

[2 版] 综合

人情味,是忻州最大的财富

[3 版] 文苑

保德铜贝与古代铸币起源

[4 版] 副刊

“饕嘴”油糕黄澄澄



巩固创文创卫成果
建设美丽幸福忻州

中华诗文绝唱镜鉴

（修身篇）

丹青不知老将至,富贵于我如浮云。

【原典出处】
(唐)杜甫《丹青引赠曹将军霸》

【名句释义】
“丹青不知老将至,富贵于我如浮云。”这句话的意思是:曹霸一生潜心研究自己的绘画艺术,把利禄富贵看得犹如天下浮云。



玉皇岭秋色

玉皇岭：一座有故事的山

□杨晋生

元好问。

在崞州城内的神清观，元好问与王朴相见。元好问开言便说：“先生方晏坐，不肖之来，将无妨静业乎？”王朴回答：“习静固道人事，然亦有不应静时。”随后便在神清观的西斋聚话。

元好问知王朴曾于崞州境内的前高山静修，并在山巅建起一座道观，便问：“前高景趣比雁门、凤凰山何如？”王朴没有直接回答，却说：“前高去此五十里而近，君能一游，到则当自知之。”众人开怀一笑。

一场欢宴结束后，元好问、王朴、李之和三人先游览凤凰山。两天后，一同返回崞州城，由王朴作向导，游览了崞邑西南方向的前高山。元好问为此写下了《前高山杂诗》七首：

——
梦寐烟霞卜四邻，眼明今日出红尘。
山中景趣君休问，谷口泉声已可人。

二
山经地志总难凭，乡社流传太俗生。
前后两高从我改，合教松海作新名。

三
蛟聚蛙喧杳不闻，已甘麋鹿与同群。
胸中所得知多少，半是青松半白云。

四
天池一雨洗氛埃，全晋堂堂四望开。
不上朝元峰北顶，真成不到此山来。

五
世上初无物外缘，人间却有洞中天。
如何长伴王居士，买尽青山不用钱。

六
白驴前日凤山回，为爱朝元复此来。
却忆广陵刘老子，醉吟应在钓鱼台。

七
白首同归未省曾，青山独往竟谁能。
莫嫌麋鹿无情识，比拟人间少爱憎。

我们如今看到的前高山，与780年前元好问眼中的前高山，究竟有多少不同？这

玉皇庙碑记》写道：

“前高山者，吾乡西南巨观也，峰峦叠翠，高出云霄，岩前有玉皇庙，庙旁松杆树三株，亭亭如盖，以为神所凭依。庙旁有泉，澄然以清，乡人每岁取水于兹而祀之，凡以祈丰年、禳亢旱也。至创建之年，则碑记无存，而父老亦无能道者。”

玉皇岭上除了庙院侧畔的一处碑廊外，在玉皇庙后西北方向不远处，还有一处碑廊。如果想看到这里的碑铭，就需要从灌木丛中找下脚的地方，小心翼翼地往前挪，大约50米方可接近。五通石碑，再加两个蛟龙碑额三面竖立。正前方三通，两边各立一通，碑额分别立于两边。在众多捐资人中，有平民百姓，也有朝廷命官。如清代廉吏、陕西延榆绥兵备道、阳武村人武访畴，赐进士出身、官至陕西商州知州、辛章村人赵光耀，潞安府襄垣县儒学正堂赵麟角。撰文者有钦赐进士翰林院检讨皇甫荣。

读碑让人兴致勃勃，可以了解的不仅仅是名山、古庙的历史，就连先人们做事的认真态度也可见端倪。

请看同治四年（1865年）《玉皇庙重修兼新创碑记》：

“夫天下之神庙必得美地而后威灵显赫。崞之西南有前高山……但见沱水缠绕，众山拥护，青龙蟠踞，白虎蹲踞，巍巍乎真上帝之胜境也。奈风雨剥蚀，庙貌颓圯，登斯境而观者，未有不兴叹焉。同治元年，有阳武狄应隆之次子平元，始起补葺之意，故议于上大牛沟六村纠首王河图、韩利等，河图等转议于上阳武纠首王全贵、李永泰等，俱各同声相应，所以募化四方，共得捐钱九百二十三千一百文。于是壬戌兴工，甲子告竣，将正殿、两廊、中山门、影壁、两旁墙、钟房、山神庙、神泉庙俱各增新。又前院新建轿房二间、前山门一座、庙外碑房五间、住持所居窑房四间，共费资财九百三十



玉皇岭古村遗址

个问题，相信无人可以解答。岁月不居，沧海桑田，一切的过往只给我们留下了无限想象的空间。

二

曾经的玉虚观，最迟在清代就已改为玉皇庙了，而现在只剩正面的石砌窑洞保存完整，一尊玉皇大帝塑像端坐其中。原先相对而筑的六孔窑洞，均已坍塌多年，不堪使用。此处地理坐标为，东经112° 30′ 53″，北纬38° 48′ 52″，海拔1812.71米。你能想象得到吗？就在这么高的山巅，竟然存有近20通古代石碑，大部分依旧挺立在原地，只有少数几通平躺在庙院里。

人们在阅读碑文的时候，无不为先人们的精神和毅力所感动。

一通清雍正十二年（1734年）的《重修

十千文，焕然一新，顿觉改观。”

由碑文可知，玉皇庙虽然地形不阔，但那时的建筑规划十分完整。

我们伫立山麓，凝视脚下排布开的大山，和远处闪烁着光亮的河流、水库，心中不由得多了几分震撼和感动。

再次想起了全真教掌门尹志平兴致勃勃写下的首咏前高山诗。

新得前高一簇山，清虚洞府，亘古仙坛。

皇天怜我苦奔驰，使我年高，教我开颜。

暗谢高穹赐我闲，松间石上，断了追攀。

欣然自得乐无穷，行也堪观，坐也堪观。

为爱前高自觉过，天生阻隔，不放冲和。

前头何处道缘探，无福清闲，有分奔波。

老也功劳一任魔，长春教语，慎勿蹉跎。

自来达道学仙人，功也无数，行也无数。

山道上，一条新的公路正从玉皇岭上穿越而过，相信玉皇岭的未来会更美好。

吴言中篇小说集《玛苏儿诺特那些事》出版发行

本报讯 山西作家吴言新作中篇小说集《玛苏儿诺特那些事》，近日由线装书局出版、北京华夏长鸿文化传媒集团公司发行上架。小说集收录了作者创作的五部中篇小说。

寓在大山皱褶里的驴圈村，因了古县志里一段荒唐文字，自古不养驴。村民驴蛋不信邪，兀自养了一头赌来的广灵驴二驴蛋。二驴蛋给驴蛋一家带来富足希冀时却走失了。丢驴、寻驴、打驴官司，驴蛋被折腾得有气无力，用酸曲儿给市领导写了封申诉信。市领导作出批示。批示和驴蛋的酸曲儿申诉，在市报公开发表……

作家吴言着眼底层，走笔小人物，在《驴事》《玛苏儿诺特那些事》《何必在乎伤痕》《底层》《猫事》五部中篇小说中，记录了犄角旮旯的生活，反映了艰涩磨难中的抗争，故事诠释着一位思想家的名言——没有哪个胜利者信仰机遇。

业界评论这部小说集题材独特、聚焦现实、叙事高超、幽默荒诞、人物鲜活、代入感强、意蕴深远，引人深思，作者以其独特的魔幻现实主义风格，将底层生活的艰辛与温暖写得淋漓尽致，书中的每一个小人物都在命运的泥潭里奋力扑腾，他们可笑、可叹、可敬又可悲，构成了时代真实动人的注解。

吴言，本名邢建荣，山西原平人，山西省作家协会会员，2005年开始文学创作，在《芒种》《延河》《啄木鸟》《小说林》《特区文学》《当代小说》《参花》《华夏散文》《山西广播电视报》等期刊、报纸发表作品100余万字。

本报记者 聂艳英

冰箱贴的文化破圈与商业裂变

近年来，冰箱贴悄然完成华丽变身，从便签固定工具演变为文化符号与情感载体。

冰箱贴的演变映射着生活方式的转型。随着家用冰箱问世，金属门板走入寻常百姓家，早期磁贴主要用于固定便签。20世纪60年代末，注塑磁铁技术革新推动冰箱贴工业化量产，美国各州造型的冰箱贴作为旅游纪念品风靡各地。冰箱贴由此摆脱便签附属品身份，转型为旅行记忆载体。近两年，博物馆限量款冰箱贴频频掀起“一贴难求”热潮，消费者显现出为高端文创买单的兴趣。

双轨并行下的技术赋能

当前，冰箱贴工艺呈现双轨并行格局。大众市场以低成本PVC软胶为主，满足简约需求。高端领域倚重锌合金压铸，结合手工镶嵌，复刻文物细节。例如，国博风冠冰箱贴还还原孝端皇后九龙九凤冠的立体结构，并模拟点翠光泽；天宫藻井冰箱贴则运用立体结构，还原明代藻井造型。

技术创新赋予冰箱贴多维价值。例如，国博风冠冰箱贴植入AR技术，支持扫码虚拟试戴，竹纤维材料实现环保降解。功能集成上，敦煌研究院将小夜灯嵌入冰箱贴，拓展多功能应用场景。这些创新设计推动冰箱贴从静态物件向互动平台跃升。

文化转译的范式革新

爆款案例凸显文化转译的范式革新。国博风冠冰箱贴以禁止出境的国宝为原型，团队耗时两年，在小小的空间内还原4000余颗珍珠造型，成为文物活化里程碑。其成功源于工艺突破与传播模式革新。风冠冰箱贴开售8个月零6天，销量破百万，带动风冠IP全系列产品销售额破亿元，创下国博近20年来单品及系列文创的销售纪录。风冠冰箱贴还引发文化反哺现象，年轻人形成“购买冰箱贴—观赏文物—分享心得”的体验闭环。

天宫藻井冰箱贴是另一典范。其将北京古代建筑博物馆天宫藻井浓缩于方寸之间，结构上采用五层可拆设计，因手工上色工艺制约，日均产能仅400个，反而引发抢购热潮。这些案例证明，冰箱贴已从小物件上升为大文化代言人。

情感存储与社交货币

消费行为进化为功能重构，核心是情感存储与社交货币双重属性。作为空间装饰，冰箱贴通过色彩与几何美学设计，推动冰箱门向“微型画廊”转型。消费者通过主题化布局冰箱贴，构建起动态视觉空间。部分冰箱贴还具有生活管理功能：磁吸白板贴支持菜单规划、信息固定，磁吸计时器减少烹饪风险，磁吸标签可建立食材分类系统……

当前，冰箱贴已成为情感存储媒介，将旅行地标或家庭事件转化为可触记忆锚点，强化情感联系。与此同时，其社交货币属性也很显著。限量发行与IP联名赋予部分冰箱贴稀缺性，激发消费者收藏与交换行为。

总之，冰箱贴爆红是传统文化与年轻一代的双向奔赴。始于颜值，合于价格，久于文化，忠于热爱。这方寸之间承载的不止磁力，更是文化吸附的持久引力，让文化诗意迁徙至鲜活生活，成为时代的微观见证。

来源：《中国旅游报》

责任编辑：庞丽芳