



目录

【封面故事】	1
云南七日茶之旅	/1
【实践采风】	5
滇池生态所调研	/5
从漫咖啡，看咖啡贸易与文化	/6
【行间笔墨】	9
网罗天下新闻，服务银川百姓——访银川市 “融媒体中心”	/9
年画传人的故事	/12
【微言大义】	16
【人物传真】	18
专访 一图灵互联网创客空间创始者	/18



封面故事

云南七日茶之旅

（我们来找“茶”队 供稿）当小伙伴们纷纷在群里发起自己回到家的定位，我翻看着这几日大家深夜发来的田野日记与各种照片，回忆着在云南这一场茶之旅……



【采茶】

由于我们这次选取的主题是云南的普洱和滇红，而普洱的著名种植地在普洱市以及西双版纳的勐海县，滇红的著名种植地在临沧市凤庆县。于是我们在两地各自联系了几家中大型企业进行茶文化的了解，10人小分队也因此分成两队各自前往调研。

普洱分队前往的是西双版纳勐海县的兴海茶厂。茶厂负责人热情的接待了我们，并带领我们开始参观各个生产车间和给我们进行了一定的讲解。随后，负责人热情的邀请我们品尝了其所生产的茶叶，并就茶厂的历史和一些茶文化进行了介绍。我们了解到根据生产茶的种类不同，所需的加工工艺上也会有所不同，但大致上，都可以分为晒青毛茶，分筛，挑剔，拼配，蒸压成型，



干燥，成品包装等过程，而对于熟茶的生产来说，会在分筛前多出发酵，拼配后匀堆的过程。同时也知道了兴海茶产的车间也是基本上按照工序来建立的，有毛茶储存车间，筛选车间，加工车间，装配车间等。

滇红分队前往的是临沧市凤庆县的云南滇红集团。云南滇红集团作为滇红茶品牌的龙头企业，有着非常深厚的企业文化历史，在等待工作人员上班之前，我们在休息室看了半个多小时他们企业出品的杂志，不仅对滇红有了深入了解，也对当今茶文化的发展现状有更加深刻的认识。企业负责人热情地带领我们参观了集团的多功能展厅，详细讲解了集团的历史及成果；向我们介绍了各种滇红品种并让我们一一品尝；带我们参观了他们的茶厂；并且专门派车送我们到十公里外的茶山茶地亲自采茶体验。

采茶：这是茶之旅的初步体验。

【制茶】

第三天，我们两队在来回超过20个小时的车程后，在昆明会和并前往丽江与大理进行接下来的实践任务。

我们在丽江的“地主”家围坐在房东“地主”的茶几边，一边品他为我们冲泡的各种茶类，一边听他讲各种独特的茶文化。不仅有龙虎斗（所谓龙虎斗，就是将煮沸的茶汤猛然倒进盛有白酒的茶盅里，会发出声响），还有盐巴茶、糖茶和油茶等等。



我们在大理的桃溪谷上听农家讲他自制滇红的过程，还亲自体验了部分茶制作的步骤。

我们在玉龙雪山上偶遇他国旅客与广东人，与他们分享我们了解到的茶文化，同时也听他们与我们分享斯里兰卡红茶的历史制作，还有功夫茶的各种冲泡技巧及讲究。

如果是前期的企业调研让我们了解到茶的深度。那么路上这些奇遇和分享便是让我们了解到茶的广度。

制茶：这是茶之旅的深入了解。

【售茶】

在昆明前往丽江，丽江前往大理，大理前往昆明的火车上，

在玉龙雪山等候索道到来的漫长排队过程中，

在环洱海漫步的街头，

我们孜孜不倦的干着一件需要厚脸皮和勇气但实为“聚焦文化符号，宣传中国形象”的大事——发放调查问卷并介绍和宣传茶文化。

在这场与中国形象和中国符号有关的调查问卷采访过程中，我们采访了不同年龄段的人，从读小学的小朋友，再到退休的老人家；我们采访了不同职业的人，学生、茶庄员工、政府官员、自由职业人士等等……虽然我们采访的人数很少，或许不具有代表性，但从最终数据的统计里我们也得出了带有一定规律的结果，并且在对一些受访人的答案进行提问时，也了解到了许多我们



不曾想到的思想观点。

在每场调查问卷访问结束后，我们都会简单的跟他们介绍茶——这个中国文化符号。我们发现只有极少部分人了解茶文化并与我们分享和探讨与茶有关的故事，但大部分人对于茶的了解是很少的，这有的是因为他们所处的地区并不产茶，也有的是因为年龄太小而没有对茶产生过多兴趣。虽然短短的几分钟并不能将深远的茶文化道尽，虽然短短的几天也并不能将神秘的茶道悟透，但我想我们为【售茶】做了一份努力。



实践采风

滇池生态所调研

（不将就队 供稿）8月16号是我们来到云南的第二天，也是我们暑期实践正是开始的第一天。在明确了自己的目标和任务之后，我们就立即动身前往昆明滇池研究所进行实地考察和人物采访。伴随着阵阵清风和明媚的太阳，团队小伙伴们的心情也异常兴奋。

经过大约半个小时的车程，我们终于到达了目的地。工作人员热情地接待了我们，并带领我们参观了滇池周边的景色，向我们讲述了滇池几十年来的变化。我们所看到的滇



池水质并不像想象中的那么糟糕，荷花开得正好，鱼儿也在水中自由的嬉戏，眼前的美景让大家心旷神怡。随后，研究所潘主任接受了我们的采访，并就队员们提出的疑惑进行了解答。采访期间，实践小组成员们向潘主任提出一系列关于滇池污染治理的问题，包括滇池目前的治理方案，现存的阻力等，与潘主任进行了深入的探讨。由于上世纪五六十年代的计划经济，当时提出



“向大海要粮食”的口号，人们开始大量开垦滇池周边的湿地，一度使内海流域面积锐减了三分之二。生态破坏的同时，由于人口的大量增长，致使环境污染也变得愈发严重。二十世纪中期是滇池环境污染最严重的时期，滇池特有的生物种类例如鱼虾急剧减少，常来栖息的候鸟也消失得无影无踪。经过几十年的发展，我们惊呆了滇池的的转变。从上世纪七八十年代臭气熏天、水体重度富营养化到今天的水体排放达到国家标准、中度富营养化，其中的困难可想而知，可见政府和人民付出的努力绝对是很大的。时间过得飞快，在轻松愉悦的氛围中，我们和研究院探讨了滇池环境污染的因素以及今后治理的方向和措施，因此两个多小时的采访不知不觉就接近了尾声。通过此次采访，我们了解到了很多以前从来没有了解过的关于滇池的问题，并感受到了党和国家为滇池治理所做的种种努力。一切都在慢慢变好，相信滇池治理一定会取得显著成效！

从漫咖啡，看咖啡贸易与文化

(丝路啡渝 供稿)8月15日是我们到达重庆的第四日，丝路啡渝队准备对重庆当地的咖啡馆展开针对咖啡豆采购和咖啡贸易



方面的调研。于是我们一行来到了漫咖啡重庆财富中心总店进行了采访调研。



由之前在重庆咖啡交易中心的采访我们得知，重庆咖啡交易中心的成立在全国具有很强影响力。而近年来，漫咖啡在重庆发展也十分迅速，全国首家漫咖啡·咖啡文化体验中心已经落户江北，总投资2000多万元，面积达到3000平方米。北京漫创作餐饮管理有限公司执行董事、CEO姜念豹希望通过交流加强双方了解，借助咖啡交易中心的平台，开展深入合作，促进互利共赢，漫咖啡便成了双方合作交流的媒介，于是我们找到了漫咖啡的经理进行采访。

得知我们此行的目的之后，经理热情地接待了我们。“做咖啡实践不多喝点儿咖啡怎么行呢！”在经理的招待下，我们品尝了店内最经典的一款咖啡。他介绍说，店内采用的是优质进口的阿拉比卡咖啡豆，然后经过现场烘焙后冲泡制成。并且，为了保证咖啡的优质口感，漫咖啡每年都会派专业咖啡师到哥伦比亚、巴西、埃塞俄比亚的咖啡产地和农场直购咖啡豆。也正是因为极高的咖啡豆采购成本和仓储物流成本，漫咖啡才选择了这样的合作方式。

经理带领我们参观了店里的各种咖啡展品和咖啡文化，令我们不由得感叹咖啡文化的博大精深和咖啡贸易市场的广大。同时他也告诉我们，为了使顾客拥有最佳的品尝体验，漫咖啡都会尽量使用一个月内生产出的咖啡豆，这意味着他们不得不在咖啡豆的运输上取得更大的优势。而在这个方面，咖啡交易中心聚集了大量国内



外咖啡行业企业和产业资源，涉及咖啡生产、种植、收储、物流、贸易等全产业链，能够为漫咖啡在咖啡豆采购、仓储、物流等方面提供全面服务，这也是他们和重庆咖啡交易中心达成战略合作的一个重要原因。

作为国内的咖啡连锁品牌，漫咖啡致力于做大做强，和国际连锁品牌星巴克竞争咖啡市场，在降低咖啡豆运输成本的基础上也能同时提升咖啡口感，使消费者在体验升级的同时也不用担心过高的价格。对此，重庆咖啡交易中心的壮大，也为漫咖啡提供了契机。

我们还询问道，漫咖啡对于未来和重庆咖啡交易中心合作的愿景，经理回答说，当然是希望通过咖啡贸易中心一带一路线路的运输把更好的咖啡豆原料带到店里，增加咖啡贸易的线路，能让更多的咖啡豆品种汇聚到漫咖啡，让重庆人甚至全国人加深对于咖啡文化的了解，同时也可以使得咖啡交易中心的经济贸易得到全方位的发展，这样才是真正的互利共赢。



行间笔墨

网罗天下新闻，服务银川百姓 ——访银川市“融媒体中心”

（西北探物志小分队 供稿）

2017,8月10日，实践第三日。

第二日的参观，让我们了解到了银川独特的对外文化输出；第三日，我们怀着好奇，来到“银川市新闻传媒集团融媒体中心”，欲对银川创新性的对内文化传播一探究竟。

“融媒体”是指充分利用媒体媒介，将广播、报纸、电视、网络等有机融合的新型媒体。而“银川市新闻传媒集团融媒体中心”更是在新金融改革的背景下，以“打造新闻品牌，宣传美丽银川，提供便民信息服务”为宗旨，应运而生的新生事物。



它运营着“银川发布”两微一端（微博，微信和新闻客户端），“银川晚报”两微等多种平台。

我们此处主要参观的是“银川发布”的演播厅。

我们一行人到达时，融媒体中心总策划、视听中心主任皇甫世俊热情接待了我们，将我们带领至“银川发



布”演播室，其中摆放了五台矩长形立地电视，另一角是“银川发布”的演播台。

首先，皇甫主任对我们的来到表示欢迎，并向我们概述了“融媒体中心”的总体情况，包括成立背景，运营模式等。

随后主任采用多媒体方式让我们切实见识到网站和微信平台的运营情况。我们先一同观看了“银川新闻传媒集团融媒体中心”的一个小宣传片，从现场布景，摄像，后期H5，到视听中心等，各环节部门合作紧密，“快速度”、“活力”是短片中频现的关键词。然后我们在旁边的电视屏幕上欣赏到了“银川发布”的新闻客户端页面，包括了银川、视频、社会等板块，图文并茂展示了社会热点。

“银川发布”是政府收管下的机构，故其定位为“权威公信、快捷互动、亲民便民的政务新媒体平台”。其创新性的“银川发布·政在线”网络直播栏目更是直接打通了市委政府和老百姓两个舆论场，让政府下至百姓阶层真正了解民生需求，让百姓上至政府机构真正参政议政。

我们注意到演播台的背景上还写着“政在线 政在听 政在答”三行字，讲台上还贴着“市建办”，主任告诉我们这里之前刚进行过回答市民关于“道路建设”问题的网络直播。我们认为，这种网络问政、理政的方式值得更多的城市去学习借鉴。



这里还出现了一个主流媒体很少会触及的词“网络直播”。如果是传统的电视节目播出，需要经过一系列事前策划、彩排、事后剪辑等操作，历时至少一周，此时新闻热点早已过去。而“直播”则是现场播报，迅速及时。我们对“直播”带来的低成本、高效率、真实性表示赞赏，但仍忧虑于因“直播”不确定性带来的高风险性，这或许是今后媒体可以聚焦完善的课题。

之后，主任给我们展示了，银川发布等各种媒体在全国媒体中的排名：在全国“城市网站综合传播力”排行榜上，银川新闻网一直居于总榜前40、两微前20。

我们还观看了“银川发布”自制的网络剧，贴近百姓生活的小剧，时不时有笑料，令我们看得非常愉快。这启示更多做政务的媒体平台，在正经的新闻中时不时的网络小剧或许能够增加网站的有趣度和吸引力，从而增加点击量。并非说过度的“娱乐至死”，而是以适当的朴实化和世俗化去亲近百姓。

随后，我们观看了利用航拍、VR、H5制作的银川蓝，雪景，智慧城市等作品，其中雪景的VR作品当时的点击量达到了几十万。同学们对这个技术倍感好奇，部门中VR专家便当场给我们示范如何拍摄了现场的VR场面。专家哥哥告诉我们“现在的VR、航拍技术已经不稀奇了，重要的是我们如何将这些东西和媒体融合起来，用以服务媒体，最终服务大众。”



主任强调：对于媒体来说，背后的技术支持的确很重要，但是融合的手段和人才对社会热点的敏感性才是制胜点，并且融媒体终将成为主流。

年画传人的故事

（法老和火锅英雄的星际联盟 供稿）“他”

在梁平踏上前往屏锦镇的火车。一路上，我望着窗外，不禁思考我们此行的意义。梁平年画要想冲出国门走向世界，通过“一带一路”政策提供的平台成为广为人知的“中国符号”这一设想到底能不能达到我们预期的效果？它又该以怎样的姿态和方式走出去？木版年画的形象究



竟能否打动对中国传统文化可能所知寥寥的埃及友人？天空白云变幻，车辆带着我们团队的思考渐行渐远。

一个小时后，在导航仪失效而只能依靠街坊阿姨的带领下，我们终于找到了梁平年画基地“德合泰”及代表传承人徐家辉老师。一入门便是浓郁的墨汁气味，仔细一看，是一块被墨汁覆盖的用来制作年画的木板。不大的房间里堆满了制作年画的各式工具与挂在架子上正待晾干的年画纸张。徐老师是一个很亲和的中年男人，招呼着大家围拢坐下。在这样随和又轻松的环境中，徐老师缓缓地给我们讲出了他与年画几十年的故事。



“咱们梁平的年画和四川绵竹等地生产的年画最大的不同就在于纸张。如今很多年画都是用宣纸制成，但咱们梁平的年画都是用咱们当地自己生产的纸张特制而成。而且全手工保留了传统年画的韵味儿，你们看，就连这个木板都是我亲自刻的。”徐老师不无自豪地谈到。

一位女生发言提到“徐老师，我听说咱们当地政府会办一些国际性的展览，您觉得这种方式对梁平年画走出国门的宣传帮助大吗？”

“有的有的”徐老师肯定地答道，“国外很多友人可喜欢咱们的年画了。虽然他们很多不懂中文，但冲着咱们年画那种特有的色彩与样式，他们都很喜欢。每次办展览，都会有许多外国人驻足观赏。有的时候，我们也卖一些年画，很多人都会买，真的。就你一和他说这是中国过春节时的一种传统习俗，他们都能理解，而且二话不说就会买下来。只是有的时候，他们不用微信，也没有支付宝，喜欢刷卡而我们又没有带刷卡机，导致卖的不算很多。”

外国友人对于年画的热情大大超乎了我们实践团队的预料。年画作为一种在现代人们生活中快要消逝的文化居然能在对中国传统文化不太了解的外国朋友心中获得共鸣，这一发现使我们为之振奋。中国的文化绵延上千年，其特有的文化魅力不仅感染了几代人，也能漂洋



过海感染生活在其他土地上的人们，这不能不使我们为之骄傲。

而关于梁平年画如何走出国门这一问题的答案，也在与徐老师的交流中越发清晰。

“我觉得首先还是需要去国外办一些展览，不论是政府出资还是受人邀请，得让外国人知道咱们国家有这个文化。”徐老师谈到。中间有同学问到：为何不把年画做成纪念品销售？徐老师笑着回答：因为其他那些地方都卖的太贵了，很多人如果不懂，就很难花钱去买。

“那可不可以把一些过程用机器代替人工来降低成本呢？”“可以，当然可以。就比如那个雕板，但机器刻出来的线条太过机械，没有手工的那种韵味儿。”……

面对同学们的问题，徐老师总是耐心的一一解答，而关于推广梁平年画走出国门一事，我们产生了新的思考。作为一种在现代生活中渐渐消逝的文化传统，年画被消费的主要方式无外乎两种。要么被一些知识分子作为收藏品收进家中，要么就大力发展年画形象的衍生品，借机推广年画。作为一种非物质文化遗产，我们需要的不仅是保护，更是要让文化与经济相互交融，相互影响，让它的形象能活跃于人们的生活中。我们想通过我们的宣传片以及一些社交平台为梁平木版年画制作一些视频，让更多的中国人和外国朋友都能了解到中国的“文化符号”。



“一带一路，文化先行。”文化力量作为一个国家软实力的象征已被越来越多的国家所重视。而“文化自信”与“文化自信”更应该成为国人应该持有的态度。

“大风泱泱，大潮滂滂。洪水图腾蛟龙，烈火涅槃凤凰。文明圣火，千古未绝者，惟我无双；和天地并存，与日月同光。”《中华世纪坛序》如是写到。



微言大义

@归鸟有南枝： 对外经贸大学寻粤访纱小组今天正式开工。以香云纱为主题，第一天的实践我们选择了广州市内的布艺集散地海印布料总汇，分



成三组实地走访售卖香云纱布料和相关成衣的商家。通过和商家的交谈我们了解到了香云纱目前在广州的价格、层次、面向人群等市场一手资料。走访过后，实践小组成员进行了内部交流，对基本市场概况有了基本了解，并进一步确定了之后的实践路线。接下来我们会结合香云纱自身技艺和市场情况进一步开展实践，寻粤访纱，加油(ง)ω(*n)

@立邦为爱上色公益行动：

古镇带不走的只有你

从古镇的清晨日落到夜晚

每一个夜晚的星辰都无比美丽

回到学校

似乎回到了大家的高中时代

大家充满热情迎来今天的调查工作

数据收集得越来越多也为后面的工作更加便利打下了基





础

@虾饺肠粉煲仔饭：昨日，我们虾饺肠粉煲仔饭队来到了位于小塘镇的弘辉环保集团的子公司天之水碧公司。该集团的负责人潘达辉为我们介绍了公司的概况。



随后，他从入行原因入手，为我们详细讲解了如何筹集初始资金，初步盈利，稳健发展的过程。并通过向我们引荐他的师兄妹让我们充分了解到把握人脉是一件多么重要的事情。又从我们入手传授了大学应该如何培养创业型人格，社交型人格。

最后，在潘总热情的招待下，我们一起在三十年老字号中用了餐，并讨论一些人文和社会科学话题，愉快的结束了这次出访。

@挥毫泼得一身磨队：以前没怎么实地参观过新闻媒体运作背后的操作，这次算满足小小的心愿。



“银川发布”是银川传媒文化集团融媒体中心下的一个平台。以网络直播等新方式来对内传播文化。

“银川发布”是政府管辖，交给融媒体中心运营的，多少带着党政的思想。这是必要的，新闻本身就肩负了监督舆论的作用。



人物传真

专访 一图灵互联网创客空间创始者

（阿贝尔与狄利克雷 供稿）荏苒时光，固然在这时节福建正处于灼热的夏日，实践的去与来之间也就仿佛一刹，见到了许多人，试过了很多食，也经历了很多事。坐在桌前，想想几日前还在南方闷热和绵绵细雨中挣扎的我，心中思绪万千。

想要了解一个人那么必然是通过对话的形式达到的，一个人的语言可以展示出他的性格，他的涵养以及他的方方面面。通过和那带着南方口音的普通话交流，我的脑内就顺势想象出了这些声音的发出者的经历和素养从而构造出这些人的形象。



在这短暂的南下之旅，很多很多人在我的脑海中留下了一片印象，但只要说印象最为鲜明最为深刻的便是采访的图灵互联网创客空间的柳先生了。也许有着谈话较为深刻，话题较为繁复的因素支撑着柳先生于我的人物形象，但是我想这也一定不是主要的原因，因为见过



柳先生的人必然会觉得这个人是一个言语严谨而生动，举止大气而有趣的人。

柳先生便是在他的办公室内，那天漳州天气照旧，在多方联系之后，我们坐车冒着细雨去了他的企业。我们在一间略为闷热的屋子里等候着，片刻之后柳先生便现身了。三十岁左右的年纪，精瘦的身材，微笑的面庞，带着一副很显知书达理的眼镜，这便是柳先生给我的第一印象了。

谈话原本这就要开始了，柳先生发现我们这一行人有些气闷，便主动提议我们去他的会议室，这样既可以吹空调也可以达到更好的采访效果。

柳先生言语之严谨体现在他总是向我们质疑我们问的问题的对象，是向一个普通市民，还是一个公司的老板，亦或是一个公司集合创客空间的负责人进行发问，这对他来讲是不一样的，从不同的身份来看相同的一件事得到的反馈也会不同，这于他而言便是不可忽视的因素，严谨便体现于此。

至于言语之生动，在采访过程中，我们提了很多问题，但是柳先生总能用简单易懂的例子来给我们解释，虽然实践结束已经过了数日，但是我依然可以记起他对于大学生创业和小微企业发展的一番言论，着实令人记忆深刻。

柳先生的行为举止很有涵养，有一种南方人特有的细腻，同时一举一动都很大气正式，这一点自始至终都



贯彻于我们的谈话，想必是他一贯固有的仪态吧，让我颇感压力，但是却也让我看到了一个企业的负责人应该有的做派。

采访中，我们由于在看待问题这个方面还是太过年轻太多缺乏经验引起了柳先生的一番颇为尖锐的言辞，不过在采访过后，他对我们说：年轻人不要怕不懂，怕的是一直都不懂。

这一次南下实践，在时间的度量上仅仅是我浩瀚人生中的短短一周有余，但是这些见闻，这些所感所悟，却不是一个普普通通的一周有余可以带给我的，想来下次去南方的时候，我也不会再是这个对于问题看待的如此肤浅的少年了吧。

本期完