

探寻中国国家博物馆“淡季不淡”的密码

12月的北京,清晨寒风瑟瑟。天光尚未大亮,中国国家博物馆北门外已排起长长的队伍,观众们等待第一时间入馆参观。

一般来说,工作日或寒暑假之外的时间,博物馆参观人数会比较少,是“淡季”。而国博馆内外的火热场景与“淡季”的预期形成鲜明对比。

近日,国博公布的一组数据印证了“淡季不淡,旺季更旺”的开放运营常态:截至11月28日,今年观众累计预约已超630万人次,平均每天接待观众2万余人,同比增长10%;暑期,每天有近160万人预约2.6万张门票,即便是在淡季,每天也有近52万人预约;国庆假期之后,10月8日至10月28日,参观人数达到34.9万人,同比增长10%。

好的展览是博物馆的“硬通货”。“古

代中国”基本陈列是国博最受观众欢迎的展览,每年30个左右的临时展览也各具特色,持续释放吸引力。

工作日早上9时许,“明星展品”明孝端皇后九龙九凤冠的展柜前已蜿蜒排出十几米的队伍。这样的盛况也出现在国庆节前开放的“风展红旗如画——馆藏红色经典文物展”:参观人数较多时,观众们依次排队、秩序井然,与展出的国旗国徽合影。而11月初开展的“美的多元——古希腊的艺术与生活”更成为下半年的展览焦点之一,开放三周以来,已累计接待观众4.5万余人,东西方文明的碰撞吸引观众慕名参观。

“爆款文创”持续为展览提升热度。以“明孝端皇后九龙九凤冠”为原型设计的风冠冰箱贴文创产品,一经推出就迅速成为现象级“爆款”产品。截至11月27

日,其两款冰箱贴共计销售超53万件,成为国博近20年来当之无愧的“销冠”。无独有偶,“美的多元——古希腊的艺术与生活”开展10天就有10余款产品断货。

“文创产品的热销对更多人走进博物馆有一定带动作用。希望大家喜爱文创的同时关注文物、关注文物背后的历史。”中国国家博物馆经营开发部副主任廖飞说。

博物馆不仅要体现历史高度,还要展现人文温度。从讲解展览到举办讲座,从博物馆研学到考古体验营,国博全年为观众提供分众化、特色化的社会教育服务。

记者在“古代中国”基本陈列遇到了北京市顺义区第八中学的研学团队。“这是我第一次来国博。在这里能够更亲近地感受到课本上图片展示的文物,增长

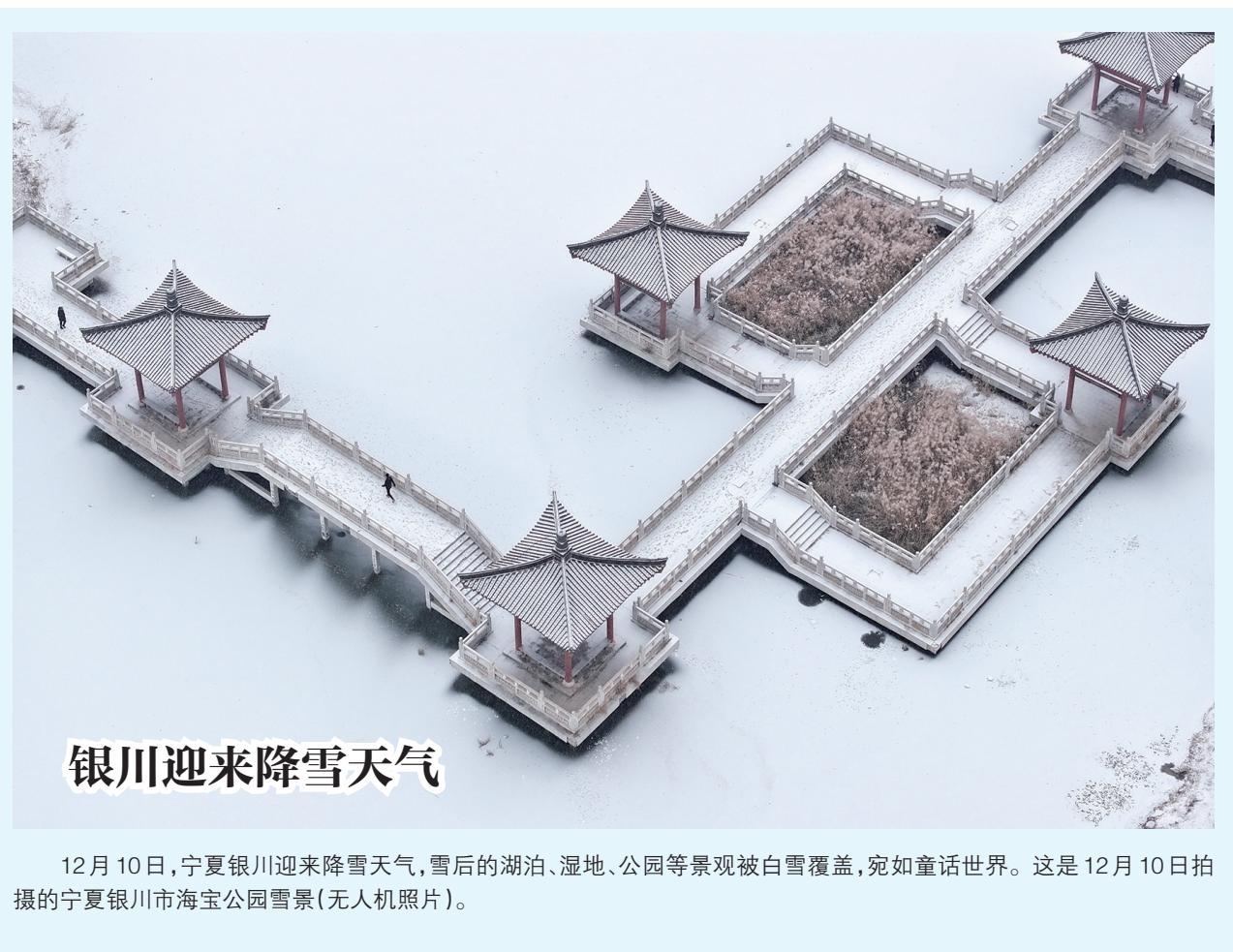
了见识,也让我意识到要把我们的中华优秀传统文化发扬光大。”该校初二学生张文说。

今年以来,国博已为北京市6个区的中学生提供“古代中国”研学教育服务千余场次,服务学生4万余名。

中国国家博物馆相关负责人透露,今年截至目前,国博35岁以下年轻观众占比超六成,越来越多年轻人开始走进博物馆,从优秀文化中汲取力量。

明年,国博“复兴之路”基本陈列将全新改陈亮相,还筹划举办“安徽淮南王墩大墓展”“上合国家文物联展”等国家展览,计划引进“意大利文物精品展”等国际展览项目。

“我们将持续加强文化供给力度,推动更多优质巡展直达基层,更好满足人民群众文化需求。”这名负责人说。



银川迎来降雪天气

12月10日,宁夏银川迎来降雪天气,雪后的湖泊、湿地、公园等景观被白雪覆盖,宛如童话世界。这是12月10日拍摄的宁夏银川市海宝公园雪景(无人机照片)。

新疆煤田火区加速“熄火” 推进减污降碳

为实现资源和生态保护双赢,新疆科学规范推进煤田火区综合治理,加速煤田火区“熄火”。截至目前,全疆84处煤田火区中,已治理完成18处,面积约209万平方公里,占16.85%。

记者从新疆维吾尔自治区生态环境科学研究院5日举行的“加强煤田火区治理 协同推进减污降碳”专业论坛上了解到,新疆是我国煤炭资源大区,预测储量2.19万亿吨,约占全国的40%。但新疆煤田火灾的问题也较为突出,几十年来,新疆已治理火区71处,面积达1657万平方米,保护了大量煤炭资源,恢复植被面积1859万平方米。

“目前煤田火区总面积仍有约1240万平方米,每年造成煤炭资源损失约2180万吨,对生态环境保护带来了挑战。”新疆维吾尔自治区生态环境科学研究院院长赵志刚说。

根据2019—2020年新疆第五次煤田火区普查和补充勘查,新疆煤田火区重点分布在昌吉回族自治州、吐鲁番市、阿克苏地区、哈密市、伊犁哈萨克自治州、乌鲁木齐市等地。仅在“乌鲁木齐—昌吉—石河子”区域就有27处煤田火区,面积约153万平方公里,据初步估算,这些煤田火区每年向大气环境排放各类大气污染物3.78万吨。

“系统谋划、科学推进煤田火区综合治理,不仅可以帮助新疆实现‘双碳’目标,而且减少的大气污染物排放量能够为区域环境空气质量改善起到巨大作用,为当地经济发展提供更大空间。”新疆大学教授黄海保说,近年来新疆大力发展十大产业集群,通过治理煤田火区推进减污降碳,为油气生产加工、煤炭煤电煤化工、新能源新材料等产业集群的发展减小排放压力。

“煤田火区治理可以减少二氧化碳等温室气体及大气污染物的排放是不争的事实,但如何科学严谨地核算还没有一套完整的技术方法。一旦核算体系成熟,就可以作为大气污染减排量支持区域经济发展。”中国环境科学研究院大气所研究员高健说,这也将成为地方政府煤田火区治理的巨大动力。

与此同时,与会专家针对新疆煤田火区剥蚀度高、地层倾角大,施工区域内存在大量采空区等特点进行了深入研讨,从源头治理、精准勘探、监测监控、安全评估等方面提出了新的研究思路和解决方案。

煤田火区治理是一个世界性难题,涉及多领域的科学问题。中国科学院院士袁亮等与会专家普遍认为,为进一步推进新疆煤田火区综合治理,需要在火灾探测、治理技术、设备应用、监测监控、安全评估及人才引进等方面加速推进,为煤田火区盖上“灭火罩”。

呼吸道疾病高发期 儿科专家给出家庭用药指导

入冬后降温期,多地呼吸道疾病高发。为更好保障儿童健康,儿科专家给出了详细的家庭用药指导。

天津市儿童医院呼吸科主任医师徐勇胜表示,儿童出现呼吸道感染后,用药应坚持“四个正确”原则:一是正确的药物,给药前仔细核对药品名称,确认所用药物无误;二是正确的剂量,给药前严格遵医嘱确认给药剂量的,给药剂量不足或超剂量都是错误的;三是正确的给药时间,正确时间给药可提高药物疗效,减少不良反应,对给药间隔有要求的药物,尽量不偏

离要求给药时间半小时以上;四是正确的给药途径,药物必须经过正确方式进入人体才能发挥作用,外用药物切勿口服。

徐勇胜介绍,儿童出现呼吸道感染后,可能会用到不同品种的药物,如抗菌药物、抗病毒药物、解热镇痛药物、止咳祛痰药物、雾化吸入药物、中成药等,家长在给孩子用药时务必遵循医嘱,最好首选儿童专用药。

医生特别提示,儿童呼吸道感染后,抗菌药物的使用需经医师综合评估。家长因担心药物不良反应拒绝使

用抗菌药物或认为抗菌药物是“万能药”的观点,都是错误的。而在中成药的使用中,应特别注意遵循医嘱,注意药物间的相互作用,并观察孩子对药物的反应。

对于不少家长关注的雾化治疗,徐勇胜介绍,雾化治疗前30分钟应避免过度进食,激素类药物使用前不要涂抹油性面霜。儿童宜选择坐位进行雾化吸入治疗,对不能采取坐位者,应抬高其头部并与胸部呈30度,婴幼儿可半坐卧位。雾化结束后要及时清洁面部,以除去附着在面部的药物。

“一只果”撬动富民“大产业”

如果问浙江省衢州市常山县的特产是什么?这里的百姓一定会告诉你:“常山胡柚”。

2023年年末,常山县常住人口26.7万人,当地却有10万人从事这一“一只果”产业。

这只“一只果”,是当地百姓实实在在的“致富果”。2023年,“一只果”产业总产值突破45亿元,带动全县从业人员增收12亿元以上。

过去,胡柚曾是山间野果,如今却如何成为不断出圈的“共同富裕果”?这与当地15任县委书记久久为功,努力让这一国家地理标志产品走出大山密不可分。常山胡柚产业发展中心主任汪丽霞指着满山的果树说道。

近年来,常山县坚持系统思维、创新打法,开辟新赛道,致力深加工,充分挖掘胡柚多重价值,实施“一果三用,三产联动”,走出一条全产业链、全价值链、全创新链高质量融合发展之路。

“前几年,企业新建了胡柚榨汁灌装生产线,不断研发饮料新品,引进了先进的设备和工艺,进一步提升胡柚的深加工水平。”软韩芬说。

当地另一家知名企业——浙江柚香谷控股股份有限公司在2020年推出公司拳头产品“宋柚汁”,随后迅速“出圈”。今年年初,公司启动了柚香谷柚三产融合产业园,集休闲化、智能化于一体,进一步推进文旅深度融合。

“一只果”在常山被“吃干榨尽”:围绕“饮、食、健、美、药、香、料、茶”八大类系列产品定位,当地企业先后开发了胡柚膏、NFC胡柚汁、双柚汁、胡柚青果茶、衢枳壳冻干片、精油面膜等96款精深加工产品,深加工率达到45%以上,加工产值达到36亿元。

“这些深加工产品的推出,大大增加了胡柚鲜果的消耗,提升了胡柚销售价格,带动了我们的增收。”当地胡柚种植大户樊利卿高兴地说,“以前胡柚收购价只有每斤5到6毛钱,现在可以卖到每斤3元钱。”

不仅如此,当地的企业和农户还深度与浙江大学、浙江工业大学等合作,提

高种植效益。樊利卿就与浙江大学的教授在他的500多亩胡柚种植基地,推进了“柚园生态循环养殖研究”,引入了土鸡饲养。

“土鸡吃虫吃草,粪便还能作为有机肥。在胡柚林里长大的土鸡,以及土鸡蛋还能卖到农贸市场。”樊利卿说,仅这一块的创新就能一亩增收1万元,如今胡柚和土鸡饲养的年净利润可达到200万元至300万元。

近年来,常山创新实施“幸福庭院”工程,即面向全县符合条件的低收入农户,为每户免费种植一棵当年成活、次年投产的实生胡柚大树。胡柚树资产确权到户,所得收益全部归农户。

“一只果”延伸出来的价值远不止于此。以胡柚为鲜明标识,常山打造“一份常礼”U系列农特产品区域公用品牌,打响“一切为了U”城市品牌,持续举办“UU音乐节”“黄花问柚”等活动。

兴果富民,不仅为当地发展注入活力源泉,更增添了乡村的人气。

“我们有信心将‘一只果’进一步做成‘大产业’,为百姓致富加油,扎实推进乡村全面振兴。”常山县委书记王永明说。

记者从11月12日在天津召开的2024年京津冀宣传思想文化工作联席会议上获悉,京津冀三地将以“瓣瓣同心京津冀 欢欢喜喜过大年”为主题,在元旦、春节期间联动推出系列文旅活动,充分挖掘地方特色,促进文旅资源流通,相互引流赋能,拉动节日文化消费,形成“1+1+1>3”的叠加效应。

为进一步落实京津冀协同发展重大国家战略,丰富元旦、春节期间人民群众多样化文旅消费内容供给,北京市、天津市、河北省党委宣传部决定建立常态化合作机制,成立京津冀两节文旅活动工作专班,协调三地同步开展迎新春系列活动和宣传推介。

据介绍,本次系列活动将坚持应融尽融的原则,实现演员互邀、资源互派、节目互播,主动输送本方并欢迎对方的优质资源,精心策划组织融合京津冀特色元素的系列活动,丰富内容场景,创新呈现方式,形成优势互补,体现协同成果,满足群众多样化的文化需求。

三地还将树立打造精品长远目标,在以往合作的基础上,不断总结提炼可复制、可推广的成功经验,将京津冀元旦、春节系列文旅活动打造成我国区域联动的典范和品牌,并向全年重要时间节点及更多领域拓展,推动京津冀宣传思想文化工作协同发展不断迈上新台阶。

会议宣读了《“瓣瓣同心京津冀 欢欢喜喜过大年”合作备忘录》,京津冀三地党委宣传部就系列活动的举办及宣传等工作达成了共识。

在童话九寨“解锁” 四川冬季旅游新玩法

2024四川省冬季旅游启动仪式近日在被誉为“童话世界”的世界自然遗产地九寨沟举行,多项“冬游四川”的新产品、新线路、新玩法被“解锁”。

四川地处中国南北气候分界线,优越的地理位置和独特的气候条件,造就了千姿百态的四季风光,塑造了各具特色的冬日景观,既有银装素裹的巍巍蜀山,也有暖阳高照的魅力攀西。

这个冬季,四川以“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”为主题,从2024年12月到2025年3月,推出“冬游四川”消费季系列活动,将开展5000场文旅活动,发放1.5亿元文旅“大礼包”,推出滑雪场、特色温泉、重点旅游度假区等7类优质冬季旅游产品,邀请广大游客来四川感受“吃住行游购娱”的“六边形”妙趣。

据介绍,2024“冬游四川”消费季推出的产品更“酷炫”,滑雪场、特色温泉、重点旅游度假区等7类优质冬季旅游产品焕新升级;活动更“热闹”,精心策划的“四季村晚”、多彩灯会等17项主题活动汇聚传统与时尚;线路更“精彩”,世界遗产经典之旅、萌宠大熊猫生态之旅、寻觅香格里拉之旅、烟火成都City Walk之旅等10条“串珠成链”的精品旅游线路,整合四川五大自然和文化遗产以及各类优势资源;服务更“巴适”,1.5亿元文旅“大礼包”涵盖0元购、4A级及以上旅游景区10万张门票免费赠送、入境旅游奖励等6项优惠和奖补政策。

当天,来自四川省研学旅游产业促进会、四川省旅游协会等文旅行业代表发出提供优质服务的倡议,将进一步完善安全防范措施,营造让游客玩得放心、玩得舒心的畅游环境。

活动现场还举行了第三届“安逸四川”文旅宣传优秀作品展播,35家媒体和平台发起成立四川省文化旅游宣传推广联盟。

11月我国汽车产销量同比分别增长11.1%和11.7%

12月11日,记者从中国汽车工业协会获悉,11月,我国汽车产销量分别为343.7万辆和331.6万辆,环比分别增长14.7%和8.6%,同比分别增长11.1%和11.7%,当月产销量保持稳步增长。

中汽协副秘书长陈士华说,11月汽车市场热度延续,以旧换新政策效果继续显现,购车需求进一步释放。1至11月,我国汽车产销量分别达2790.3万辆和2794万辆,同比分别增长2.9%和3.7%。乘用车市场表现持续走强,新能源汽车继续较快增长,起到较强支撑作用。

数据显示,11月我国新能源汽车产销量分别为156.6万辆和151.2万辆,环比分别增长7.1%和5.7%,同比分别增长45.8%和47.4%。新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的45.6%。

陈士华说,伴随政策累积效应不断显现,各地及企业促销活动持续发力,预计12月汽车市场将会持续向好。