社会角色转换。当然，这笔捐赠也引发了部分网友的担忧：一个病危的年轻人是否应该首先把钱用于自己的治疗？胡心瑶的决定恰恰表明，善的意义从来不在于“合算”，而是它人与人之间建立的真实连接。

更深一层看，胡心瑶不是被动地等待命运裁决，而是在疾病划定的边界内，仍然试图定义自己生命的意义。这种姿态，不悲情、不煽情，却有一种沉静的力量。

善意的河流从未断流，它只是从一群人流向另一群人。即便在最脆弱生命处境中，人依然拥有赋予自己存在以意义的自由。这份自由，名为善良。

当胡心瑶把善款寄托给陌生孩子的未来时，也为这个世界存下一笔永不贬值的“财富”。

这笔“财富”的名字，叫希望。

一份善意，一束希望

■ 黄宗跃

墨磨人”的匠人精神，不再是游离于剧情之外的知识展示，而是推动人物成长、决定家族兴衰的内在动力。

《种墨园》同样将宣纸一百零八道古法工序融入人物命运与故事发展，让捞纸、晒纸等关键工序背后的耐心、默契与坚守，成为荧屏上可感的文化温度。

《家业》用心描摹烟火人间，将徽雕、徽菜、徽剧、徽派建筑、新安画派等融入剧情，实现了从“一块墨”到“一方水土”的叙事延展，剧中的利益纠葛、风俗人情等都遵循徽州地域的文化逻辑。

《种墨园》用情讲述文化传承，创作团队扎根泾县实地置景，精准复刻捞纸、晒纸等全套宣纸古法制作工序。当非遗技艺不再是橱窗里的标本，而是流淌在人物血脉中的生命记忆，观众便在不知不觉中完成了一场徽州文化的熏陶。

—

以史为镜，让学术文脉从“高冷”走向“人间”。如果说《家业》和《种墨园》是以戏剧张力点燃大众对徽州文化的兴趣，那么《千年徽州》与《桐城派》则以学术的严谨与影像的深邃，回应了“何为徽州文化”与“桐城派何以

莫过度刷短视频

记忆力衰退、专注力下滑、情绪易躁等认知损耗

过度刷短视频

热点评谭

用心用情做好小微事

■ 吴黎明

最近，几件看上去并不起眼的小微事，受到网友点赞。

一是“一根杆长椅”。北京市顺义区石园小学门口的一排长椅只有一根横杆，采用轻质钢管材质打造，兼顾简约轻盈与坚固耐用。它既是家长等候时的坐凳，也是校门口的安全隔离护栏。网友纷纷留言：“建议全国推广！”

二是“一棵爱心树”。有网友在安徽省当涂县一路口，发现一棵天然长成爱心形状的大树，拍照发社交平台后，又有网友建议进一步修剪树冠。当地文旅、城管部门很“听劝”，对树冠进行了科学修剪，使其形状更像爱心。网

■ 阮孟玥 倪康豪

很多人对公共文化服务的印象，停留在广场热舞、唱歌唱戏、节庆表演。看着热闹，但离“圈粉”，总觉得还差点什么。

毋庸讳言，有些地方的公共文化服务，还在“完成了任务”和“群众不买账”之间打转：阵地建起来了，人气却没跟上；演出办了不少，群众始终是看客；完成了规定动作，却没有多少影响力。

公共文化服务解决了“有没有”的问题，如何面对“好不好”的问题？跳出“送文化”的旧逻辑，如何给出“种文化”的新解法？不妨解剖一下“欢乐芜湖·周末剧场”这只“麻雀”。“欢乐芜湖·周末剧场”已经成为一个城市的公共文化品牌。两年来，剧场开展演出744场，累计服务2100余万人次，甚至通过沉浸式演出让一个古镇集聚游客30万人，拉动消费数千万元。

最近，它成功入选了中宣部、文化和旅游部等多部门发布的全国第二批公共文化服务高质量发展案例。

一个小剧场，凭什么能持续“圈粉”？其中“秘诀”，不是场馆大小、投入多少、演几场戏，而是以剧场为平台，重构了三层关系。

用“1+5+N”架构打破“政府端菜”模式，重构“供给与需求”的关系。

“1”是统领品牌的13个标准化固定舞台，统一品牌、标准，不再零散化、碎片化。“5”个主

派”的深层命题。

《千年徽州》直面徽州历史文化整体，聚焦61位徽州历史人物、讲述22个传奇故事，从地理起源、宗族演进、教育普及、学术发展等8个维度，系统梳理了徽州文化的全貌。

创作团队组建了由中国社会科学院、北京大学、复旦大学等顶尖机构学者构成的学术顾问团队，历时两年，奔赴国内外多家图书馆、博物馆、档案馆调研考证，让每一个历史细节都有扎实史料支撑。

纪录片没有将徽州视为“博物馆里静置的历史标本”，而是以“徽州人的文化与生活”为主线，让千年徽州成为有血有肉、有情有义的文化现场。

《桐城派》更是以五年磨一剑的匠心，曾将主盟清代文坛两百余年的桐城派，从学术研究的象牙塔中“找到人间”。

创作团队踏遍全国18个省区，邀请50多名专家学者全程把关，以平视的目光走进桐城派文人的内心世界。这种将“高冷文脉”转化为“人间烟火”的努力，让桐城派不再是冰冷的学术名词，而成为可感可知的文化情怀。

—

以影为媒，让文旅体验从“过路站”走向

友点赞：“一棵树，让城市更有温度。”

三是“一块指示牌”。西安东站以唐风小像作为性别标识的卫生间指示牌，悄然走红网络。一方卫生间标识，既有古都文化韵味，又兼顾指引功能。网友评论：“又美又有文化内涵”。

三件小微事，一个共同点，就是城市建设管理者在细微处用心用情。“一根杆长椅”，看似不起眼，设计之初就考量了空间条件、安全需求和便民属性。“一棵爱心树”，可为可为为的小事，有关部门上了心、认真做。“一块指示牌”，在功能与美学之间找到平衡，在最容易被忽略的角落展示了文化形象。

为何对待小事，不能“小看”？事情虽小，关

“目的地”。

这批优秀作品的价值，远不止于荧屏之内。它们正在深刻改变安徽文旅的叙事逻辑——不再满足于充当影视作品的“背景板”，而是让文化本身成为吸引力的源头。

《种墨园》播出之际，泾县同步开放了1:1复刻剧中核心场景的宣家大院，梳理23处剧中打卡点位，打造3条主题旅游线路。中国宣纸小镇连续两个周末游客接待量同比增长超500%。从“看剧”到“入戏”，影视IP正被转化为沉浸式文旅体验。

《家业》同样催生了“跟着《家业》游黟县”等主题线路，制墨体验、鱼灯手作等活动极大提升了游客的体验感。歙县老胡开文墨厂推出多款主题文创产品和沉浸式体验项目，让千年徽墨以全新形式走进大众视野。

一墨一纸，从荧屏走向大地，从“被看见”转向“被体验”。

从《家业》到《种墨园》，从《千年徽州》到《桐城派》，这些作品以不同的叙事形态、表达手法、情景演绎，共同回答了如何让笔墨纸砚走进生活，如何让徽州文化熠熠生辉，如何让千年文脉焕发新生。

（作者系安徽省中国特色社会主义理论体系研究中心省委讲师团研究基地研究员）

过度刷短视频可能诱发“脑腐”，青少年儿童大脑发育不完善，要严格管控假期手机使用时长



乎生活品质，关系民生民心。比如，近些年公共场所卫生间指示牌不乏标新立异之作，几何图形、艺术图形、动物图形等奇葩标识屡屡出现，让人无所适从；有的虽有文化创意，如观瀑亭、听雨轩之类，未免晦涩难懂。事情虽小，却带来种种不便，站在百姓角度，小事更需用心。

还有一种情况，基层部门虽然用心用情，却没有用到点子上。这个点子，就是民意。对于体量较大的民生实事，相关部门应广泛征求人民群众意见、建议，使得“用心用情”对接上群众的所思所盼。对于体量虽小但群众关注度高的小微事，也要在实施前多征求民意，让受益者参与讨论，广泛听取各方意见。

目前，我国城市发展进入“内涵式发展”新阶段。城市文明的刻度，终究要以“近悦远来”的获得感、幸福感和美誉度来丈量。在实施好城市更新“大手笔”的同时，不妨多从“小切口”入手，用心用情做好小微事，让市民在共情中感受到城市温度。

舞台，展现的是本土文化自信。500多个原创作品，成为群众凝聚社群、表达自我的生活方式。

用文化流量撬动旅游、消费、乡村振兴，重构“公益与消费”的关系。

以往，公共文化强调公益性，常常回避消费话题；文旅融合又容易走向重商业、轻公益。周末剧场做了巧妙平衡：以公益演出引流，用文化流量反哺消费，让文化软实力变成发展硬支撑。

周末剧场主动对接“芜湖有戏”“大地欢歌”等10余个城市文化品牌，连续三年承办长江文化艺术交流周，将单一的文化活动升级为城市级的文化事件，全网曝光量约1.54亿人次，拉动消费近3亿元。

这些流量，被精准地导流到了消费场景中。昆山采茶季活动吸引游客约36万人次，带动区域消费约5000万元；霁里村“过小年”活动，单次活动农产品销售额超150万元，特色民宿的入住率稳定在90%以上……“跟着剧场去旅行”“看完演出品美食”成为一种新时尚。

公共文化服务的公益底色没有褪色，还成为拉动消费、激活乡村、带动旅游的文化引擎，为城市发展注入了实实在在的文化动能。

说到底，公共文化服务的升级，不是硬件的堆砌，而是生态的重塑。政府当好“搭台者”，把空间让给社会，把话筒交给群众，让文化从“外在点缀”变成“内生动力”，这才是“圈粉”的真正密码。

文化不应是节日里的短暂喧嚣，而是市民的日常生活方式。让文化回归生活本身，让“文化蓄水池”开始自主循环，公共文化服务才能跨越“有没有”的数量门槛，抵达“好不好”的质量高地，成为一座城市生生不息的精神内核。



第127期

这个夏天，年轻人去商场，不一定是为了购物和吃饭，也可能是为了参加一场“抽象大赛”。

“抽象大赛”是个什么赛事？实际上，这是网友们对商场各类搞怪比赛的形象概括，通常指那些规则简单、画风清奇、不按常理出牌的线下趣味赛事，也被戏称为“无门槛、无竞技价值、难言意义何在”的“三无比赛”。

其中最为出圈的，当属“偷吃大赛”。人们坐在商场中庭临时搭建的模拟课桌前，面前摆着零食和书本，趁台上工作人员转过身的间隙，迅速往嘴里塞零食，先吃完的人可以晋级获得奖品。2026年，可谓是“商场抽象大赛”元年。自5月宁波一家商场率先推出“偷吃大赛”出圈后，全国各大商场迅速复制这一模式，并一路演化出嗑瓜子但不吃大赛、捏泡纸大赛等各类抽象赛事，花样越来越多，画风越来越离谱。

这些看似无厘头的赛事，不禁让人追问：以购物和餐饮为主业的商场，为何要大张旗鼓地举办这些赛事？它们如何成为商场新的流量密码？答案要从商场的生存焦虑说起。随着线上交易如火如荼，线下商场客流量持续走低，生存空间被不断挤压。商场想要破局，亟需打造线上无法复刻、唯有线下才能体验的场景。而“抽象大赛”，恰好契合商场的引流需求。

一方面，举办门槛和投入成本低。游戏规则简单，不拼才艺、不看年龄、男女老少来了都能玩，用极低的成本撬动可观的曝光量，以此吸引客流、带动消费。另一方面，这类赛事趣味性强，精准击中年轻人的情绪痛点。偷吃大赛可以让人短暂“违规”、发呆大赛和睡觉大赛可以让人理直气壮地“摸鱼”、乱说PPT大赛可以让人一本正经地“胡说”……这些比赛，为年轻人提供了一个情绪释放口——我们不必时时刻刻都是懂事的大人，只需要在这一刻，做一个毫无负担的参与者，就能获得最简单的快乐。

此外，抽象赛事还具有跨代际的情感吸引力。“偷吃大赛”模拟的课堂场景、课桌下拆包装的心跳、躲过老师视线的侥幸、被发现时的慌张，将人瞬间拉回到学生时代，唤醒曾经的集体记忆。

不过，热闹之外也暗藏隐忧。不少老师和家长质疑，课堂偷吃本是扰乱课堂秩序、不尊重教学的违纪行为，如今却被包装成游戏、设置奖励，当老师们在课堂上强调的规则变成常态化可以被客户的笑料，可能会误导心智尚未成熟的青少年，误以为课堂违纪是值得追捧的趣事，进而影响日常在校学习规范。此前一家商场举办的“作弊大赛”，就因价值导向错误、违背公序良俗，被紧急叫停。

同质化带来的流量透支问题同样不可忽视。一个爆款赛事出圈后，全国各地商场迅速照搬复制，同款场景、同款玩法反复出现，消费者的新鲜感会随着时间的推移快速消退，商场的生存只依靠复制粘贴的抽象赛事模式，绝非长久之策。

流量不等于留量，热度不等于营收。抽象赛事只能短暂盘活人气，无法培养稳定消费客群，更无法替代独特体验和优质服务带来的长效吸引力。真正支撑实体商场长远发展的，应该是线上无法替代的沉浸式体验、精细化服务和差异化内容。商场自救，或许不是比拼谁的比赛更抽象，而是应读懂这背后的真正需求。

大家谈

冯时鸾

商场自救靠「抽象」？