

二十四节气“入遗”：千年智慧耀今朝

新华社北京12月1日电(记者侯雪静、周玮)11月30日,“二十四节气”获批列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。这体现出国际社会对保护传统知识与实践类非物质文化遗产,并将文化融入社会、经济和环境可持续发展的重视,对促进人类文化多样性发展有重要意义。

中华民族数千年智慧结晶

春雨惊春清谷天,夏满芒夏暑相连。秋处露秋寒霜降,冬雪雪冬小大寒。远在春秋时代,中国就定出仲春、仲夏、仲秋和仲冬四个节气,到秦汉年间,“二十四节气”已经完全确立。

民俗学家刘魁立说,过去常说我们的历法是阴历,实际上,我们是阴阳合历,“二十四节气”即是阳历的部分,通过观察太阳周年运动,认知一年中时令、气候、物候等方面变化规律所形成的知识体系和社会实践。

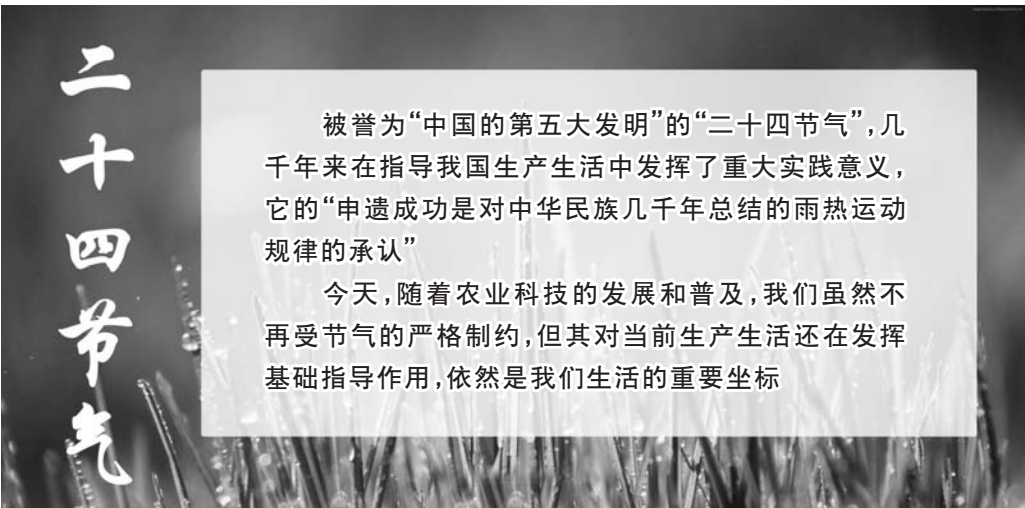
“气候的形成主要受到太阳影响,其次是海陆地形差异性分布等因素。”国家气候中心气候服务首席周兵说。

“二十四节气”客观反映了季节更替和气候变化状况,是我国物候变化、时令顺序的标志,它的形成和发展与中国农业生产的发展紧密相连。

“申遗成功是对中华民族几千年总结的雨水运动规律的承认。”南京农业大学科技与社会发展研究所所长严火其说,“二十四节气”几千年来在指导我国生产生活中发挥了重大实践意义。”

“立春天渐暖,雨水送肥忙”。农耕文明的社会里,我们的祖先利用自然环境特点,春耕,夏耘,秋收,冬藏。

“二十四节气”起源于黄河流域,反映了我国



独特的气候特点。“受太平洋暖湿气流和北方西伯利亚冷空气双重影响,我国气候特点是四季分明、雨热同季。”严火其说,“二十四节气”主要指导我国黄河流域和长江流域农业生产。作为中华民族智慧的结晶,“二十四节气”也深深影响着东亚国家。韩国、日本有很多与我国相似的习俗。

现代生活重要坐标

屋外大雪漫天,屋内瓜果飘香……随着科技发展,人类改造和利用自然能力增强了,设施农业、大棚蔬果等让我们不再受节气的严格制约。“但农业生产还是要以利用自然为前提,我们这片土地上雨热变化和大的季风变化的特点没有变,二十四节气对当前生产生活还在发挥基础指

导作用。”严火其说。

在农业生产上至今我们还遵循着很多农谚,调节休息和劳作,比如“春不种,秋无收”“立夏勿下雨,犁耙倒挂起”“清明前后,种瓜点豆”等,至今依然是我们生产生活的重要坐标。

今天有的地方,仍有相关节气的活动,清明既是节气又是节日,不仅是人们祭奠祖先、缅怀先人的节日,也是远足踏青、亲近自然、催护新生的春季仪式。有的地方仍把冬至等当作节日一般度过,比如非遗项目三门祭冬、壮族霜降节、苗族赶秋等。

“二十四节气”和相关活动,有着凝聚族群、和谐天人的重要意义,是中华民族文化认同的重要载体。

现代养生更看重节气,如“三月八,吃椿芽儿”,又如依照春生、夏长、秋收、冬藏的规律,“春夏养阳、秋冬养阴”“冬病夏治”等等。

“二十四节气”进入小学课程,成为培养孩子认知自然万物的时间坐标,遵循这些规律才能做到人与自然和谐相处。

传承文化遗产焕发新活力

在国际气象界,“二十四节气”这一时间认知体系被誉为“中国的第五大发明”。

专家认为,这次成为人类非遗代表作,除了表明其作为中国人文化认同的一个标志,同时也是中国对于整个人类的文化贡献。对于促进人类文化多样性发展,有非常大的意义。

中国艺术研究院研究员苑利说,由“二十四节气”而生成的农耕经验在实践过程中,由乡村社会来传承。因此,申办成功后的一项重要工作,便是项目的尽快落地——让真正的传承者发挥作用,以显示出项目自身应用的社会效益。

文化部非遗司有关负责人表示,“二十四节气”的传承和保护任重道远,将以此为一个新的起点,根据已制定的保护计划,与相关社区、群体和个人一道积极实施系列保护措施,认真履行各项义务和责任,让更多的国家、社区、群体和个人认识、了解“二十四节气”这一知识体系及其实践活动。

同时,创造条件确保相关社区和群体在保护中发挥重要作用,吸引更多的年轻人加入到传承与保护的行列中来,激发其积极性和自觉性,使“二十四节气”这一重要的文化遗产在当代社会文化生活中焕发出新的活力。



农村危房改造 助推精准扶贫

近日,安徽明光市涧溪镇白沙王村村民在新建的房屋前开了修理铺。

安徽明光市今年在实施民生工程中,把精准扶贫户的危房改造放在突出位置,现已完成精准扶贫户危房改造724户,在寒冬来临之际,受益群众已基本搬进新居。

新华社记者曹力摄

好孩子：从“小童车”走出的“大品牌”

新理念·名品牌调研行

新华社南京12月1日电(记者陆华东、樊曦)一辆辆小小的童车,看似简单,却蕴含着许多科技与艺术的创意:流线型的车身、可折叠可换向的骨架、带空气净化器的车罩、能连上手机蓝牙播放音乐的设计……

这些产品,也可以说是工艺美术品,并非出自海外,而是来自全球最大的母婴用品供应商——好孩子集团。27年间,从用心经营“小童车”到建立母婴用品“帝国”,好孩子始终坚持用创新立品质,用品质树品牌,从昆山走遍中国、走向世界,成为名扬世界的“好孩子”。

创新——为用户创造价值

好孩子集团产品展示厅有一款明星产品:吉尼斯世界纪录“折叠后最小婴儿车”——口袋车。

轻轻巧巧,两步轻松折叠,只有一款公文包大小。据现场工作人员介绍,“口袋车”可以轻松装进不同大小的旅行箱。毛重只有4.6公斤,既能当背包,也能用手拎。

新颖的设计让好孩子登上婴童类产品的最高奖堂。2016年2月,“口袋车”荣获素有设计界奥斯卡之称的IF设计奖金奖。

“口袋车的灵感来自于用户需求。”好孩子集团董事局主席宋郑还说,有一次设计部门和用户聊天时发现,用户抱怨传统童车又大又沉,外出携带很不方便。对此,公司设计师积极与用户沟通,经过千百次修改,最终模仿螃蟹的身体构造设计出了如今这款小巧玲珑的“口袋车”。

创新,源于好孩子不断思考如何为用户创造价值。在公司的产品陈列馆,记者看到了一辆“古董”儿童车,集团研发中心高级副总裁贺新军告诉记者,这辆车是宋郑还在1989年创立公司时发明的第一款“明星产品”,具有“推、摇、躺、学步”四项功能,一推出就大受欢迎。27年间,好孩子的创新之路从未停歇。迄

今为止,好孩子已经累计申请专利7500多项,比竞争对手前十名的总和还要多,每年创造新产品500余款,被业界称为“新产品机器”。

品质——筑牢发展生命线

5年、6亿元投资、12万次实验室撞击……很少有人知道,一款小小的儿童汽车安全座椅,好孩子竟然花了如此大的人力物力财力。

“创新解决的是用户想不想买的问题,而品质则是决定消费者敢不敢买的关键。”宋郑还说,投入就是为了做好每一个细节,筑牢产品“安全网”。

儿童汽车座椅上安全带的保险搭扣看起来微不足道,但是好孩子却特别较真。“我们的搭扣全部选购自西班牙一家从未出过安全事故的厂商。采购价格的确贵,但只要能给儿童增加一层保护,我们都觉得值。”宋郑还说。

高品质为好孩子赢得了国内外众多行业标准的定制权。截至目前,好孩子共参与了75项国内行业标准和163项国际行业标准的制订和修订。在好孩子企业实验室里检测通过的产品可以直接到欧美市场销售。

由于对产品质量近乎严苛的坚守,好孩子集团27年间从未发生一起重大产品质量安全事故,即便在产品召回如家常便饭的欧美市场,好孩子也没有一起召回事故发生。“质量是生命线,是品牌基础。如果好孩子想在未来激烈的市场竞争站稳脚跟,就必须始终坚守质量第一的安全底线。”宋郑还说。

并购——构建多元品牌体系

在好孩子昆山工厂的一个生产车间门口,挂着一块牌子,上面写着“国际品牌婴儿车生产基地”,下面则列了6个国际知名品牌,其中一个“Cybex”。它源自德国,被誉为“全球儿童安全出行专家”。

■新华时评

“春雨惊春清谷天,夏满芒夏暑相连。秋处露秋寒霜降,冬雪雪冬小大寒。”国人熟悉的“二十四节气”日前被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,世界遗产再添“中国符号”。申遗成功不是最终目的,让“二十四节气”所蕴含的中国传统文化得以传承才是根本。

“二十四节气”是中国古代先民根据太阳在一年中对地球产生的影响而概括总结出的一套气象历法,它自秦汉时期至今已经沿用了2000多年,是中华民族的伟大发明。在没有“天气预报”的中国古代,二十四节气扮演了相当重要的角色,至今仍在影响国人,指导着人们的生产和生活。

更为重要的是,“二十四节气”不仅是古代中国人用来指导农事的补充历法,也是中国人自然观、生命观、宇宙观、哲学观的显现。古代诗词和农谚就是最好的证明,无论是“到了惊蛰节,锄头不停歇”还是“处暑满地黄,家家修粮仓”,无论是“天将化雨舒清景,萌动生机待绿田”还是“梨花风起正清明,游子寻春半出城”,无不反映着生活在这片土地上的老百姓最朴素的愿望,如辛勤劳作、享受丰收的喜悦、祈求平安吉祥等,这与中华民族的精神内核是一脉相承的。

“二十四节气”申遗成功,充分体现了国际社会对二十四节气所蕴含的中国传统文化的认同与肯定,有利于中华文化的推广和传播,也有利于世界各国人民通过它认识和了解中华民族的理想、准则和精神。

对一个民族来说,传统文化就是它的精神家园。申遗成功不是终点站,传承和保护才是最重要的。让“二十四节气”等非物质文化遗产“活”起来,需要全社会的努力。既需要政府部门建章立制,也需要树立“非遗”保护的全民意识,大力挖掘“非遗”文化价值,将其传承给后代。

传统文化是中华民族之魂,是我们每个人身上抹不掉的基因。但随着城市化进程的加快,生活方式的改变,那些与我们息息相关、原汁原味的文化记忆和民族传统正在远离。我们只有自觉地保护它、爱惜它、传承它、发展它,才能留住我们民族的根和魂。

(记者周润健) 新华社天津12月1日电

2014年1月,这个德国高端儿童汽车座品牌被好孩子收至麾下。并购后仅一年时间,Cybex的业绩便增加了88%,成功从汽车座椅延伸至婴儿车领域。

同年7月,好孩子又收购了美国百年儿童用品品牌Evenflo,使其成功走出并购前连续5年亏损的泥潭,今年预计盈利1400多万美元。

“以前,为打开欧美市场,我们只能为当地品牌贴牌生产,仅仅是欧美童车市场的‘隐形冠军’。”宋郑还说,自己研发、生产的产品,销售时却要贴上别人的品牌,不仅不公平,也限制了好孩子品牌的世界影响力。

为走出“贴牌生产”困境,好孩子集团选择了跨国并购。好孩子的品牌体系更加多元,全球影响力也快速提升。

“并购不是盲目的同质化,必须尊重当地品牌的特点,在坚持本土化运营的基础上,将好孩子在研发、生产方面的优势融入其中,实现真正意义上的优势互补、强强联合。”宋郑还说,以Cybex为例,Cybex是品牌大师和营销专家,好孩子则是“新产品机器”,二者的碰撞是产业链两极的融合,使好孩子一举实现了从产品供应商向品牌经营商的转型。

如今,好孩子在世界孕婴童用品三大主流市场中国、美国和欧洲,都进行了研、产、销一条龙的本土化运营,并通过三大主流市场的辐射作用,覆盖全球孕婴童产品市场。据统计,在全球主要市场,每2.9辆童车中就有1辆来自好孩子。



广西南宁市青秀区：描绘诗画乡村

青秀区位于广西壮族自治区首府南宁市东部,是全国最具投资潜力、全国科学发展“双百强区”。

“十二五”期间,全区注重挖掘传统文化,以传统文化反哺乡村建设;宣扬生态环保理念,调动群众建设生态家园,树立了美丽乡村建设可持续发展的标杆,试点工作成效显著。

试点之一的团岩坡位于青秀区的南宁-东盟现代农业产业园中心区域,是2015年南宁市生态综合示范村和乡村旅游“四季果园”。

(一)明确目标,突出特色。围绕自治区建设“美丽乡村”的战略构想和农村综合改革目标,结合乡村建设示范村创建过程的工作实践,努力将团岩坡打造成集乡村休闲旅游、现代农业产业发展示范为

一体的美丽乡村典范。

(二)高度重视,筹措经费。城区建立多元投入机制,加大农村“一事一议”财政奖补资金支持力度。2014年城区通过引导集体筹资、鼓励企业代建、政府奖励补贴等办法,投资约9360万元打造团岩坡市级综合示范村。

(三)编制体系,研制标准。城区组织相关职能部门深入调研,根据当地发展特色和实际需要,编制涵盖美丽乡村规划、建设、管理、维护、服务、评价和产业发展等环节的标准体系框架,形成国家标准、行业标准、地方标准、企业标准共210项。

(四)标准化建设,舒适又舒心。团岩坡按照建筑标准施工,新建

统一规划、特色明显的村民住宅楼34栋,配套综合服务中心、村史室、污水处理站、生活大舞台、健身体育器材等公共服务设施。整个村庄规划科学合理,环境长期保持整洁美观。

(五)信息化管理,创新模式好。青秀区将信息化、标准化与美丽乡村建设结合,在国内率先研发了美丽乡村建设标准信息公共服务平台,具备标准体系分类浏览、成果展示、培训宣传、法规政策等功能,并实时更新。

通过试点实施,团岩坡已成为南宁乃至广西“美丽乡村”建设的展示窗口,为广西“美丽乡村”标准化建设树立了典型。

文/覃兴辉 徐姗