

家有宝贝

萌宝征集令

12周岁以下萌宝的爸妈们,时尚,时尚,最时尚的晒萌宝活动又开始啦! 快把您家宝贝萌萌哒、帅帅哒的靓照发给小编吧,还有宝贝的萌言、萌语、萌事,只要你觉得有意思哒,都来晒晒吧! 邮箱:460947613@qq.com。随时恭候您的轰炸,记得写上宝贝的昵称、年龄、童言童语·育儿经和您的联系方式哦。小编会将它们整理好,美美地晒在每周三《奉化日报》第6版时尚潮流版面上,让宝贝的成长道路上留下更多不一样的回忆。

联系电话:88963290

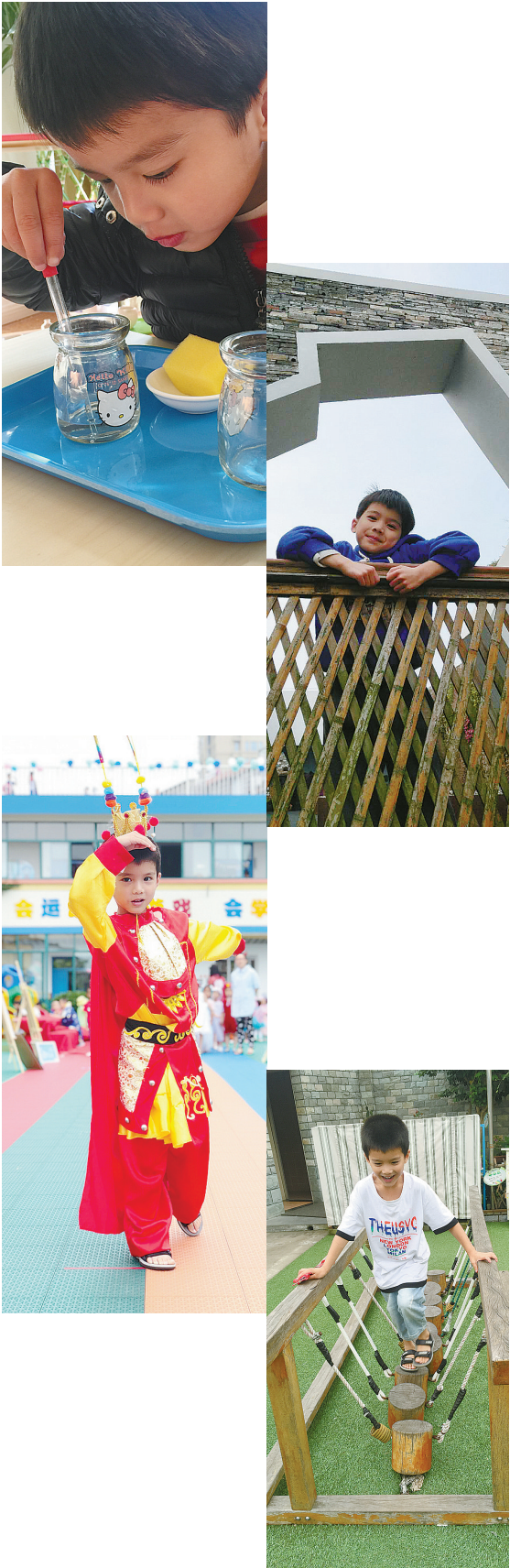
本期萌宝

小名:熠宝
年龄:7岁

大家好,我是熠宝,爸爸妈妈希望我能够发光发亮,所以我叫熠宝。小时候的我经常被当成一个秀气的小姑娘,可是我其实是一个真正的男子汉。

我的爱好很广泛,喜欢抓虫子。飞蛾、蝴蝶、毛毛虫、蚯蚓.....都是我的最爱。每次出去玩,大人们看的是风景,我看到的是满地的虫子。妈妈说,长大了成为一个昆虫研究学家也是一个不错的选择。

我还喜欢自己动手做手工。从小我就喜欢拼拆,所以家里的玩具没有一个是好的。幸运的是,我的家人从来没有制止过我探索的脚步,所以我会利用家里废旧的乐高积木,拼成各种各样的奥特曼、变形金刚、飞机.....



桃花瓷：永不凋谢的桃花，醉美了时光

记者 李露

出于土中,塑于形里,成于火上。陶瓷之美,美如美玉、或翡翠、或玉盘,其釉泽美艳,色泽淡雅,赛比莲花出淤泥而高洁,又赛唐美人芍药前起舞。作为四大文明古国之一,中国人早在约公元前8000—2000年(新石器时代)就发明了陶器。陶瓷的发展史既是中华文明史中一个重要的组成部分,也为人类社会的进步和发展做出了卓越的贡献。

桃花文化茶杯

桃花文化旅行茶具组

历史悠久的制陶工艺

越窑,是中国青瓷史中的一颗瑰宝。自东汉开始生产,经三国、两晋、南朝、唐,一直到宋,延续千余年,经历了创造、成熟、发展、繁荣和衰落,在国内外享有盛誉。唐代诗人陆龟蒙曾用诗句“九秋风露越窑开,夺得千峰翠色来”赞美它的美。

浙江是越窑的发源地,上虞、余姚、慈溪、宁波等均为核心产地。其中奉化白杜南岙村出土的越窑绳索纹青瓷罐,不仅是我国汉代越窑瓷器的代表作品,更是把我国烧制成熟青瓷的年代往前推进了200年。

据区文保所所长王玮介绍,近期他们还在白杜余家坝村发掘出了全宁波保存最完整的北宋龙形窑床。“我们考古发现,奉化不仅制陶历史悠久,制陶工艺精湛,其出产的精美瓷器更是远销东南亚、中东、非洲等地,是‘海上陶瓷之路’的源头之一。”

作为越窑的主要生产地,奉化的制陶历史可以追溯到5800年前。2016年11月,奉化江口街道下王渡村发现了史前文化遗址。经抢救性考古勘探和试掘,该处遗址共清理出河姆渡文化时期遗迹18处,出土遗物主要有陶鼎、陶壶、石钺、石铲、石楔、石纺轮、骨簪、骨锥和猪头骨、鹿角、编织物等;共清理良渚文化时期遗迹107处,出土遗物主要有陶鼎、陶豆、陶壶、陶盂、石钺、石铲、石镞、和动物骨骼等;共清理商周时期遗迹33处,出土遗物主要有印纹硬陶和原始瓷豆、盂等……这些制作精美、打磨光亮、器型丰富的灰陶、红陶、黑皮陶,无一不在彰显着奉化悠久的制陶历史和精湛的制陶工艺。

以牡丹瓷为灵感的桃花瓷

近日,记者发现溪口武岭广场旁新开一家主打奉化桃花瓷的“桃花艺术馆”。走进馆内,架子上陈列着精美的瓷盘摆件、茶具、花瓶等各种陶瓷制品,包含了钧瓷、白瓷、三彩、黑陶等诸多品类。而让人啧啧称奇的是,这些琳琅满目的工艺品、日用品,均是结合了奉化桃花文化精心打造的特色文化制品。

馆长马丙楠是洛阳人,从事牡丹瓷行业已有十多年。洛阳牡丹瓷是一种将悠久的洛阳牡丹文化与中国古老的陶瓷工艺有机融合后诞生的新派艺术陶瓷。它以优质高岭土为原料,以甲天下的洛阳牡丹为原型,以具有牡丹纹饰的瓷器为样本,继承以唐代白瓷烧制技艺为基础、兼具唐三彩等唐代陶瓷生产传统技艺,汲取雕塑造型、镂空捏花、装饰刻印、颜料釉色等众家陶瓷传统技艺之所长,采用全手工制作而成,被誉为“永不凋谢的牡丹花”。

她告诉记者,在来奉化之前,曾在东钱湖开发千年湖底泥系列陶瓷产品,使其展露出了迷人的魅力。与造型典雅端庄、装饰极妍尽美、色彩瑰丽绚烂的洛阳牡丹瓷不同,马丙楠带领研发团队研发的桃花瓷以清新淡雅、生动灵巧为特色。大概过程可分为8大道工艺,72道精细工艺,烧制过程中火候的掌握尤其重要,稍有不慎便会前功尽弃。

被问道“为什么会来奉化研制桃花瓷?”马丙楠回答道:“因为十几年前曾与奉化结缘,一直以来,我都很关注奉化的发展。近几年,在奉化政府的全力打造下,桃文化节成了奉化的一项盛事,也是其对外的一张靓丽名片。但是市场上却缺少了能代表奉化桃文化的主题文化产品。所以,我就想能不能利用牡丹瓷的经验,研发一款将奉化桃文化与中国古老的陶瓷工艺有机融合的文化产品。”

目前,“桃花艺术馆”还在装修阶段,预计将于今年7月份正式对外开业。

奉化土做奉化瓷

据马丙楠介绍,桃花瓷的主打产品是桃花瓷盘摆件。三款桃花瓷盘摆件中,第一款以陶盘为基底,利用泥巴画线的方式制作的立体拉线瓷盘;第二款则是在第一款的基础上,又加入了立体瓷花装饰;第三款与前两款不同,以瓷盘为基底,装以立体瓷花,经过三次烧制方可成形。

复杂的工艺带来的是精美的视觉效果。以瓷盘为基底的桃花瓷摆件,所使用的矿物质釉在自然氧化的状态下,会出现自然开片现象,瓷盘上会出现不规则的“芝麻纹”、“鱼子纹”等纹路。“换一种说法,我们的桃花瓷系列产品都是独一无二,不可复制的。”

除了在溪口打造“桃文化艺术馆”,

“文化产业与旅游发展及推广”展览暨研讨会在越南举行

据新华社河内7月1日电(记者王迪 陶军)由中国文化和旅游部、中国驻越南大使馆、越南文化体育旅游部共同主办的“文化产业与旅游发展及推广”展览暨研讨会1日在越南首都河内开幕。中越嘉宾和专家学者就文化旅游融合发展进行交流。

本次展览和研讨会是中国文化和旅游部“中国旅游文化周”全球联动活动的一部分。展览选取广西壮族自治区5家博物馆设计研发的200余件(套)文化创意产品,通过历史文化、山水文化、民族文化和城市文化4个专题展示中方文创产业新成果,将持续至7月5日。

当天,中越专家学者在研讨会上就

如何通过文化旅游融合发展打造优质文旅产品、博物馆如何发展和推广旅游、如何更好地通过旅游发挥文化遗产价值等话题进行交流。

美丽宣言

新华社北京6月11日电(记者 张辛欣)一本日历印出了60万册,一双小白鞋“踏上”国际时装周,一支圆珠笔成为“国风”的代言……从故宫文创的火爆到传统品牌的“换新”,国货正以全新的姿态和人们重新相遇。2019年全国“双创周”即将启动,消费市场上“国潮”涌动,背后的逻辑值得思考。

国货的火爆不是“误打误撞”的巧合,并非某个品牌的个别行为。当前,买国货、用国货、晒国货,风行于很多年轻人的日常生活。去年,阿里巴巴平台上

国货品牌线上占比高达71%,“双11”当天,天猫237个成交额破亿元品牌中,国货品牌占比过半。

国货之所以能够成为“国潮”,贵在创新,而创新之要则在于号准了消费者的情感脉搏。

日子越过越好,人们对日常消费品的需求悄然发生变化。过去主要是追求满足使用价值,现在则需要品质更高、种类更多样、体验更美好,拥有更多的文化内涵和情感共鸣等,从单纯追求“好用”到“好用、好玩、好贴心”。

智能科技为国货开拓全新空间、文创融合给国货赋予“情感表达”、模式创新改变了国货的“玩法”……瞄准市场需求,围绕消费升级、产业升级、服务升级,改变供给质量和方式,传统的国货也能玩出新花样,成为创新的主要阵地。

国货的“复兴”,有来自理念的更迭、有聚焦供给的创新、更有根植文化的自信。它充分体现了传统行业因时而变,因变而兴所取得的成效。

国货的变迁就是我国经济高质量发展

展的缩影。紧扣消费脉搏,从市场中获得灵感,汲取力量,主动出击,勇于变革,用新理念改变传统行业,用新技术提高品质和效率,用新模式开拓新空间,即便是传统的制造领域,也能焕发巨大的活力,得到市场的热烈回应。

可以预见,随着创新氛围的浓郁、创新意识为加强、创新成果的涌现,越来越多传统行业焕发新颜,中国经济将迎来更大的发展机遇。