

“深度求索”是人类智慧的甘霖

□ 逢春阶

最近，DeepSeek（“深度求索”）成了全球科技创新的“顶流”。我最早注意到DeepSeek概念，还是在报纸《参考消息》上（我一直订阅这份报纸，天天翻阅），从1月20号以后，几乎每天都有关于DeepSeek的信息。新加坡《联合早报》的一篇文章观点，我比较赞同：DeepSeek令我们回想起科学技术原本应该有的样子。但愿作为人类最前沿科技的AI，体现的是人类集体的胜利和善意，而不是地缘政治或实力原则的再次胜出。

我还没有彻底消化DeepSeek信息，朋友们就纷纷发来了DeepSeek创作的作品和问答，如一文友发来《梅花说》，文友说：“‘越易得千红笑，守寂难持一树春’，绝了。把古典经典都喂给它，它瞬间就厉害了。”我还陆续接到朋友们用DeepSeek制作的关于《哪吒

之魔童闹海》的影评。过去文心一言、文小言、通义千问等，我也尝试过，但发现没有这么多人像对DeepSeek这样有浓厚兴趣。DeepSeek横空出世，让蛇年一开始就有了灵感。这也让我想起了钱学森，他早在二十世纪九十年代就对“虚拟现实”有过展望，并起了一个很有中国味的名字——“灵境”。他指出，“灵境”技术能“扩展人脑的知觉”，预见人机深度融合将对人类社会带来深度变革。

“深度求索”被好多媒体说成是一次“智慧地震”，它在一周之内，吸引全球一百四十多个国家逾一亿人下载，高居各地App下载榜首，成为中国软硬实力融合的标志。它精妙的数学算法，打破了人工智能高度依赖昂贵芯片的宿命，而开源与免费的使用，搭建了一个全新的平台，吸纳了全球人工智能开发的精英，加速人工智能的各种应用开发。就好像当年

Linux系统的开源，打破了苹果和微软的垄断，开创了安卓系统的大爆发一样，各种应用井喷，超越了苹果系统的闭环。

“深度求索”DeepSeek让用户走进一个新奇世界，打破阶层和地域限制。这是中国推动全球人类命运共同体良好载体，承载平等和繁荣的愿景，瞄准更美好的未来。我看到报道说，广东湛江长大的“80后”梁文锋早就许下宏愿，要将AI科技的最新发展，延伸到基层去，让偏远贫困地区的孩子，也可以分享人工智能的便捷与智慧。我很喜欢“deepseek”这个词，要“深度”不要表面，要“上下求索”，不要糊里糊涂。它鼓励我们不要满足于表象，而是要深入挖掘事物的本质，帮助我们发现更多的美好。

当然，DeepSeek的出现，对好多职业也是个挑战，比如敏感的文学艺术家，他们既感到新奇，又感到担忧。但

我想，DeepSeek还只是个工具，无法代替人的全部，比如情感的表达、洞察灵魂的幽微、理解人生的苦难、培养人性的高贵等。这些是DeepSeek无法完成的。诗人李少君在《AI时代，写好你的个人史》中说：“人和AI的区别则是人有情感，人本质上是情感的存在，情感是人之本质。在AI时代，AI也会文字，‘语言是存在之家’已经破灭。人是一个永恒的情动者，这才是人之意义所在，也是人类的优势。”

总之，DeepSeek的出现，是对AI技术的一次免费普及，是人类的智慧甘霖，每个人都可以得到滋润，从繁琐的重复劳动中解放出来，还我自由身。像孙悟空一样，每个人都有千里眼、顺风耳、分身术。这就是最大的善意。

蛇年新气象，蛇行千里，DeepSeek为春节增添了科技感年味。让我们一起“深度求索”，让一切创新源泉充分涌流。

多地争抢哪吒“户籍”为哪般

□ 张九龙

2月6日，影片《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）超过《长津湖》，登顶中国影史票房榜。与此同时，各地文旅部门迅速行动起来。四川宜宾的哪吒故里景区连夜更新宣传片，将电影中的经典场景与实景拍摄无缝衔接。天津河西区在24小时内推出哪吒主题旅游线路，将博物馆、文化街区、主题餐厅打包成套餐产品……

流量变现的短期效应确可观。但哪吒是个虚构人物，虽有原型，其来源十分复杂，从无从定论。在传统民间信仰中，哪吒是超越地域的普世性神祇，其庙宇遍布天下，各地想找些关联并非难事。眼下，出于经济利益，一些地方执着于将神话人物锚定在具体坐标，大可

不必。

在注意力经济时代，借势营销是文旅产业的基本功，可就算搭上便车，一不小心也许会被流量反噬。比如，部分景区为赶热度仓促上马项目，导致体验质量参差不齐；一些地方过度商业化开发，破坏了文化景观的原真性；更有甚者，为了论证合理性、正当性，不惜编造历史依据，上马假项目。

短期流量的涌入，并不能保证文旅产业的长期繁荣。许多“网红”城市在经历了短暂的热潮后，因为缺乏深度的规划和持续的投入而迅速冷却。可见，文旅产业发展需要的不仅是短期的关注和流量，更需要长期的积累和沉淀。这包括对文化资源的深度挖掘、对旅游产品的持续创新以及对游客体验的不断优化，得有系统化思维，且耐得住性子。

迪士尼的米老鼠形象历经百年而不衰，靠的不是简单的形象复制，而是不断赋予其新的时代内涵。日本熊本县通过熊本熊IP的开发，不仅带动了旅游业，还促进了农业、制造业的协同发展。反观“哪吒”主题开发，大多停留在形象借用层面，缺乏深度的内容创新。一些地方仍局限于景区门票和纪念品销售，缺乏对“哪吒”产业链的深度挖掘。这提示我们，建立专业的内容创作团队，持续产出优质的文化产品，才能保持文化IP的活力。可以考虑开发主题研学、文化创意、数字娱乐等多元业态，形成生态闭环，才能真正实现文旅融合高质量发展。文化传承与商业价值的平衡至关重要。过度商业化会导致文化内涵的流失，而过于保守又难以适应现代市场需求。

在将神话传说转化为文旅IP时，不应止步于地理符号的争夺，而需坚持长期主义，多做“加法”“乘法”。《哪吒2》的制作团队在取得《哪吒之魔童闹海》的巨大成功后，并没有急于推出续作，而是选择闭关五年，专注于续作的精雕细琢。《哪吒2》的角色数量是前作的三倍，特效镜头超过1900个，全片镜头数达2400多个。这种“笨功夫”式的创作方式，虽然耗时耗力，但最终呈现出的效果却是震撼人心的。

当热潮退去，真正能留下的是那些深耕文化内涵、创新表现形式、注重用户体验的东西。真正的文化传承，不在于为了争夺短期的流量，去考证神话人物的户籍所在地，而在于让神话人物的精神内核，在当代人的生活实践中获得新的诠释，真正赢得市场的尊重。

带着诗意和世界相遇

□ 李佳汶 田可新

《我在岛屿读书》作为文化类综艺节目的一股清流，从第一季至今，致力耕耘优质原创内容。第三季带着诗意，乘着阅读的风，来到了历史悠久、文化底蕴深厚的希腊克里特岛。来自不同文化背景的作家和读者在此相遇，实现一场历史与现实交织，东方与西方对话的奇妙旅程。

节目开播以来，坚持“岛屿+书屋”的综艺模式，着重突出“书屋”所代表的诗意与“岛屿”所代表的远方，观众跟随余华、苏童几位老师的脚步，如同云上旅游一般，共享诗与远方。即便不喜欢读书的朋友，也能通过节目感受阅读的魅力。这不仅拉近作者和读者的心灵距离，也消弭现实与远方的时空

距离，为观众打开一扇可以自由畅游的文学窗口，或许这也是节目的初衷。

和前两季相比，《我在岛屿读书》第三季特别选取了风景优美的克里特岛。该岛位于爱琴海的最南端，是希腊最大的岛屿。作为第一个欧洲文明米诺斯文明的发源地，克里特岛也是希腊古老文化的中心。从海南的分界洲岛，到珠海的东澳岛，再到希腊的克里特岛，可以看到节目组在不断尝试新的可能。走出国门，为东方文明和西方文明的交流互鉴提供契机。

《我在岛屿读书》第三季以嘉宾的视角为主线，他们既是作者，也是读者，双重身份的融合让节目充满趣味。徜徉在古老的岛屿，诗意随风而来，读者和作者相遇。嘉宾们畅聊曾经阅读的书，寄书环节，阅读着来自读者的信

件。正如余华所说，“因为阅读，世界将从我们眼前开始”。

节目中文学气息浓厚，连对话都充满诗意与哲理。夕阳下拍照的余华说，“你看着夕阳，我看着你”。闲聊中走神的苏童说，“走神也是旅行”。在参观克里特岛上威尼斯人建造的堡垒时，历史的厚重感扑面而来。苏童感慨，“你看眼前这座堡垒，它历经沧桑安坐在那里，一定端详过每一个走进它的面孔。有将领、有谋士、有战士、有平民，后来有学者、有政治家、有艺术家、有游客。直到今天，又有了我。我们这些面孔，穿越了时间和空间，这一刻在此相遇。”

《我在岛屿读书》第三季的“出海”之行，让来自东西方的文化拥有一次短暂的对流对话。嘉宾们聊起战争题

材和英雄主义，来自中国的《三国演义》让人感受到桃园三结义的特有浪漫，来自西方的悲剧人物如《静静的顿河》中的格里高利，《荷马史诗》中的英雄奥德赛让人唏嘘。节目以中外文学经典作品为线索，在嘉宾们兴致盎然的对话中，搭建起东方和西方文明交流互鉴的桥梁。

《我在岛屿读书》开创了独特的文化综艺模式，本季“世界从眼前开始”的主题让观众跟随嘉宾的脚步跨越大洋，带着诗意和世界相遇，正如程永新在节目中所说，“读诗就是了解世界的一种方式”。节目通过文学阅读，不仅跨越时空让我们找回精神的主动权，也为我们打开观察世界的窗口。当心烦闷时，不妨看看《我在岛屿读书》，让心灵在诗意的远方短暂畅游一会儿。

以创意为翼，戏曲“破圈”迎春

□ 金瑞安 田可新

刚刚过去的这个春节，“非遗+”成一大热词。事实证明，春节与许多非遗项目高度适配。从大年初一到正月十五，在喜庆的氛围中，古老传统和“中式浪漫”碰撞出无限创意，呈现各种惊喜。其中，戏曲元素格外突出。戏曲节目、戏曲晚会都分外亮眼，令大众印象深刻，为首个“非遗春节”增添了浓郁的文化韵味。

央视春晚晚中，小品《借伞》围绕民间传说《白蛇传》中的经典桥段展开，以一把西湖绸伞为线索，各版本的“许仙”“白素贞”“小青”轮流登场，与

同佩伦版许仙“过招”。节目巧妙串联京剧、粤剧、川剧、越剧四个剧种，不同剧种的演员用各具特色的唱腔和表演，将《白蛇传》的故事重新演绎；央视春节戏曲晚会更是集结了全国近80个戏曲院团、30多个戏曲剧种，百余位名家名角、新生代传承人、跨界演员歌手纷纷亮相，《百戏芳华》以集群化的方式精彩展现了京剧、黄梅戏、豫剧等传统戏曲的独特魅力；河南卫视推出了以豫剧、曲剧等为主的戏曲节目，让观众领略中原戏曲的独特魅力；浙江卫视的戏曲晚会则以越剧为重点，展现了江南戏曲的婉约之美……丰富多样的戏曲节目，让不同地域、不同风格的传统艺术

生动绽放，彰显其强大生命力和广泛影响力。

让更多年轻观众爱上戏曲，不难看出上述演出都想以春节为契机实现“引流”。所以，大批主创团队将戏曲与虚拟现实技术的结合作为创新点，利用戏曲+现代科技、戏曲+新媒体技术、戏曲+游戏动漫、戏曲+电影等跨界手段，实现非遗节目内容编排年轻化、趣味化。

可喜的是，非遗戏曲不仅在年轻人群中热度上升，传播范围还实现了“跨越山海”，戏曲名段被表演者带到世界多个城市地标。央视春节戏曲晚会的戏曲融合秀《跨越山海》

中，粤剧名家曾小敏、京剧名家王佩瑜、昆曲名家施夏明与舞台大屏幕上来自海外的戏迷观众们同声高歌。海外戏迷观众完成了一场跨越空间的大合唱，以多媒体技术搭建了戏曲联通世界的情感纽带，勾连出了人们朴素真挚的深情厚谊。

可以说，戏曲在这个春节叫好又叫座，赢得了不小的流量。从国内到国际，从年轻群体到海外票友，古老艺术都展现出蓬勃生机。这不仅是传统与现代科技的成功融合，更是文化传承与创新的新实践。展望未来，相信戏曲会以更丰富的形式、更广阔的舞台，绽放出更加绚烂的光彩。

自由式滑雪世界杯分站赛

李方慧首夺U型场地比赛冠军

□记者 于晓波 报道

本报2月16日讯 今天，在2024—2025赛季国际雪联自由式滑雪U型场地技巧世界杯加拿大卡尔加里站女子组决赛中，我省选手李方慧凭借第二轮90.50分获得冠军。她是本场比赛8名选手中唯一得分在90分以上的选手。这是李方慧在亚冬会为代表团夺得首金后，在重大国际赛事再夺一金，也是她职业生涯首次收获世界杯分站赛金牌。

亚洲羽毛球混合团体锦标赛

中国羽毛球队挺进决赛

□记者 于晓波 薄克国 报道

本报青岛2月16日讯 今天，国羽战胜日本队挺进决赛。2025亚洲羽毛球混合团体锦标赛在青岛展开半决赛争夺中，中国队以3:2逆转日本队，将在决赛中迎战印度尼西亚队。2月11日上午，2025青岛啤酒亚洲羽毛球混合团体锦标赛在青岛国信体育馆正式开赛。来自亚洲12个国家和地区的近200名运动员，在青岛为全球观众奉上精彩的巅峰对决。

我省奥运冠军李越宏

荣获国家体育总局征文一等奖

□记者 于晓波 通讯员 史文平 报道

本报讯 近日，国家体育总局直属机关党委面向总局系统开展2024年“逐梦体育强国 谱写盛世华章”主题征文活动，最终评选出获奖作品75篇，其中，我省奥运冠军李越宏的文章《让青春在奋斗中闪光》荣获一等奖。据了解，此次主题征文活动共有35个部门和单位推荐了265篇征文作品。

十五运群众项目

我省足球队誓师出征

□记者 于晓波 通讯员 宋莹 吴昊 报道

本报讯 日前，第十五届全国运动会群众项目足球比赛山东队出征誓师大会在济南举行，为即将踏上全运赛场的运动员和教练员加油鼓劲。据悉，2月20日，全运会群众项目五人制男子甲组预赛将在银川开赛，标志着全运会群众项目足球比赛正式打响。此次，山东队将参加群众项目足球比赛全部12个组别的角逐。

续写奥运冠军之城新篇章

烟台聚焦“十大引领型赛事”

□记者 于晓波 报道

本报讯 2月11日，烟台市体育局召开续写奥运冠军之城新篇章工作动员会，全力办好“十大引领型赛事”。这十大赛事就是要打造具有烟台特色的马拉松城市联赛、篮球城市联赛、黄渤海城市体育联盟消费季、“仙境海岸 冰雪奔赴”冰雪运动系列赛、“仙境海岸 好运烟台”全民健身运动会、“品重烟台 蓝色港湾”海上运动系列赛、户外越野系列赛、“进景区、进街区、进商圈、进企业、进农村”节假日系列赛，“山东好汉”武术世界大会创意赛、国内外高端大型赛事等十大特色鲜明、亮点突出、参与度高、影响力大的引领型赛事活动，加快建设滨海运动名城。

临沂马术开锣赛

在郯城成功举办

□记者 于晓波 杜辉升 报道

本报讯 2月15日，2025临沂马术开锣赛暨苏鲁邀请赛在临沂市郯城县中国汗血马繁育基地成功举办。此次赛事由临沂市体育总会主办，临沂市马术运动协会、郯城县文旅局、郯城县庙山镇政府和郯城县融媒体中心承办，来自周边苏鲁皖3个省的60余名选手参加比赛。

滨州冬季全民健身运动会

倡导“放下手机一起运动”

□记者 王凯 通讯员 王强 报道

本报讯 2月11日，滨州市第八届冬季全民健身运动会“小奥筑家”社区家庭健身素养大赛在阳信县阳光田园小镇滑雪场开幕。本次赛事以“放下手机一起运动，欢乐冰雪共创未来”为口号，本届冬季全民健身运动会设置个人、集体和儿童项目，为期两天。其间还举办“小奥筑家”社区家庭健身素养大赛，包括家庭足球赛、钓鱼达人、巨人筷子、默契投篮、协力竞速、超级奶爸、一分钟足球射门等项目。

“体彩新春季”

济宁体彩品牌推广活动进商场

□记者 于晓波 通讯员 赵智 征子 报道

本报讯 蛇年新春伊始，济宁体彩便带着“体彩新春季”品牌推广活动走进万达广场，与市民“益”起贺新年，花式迎新春。山东体彩新年首场责任彩票宣传活动也随之启动，让公益之光闪耀活动现场。蛇年新气象，扬帆再起航。