

三星堆三号神树将“再生”

运用现代科技探寻更多古蜀之谜

三星堆博物馆高达近4米的青铜神树(一号神树),以其独特而神秘的造型、全世界最大的商周青铜器的体量,成为博物馆的镇馆之宝,并且在2002年就成为“永久禁止出国参展”的国宝级文物。

鲜为人知的是,三星堆祭祀坑出土的青铜神树并不止这一件。记者5月7日从三星堆博物馆获悉,同样在二号祭祀坑出土的三号神树,将在6月开启修复。此项修复工作已在国家文物局立项,并争取到了专项文物修复资金。

据介绍,这株青铜神树的造型相比一号神树有更多独特之处,伴随着它的修复和研究,将有助于增加对三星堆神树崇拜等宗教信仰以及三星堆制造工艺技术等方面的认识,揭开三星堆背后的更多秘密。

三星堆青铜神树不止一件

1986年,三星堆两大祭祀坑的发现“一醒惊天下”。尤其在二号祭祀坑,出土了青铜大立人、青铜神树、纵目面具等国宝级文物。不过,埋藏在二号祭祀坑的青铜神树并非只有一件。刨开层层夯土,这些被砍断后埋入祭祀坑的神树残件数以百计,考古人员经过清理之后,认为埋在祭祀坑内的神树应有6至8件。其中,树干断为三截,残片难以计数的一号神树,在当年10月就送到四川省文物考古研究院进行修复。著名文物修复专家杨晓和和他的团队耗时多年终于完成,令这件通高396厘米的神树成为博物馆镇馆之宝。

三星堆博物馆副馆长朱亚蓉介绍,二号祭祀坑出土的一、二号青铜神树,大致的形态基本一样。总体都是下端山形底座,有挺拔直立的树干,也有树枝、果实和鸟。但是细节处各具特色,具有重大的文化价值。比如一号神树,应该是古代传说中神树神树的化身,尤其在树的一侧,还有一条龙援树而下,古人借此表明神树连接天地、沟通人神的朴素世界观。至于出土的二号神树,目前仅保留着一米多高的下半段。它的下面为一圆盘底座,底座上铸有跪坐人像。人像双手前伸,似乎拿着什么东西。树干上伸出的枝条外张并且上翘,鸟歇息在枝头花蕾的叶片上,这些细节有别于一号神树。

三号神树将边修复边科研

据介绍,三星堆二号祭祀坑出土的青铜神树残件,目前分散保存于三星堆博物馆及四川省文物考古研究院的库房。部分精美的残件,也在博物馆单独陈列,其中就包括小有名气的青铜人首鸟身像。这件铜像人首形方正,大耳高鼻,双眼外凸状,与纵目面具眼球造型类似。其鸟身较短,鸟翼残损。由于三号神树另一枝枝端还有一件人首鸟身像,这件造型相同者也被考古人员确认为是一号神树的残件。

此次三号神树的修复,专门在国家文物局立项,并争取到了专项文物修复资金。至于为何选择三号神树进行修复?朱亚蓉解释道:“三号神树残存的残件相对较多,可以让未来修复出的神树

相对更完整,也能更有助于学术研究。”事实上,目前三号神树的诸多信息一直让学界关注——它的树枝上裹有金皮、树枝呈现出麻花状造型,和一号、二号神树均不相同。此外,它的人首鸟身像也值得探究:目前发现人首鸟身像出现在了青铜神树的树枝顶部和青铜神树的顶部正中,显然具有神圣的象征意义。那这位“中央之神”究竟代表的是谁?尚待深入研究。

记者了解到,三号神树的修复工作6月将正式动工。当年曾亲自修复了一号神树的四川知名文物修复专家杨晓和将参与指导。四川省考古院相关负责人介绍,神树残件出土时都进行了严格编号,根据其粗细程度、造型的不同以及断面拼接对比,应该可以相对顺利地将从两个地方的库房里清理出三号神树的部件。此外,此次修复还与高校合作,运用现代科技对残件成分进行分析。这些技术不仅将帮助修复人员确认残件是否来自同一器物,让文物的“再生”更有依据,也将帮助人们对3000多年前古蜀人的冶金、青铜铸造等手工业的水平有更多了解。

吴晓铃

世界枇杷源 精品在石棉

四川石棉邀您共赴大渡河畔甜蜜果之约

□本报记者 赵琳 文/图



石棉五月枇杷香,百里长廊半城黄。5月9日,由石棉县委、石棉县人民政府主办,“世界枇杷源,精品在石棉——2019 石棉枇杷上市新闻发布会”在四川石棉县美罗乡保卫村举行。5月的石棉,天蓝风清水暖,美丽的大渡河畔石棉百里长廊长廊上,4.5万亩香甜可口的枇杷成熟了。金灿灿的枇杷挂满枝头,到田间地头收购水果的客商车水马龙,一派喜人的丰收景象。

石棉生态优美,民俗多样,物产丰富,是“世界枇杷栽培原产地”“中国优质晚熟枇杷生产基地”“全国绿色食品原料(枇杷)标准化生产基地”,有着“国家地理标志登记保护农产品”及“国家地理标志(原产地)证明商标”等殊荣的石棉枇杷,被誉为“中华名果”。石棉县是枇杷生长的最佳生态区,自然环境条件优良,光热资源丰富,昼夜温差大,水质纯净。石棉枇杷具有果实大、皮薄、肉厚、细腻、多汁、风味浓郁以及投产早、丰产、病虫害少和耐储运等优良特性。

发布会上,石棉县委副书记、县长冯俊涛诚邀各界人士,带上家人和朋友,到山川秀美的地方走一走、看一看,欣赏自然风光,呼吸清新空气,品尝生态美果。发布会现场,中国扶贫基金会、北京新农创科技公司与石棉县政府签订了枇杷产业发展战略合作协议,深圳百果园渠道商与石棉县红渡果业大渡河流域特色农产品专业合作社、石棉邮政公司与金马公司签订了枇杷销售供货合同。

冯俊涛表示,近年来,石棉县充分利用生态及地理优势,大力实施“特色农业”战略,农业产业逐渐呈现“5+N”的发展模式,成功创建为全国绿色食品原料标准化生产基地和全国有机农业基地认证示范区,被誉为“中国优质黄果柑生产第一县”。石棉县以果为媒,以节会友,以旅促农,不断探索“生态+农业+产业+康旅+旅游”融合发展模式,黄果柑、枇杷等特色农产品规模达35万亩,以五大龙头景区为核心的旅游产业初具规模。

此次发布会以果为媒、农旅结合,旨在营销石棉特产,促进石棉生态旅游、乡村旅游,推动石棉枇杷产业发展和农民增收致富,从而达到“强产业、美乡村、促旅游、助脱贫”的目的。当日,还开展了快闪与枇杷卡通玩偶互动表演、互动答题、主题采风、美轮美奂参观等系列互动。

成都获得 2025 年世界运动会举办权

9日在澳大利亚黄金海岸举行的国际世界运动会协会2019年全会上,成都获得2025年世界运动会举办权,成为中国大陆首个举办这项赛事的城市。

会上,国际世界运动会协会执委会向所有37个会员国际单项体育联合会提交了成都申办报告的评估结果。与会全体代表投票决定将这一赛事的举办权授予成都。

成都代表团在主题陈述和展示后,与国际世界运动会协会签订正式举办合同。国际奥委会副主席、萨马兰奇体育发展基金会理事长于再清等出席活动。

“中国有丰富而优秀的体育赛事举办经验,中国的年轻人数量众多、开放热情,我们的很多项目都是年轻人喜欢的,由成都举办这一赛事让我

们有机会将很多新运动推广到中国更广泛的地区。”国际世界运动会协会主席佩鲁纳纳说。

申办2025年世运会也是成都创建世界赛事名城、打造“三城三都”的重要举措。成都市体育局局长熊艳表示,希望一系列国际赛事的相继举行,推动成都全民健身运动的发展,为成都带来更多国际元素。

此前,国际世界运动会协会相关负责人已赴成都进行了考察评估。

世界运动会是由国际世界运动会协会主办的一项国际性体育盛会,竞赛项目以非奥运会项目为主,于1981年首次举办,每4年举行一次,每届于奥运会次年举行,截至目前共举办了十届,第十一届世界运动会将于2021年在美国伯明翰举行。

郝亚琳

民众成都博物馆里 享“餐桌上的文化之旅”

□本报记者 马工牧 文/图



“我来之前的觉得只是一场文物展,与我们现在的生活相去甚远”,成都市民刘峰说,“结果被分分钟打脸了”。

近日,成都博物馆为成都熊猫亚洲美食节预热的“开胃菜”特设展——《食为天——餐桌上的文化之旅》,展出将持续到6月9日。

从先秦到明清,从丝绸之路到海上交通,从餐饮器具外销到西方食材引入……各种文化的碰撞,产生了中国人独一无二的味觉密码。古人的饮食有哪些?他们怎样做菜?喜欢什么口味?

5月8日,记者在现场看到,清朝乾隆时期的粉彩瓷盘、宋代的青白釉瓜棱形执壶、隋代的青瓷高足盘……这些展出文物给人似曾相识的感觉,让人清晰地感受到饮食文化的传承发展。

“你看那个三星堆出土的陶三足器,看上去就像现代的北方火锅”,刘峰隔空指着展品。“这个宋代人用过的筷子,和我们现在用的筷子也不一样呢。”

来自彭州博物馆的宋代象银钗钏,来自成都博物馆的宋代青瓷执壶、柳叶形的银托托,做成菊花状的金碗,把宋代的生活美学表现到了极致,让人不由感叹古人的饮食文化之风雅。成都博物馆馆藏的大量汉代陶器、陶水塘模型等文物,展示出成都地区的富庶及其作为南北丝绸之路的起点对于饮食文化交流与传播

的重要作用。西汉时期的“铜匕”,其实是古人进食的工具,用于从鼎中把肉取到俎上。

川大博物馆馆藏唐代胡人抱角杯等文物在展厅中人气颇高,它是当时西域文化流入中原后的产物。与之类似的还有受萨珊王朝(波斯)文化影响而产生的双鱼纹海棠形鎏金银盏等。同时,青花瓷红描金瓷咖啡壶“潮”出人意料,通过海上丝绸之路大量出口到欧洲、美洲。

记者在展览现场听到解说员解说,中国的茶叶、瓷器远销国外,而张骞出使西域也带来了一些外来作物影响着中国人的餐桌。

“实际上,我知道四川最早不是吃辣椒的,是吃茱萸,还有一些其他的。”市民雷柏说,“辣椒是引进的品种”。

“平时我就很喜欢吃,中餐、西餐、东南亚菜都可以。”雷柏说,“但我记得小时候,商场是没有那么多馆子的。而我出国旅游,发现国外中餐馆越来越多,除了粤菜外,川菜、鲁菜等也流行起来。”

民以食为天,当今“食”已经不仅仅是为了温饱,而更多是“食”作为接触、了解各国文化的媒介。数据显示,截至2018年5月,海外中餐厅超过60万家,全聚德、眉州东坡等率先走向国际市场,而庆丰包子、兰州拉面、海底捞火锅等正逐步打开海外市场。中餐在海外的影响力越来越大。

万朵蔷薇献李白

五月的鲜花开遍大地。上万朵粉红色的蔷薇花,开放在18个巨型蔷薇花圆柱,层层叠叠,迎风怒放,与旁边的李白生平画交相辉映,像一束束巨大的花束,献给喜欢蔷薇花的千年李白。这是笔者日前在四川江油市青莲镇中心小学李白生平彩色连环壁画前看到的。

青莲小学位于李白故居旁,弘扬李白文化一直是该校的特色。该校请江油画家在校内100多米长的围墙内用油画颜料和丙烯颜料绘制了18幅李白生平彩色连环壁画。这些连环壁画,每幅宽2米,高1.5米。

每幅画前的绿地上,都栽着两株蔷薇。蔷薇是攀援灌木,枝条柔弱,两株相栽,原是为了让它们相互扶持。但蔷薇长大后高后,还是往两边披散,学校为了安全起见,也为了让蔷薇长得更规则,便给每两蔷薇都围了一个一米多高的、直径在米左右左右的绿色铁丝网。今年的蔷薇长得特别好,枝繁叶茂,花团锦簇,每根枝条都分出许多小枝,每根小枝都长出三朵花,你拥我挤,重芳叠叠,除了铁丝网上方开满厚厚的“花被”外,铁丝网四周,不少花朵也从网眼中顽强伸出,密密麻麻,远看就像一根根巨大的粉红色的鲜花圆柱。有老师略微数了一下,每根圆柱,至少开了上千朵蔷薇花。18根圆柱开开的蔷薇花,少



说也有上万朵,蔚为壮观。

蔷薇原产我国,已有2000多年的栽培历史。蔷薇以色泽鲜艳、气味芳香深受我国人民喜爱。李白也不例外。在李白存世的1000多首诗歌中,就有不少是描写蔷薇的。如《忆东山二首》:“不向东山久,蔷薇几度花。白云还自散,明月落谁家。”《春归终南山松舍旧隐》:“我来南山阳,事事不异昔。却寻溪中水,还望岩下石。蔷薇缘东窗,女萝绕北壁。别来能几日,草木长数尺。复命金樽,独酌陶陶夕。”《赠别王山人归布山》:“王子论道论,微言破秋毫。还归布山隐,兴入天云高。尔去安可迟,瑶草恐衰歇。我心亦怀归,萝裳松上月。傲然遂独往,长啸开岩扉。林壑已杳,石道生苍苔。岁晚来相依。”

梁柱生 特约记者 田明霞 文/图

成都“汉服风”很浓

□本报记者 马工牧 文/图

近日,记者发现蓉城的街头巷尾处处充满了中华传统文化元素,在锦里、宽窄巷子、熊猫基地等多处景点,年轻人穿汉服出游已蔚然成风,令外地游客大呼“只有在成都才看见这么多穿汉服出行的人”。



市民被汉服集市上的饰品吸引

成都街拍 汉服成为新时尚

不知从何时开始,成都大街小巷尽是“穿越千百年时空”的年轻人。

在地铁站,尤其是太古里,与穿着汉服的年轻男女来一个不期而遇已不是稀奇事;在商场餐饮店里,你也或许抬头就可看见与一群穿汉服的人邻桌,就连在酒吧,坐在你旁边举着鸡尾酒杯的人,可能也穿着汉服。

对于成都人来说,穿汉服上街早就不是什么稀罕事儿了。在这些身着汉服的男女眼中,汉服更像他们自己日常里的着装。

成都的各大商场几乎每个月都会有一场汉服主题市集,记者在一次市集上采访到成都市民李敏和她的朋友张杨。

李敏在10年前就已“入坑”汉服这个圈子,她这次是带领朋友入门。李敏说:“我第一次知道汉服这个概念是十多年前,那时候我甚至以为汉服就是汉朝的服装。”

“后来我看到图片里的汉服很美,下单买了第一套汉服后就彻底迷上了。”李敏大学时曾是校园动漫社团的团员,曾经自己制作过cos服装,她迷上汉服后,自己一边购买汉服,一边开始学习自制。李敏帮助张杨挑选了一套汉服,张杨说:“我身材有点胖,穿汉服刚好能遮住肉。”

在春熙路商圈,由于春熙广场里聚集了很多卖汉服的商家,因此身穿汉服,乃至束发带簪、手持团扇或纸伞的姑娘随处可见。不过,现在穿着黑色汉服的年轻男性也在逐渐增加。

四川大学的杨启生介绍:“我这个衣服属于交领,上衣下衫,外面是一个大笔,一般是用作带服。”

事实上,除了望江楼公园、锦里、武侯祠这些颇具古风意境的景点外,热门的春熙路、摩登的太古里,都已成为汉服爱好者“游玩”的热门选择。

成都2018年购买汉服最多

据天猫《2018 汉服消费人群报告》数据显示,2018年购买汉服人数同比增长92%,而在购买汉服最多的城市TOP10中,成都排名全国第一,汉服市场也因此受益。据了解,全国排名前十的汉服商家,有三家发源于成都,上下游客商家完整齐备。成都,是当之无愧的“汉服”重镇。

在天猫和淘宝分类里,汉服被划为民族服装,而据天猫数据显示,2017年双十一民族服装类销售排名TOP20里,有17个都是汉服商家。2018年天猫的汉服市场销售额近十亿元,截止今年第一季的销售数据,汉服销售额仍然名列前茅且销量全面暴增,大部分供不应求,处于断货状态。

汉服这几年发展如此之快,最根本的原因在于国家层面的重视。中央号召传承中华优秀传统文化,各地政府结合本地实际执行政策。2018年开始,共青团中央也加入支持宣传汉服的行列,举办了“中国汉服日”,就在今年4月7日的“汉服日”直播,全网播放量达2000万次。在微博,“穿着汉服去旅行”的话题阅读量有1553万,同样的话题在抖音,已有4200万次的播放量。

天猫数据显示,在2018年消费群体中,“95后”为汉服购买主力军,几乎占据了二分之一消费群体。在成都,不仅是大学,一些初中都有自己的汉服社。汉服越来越受年轻人喜爱。