

# 让每一位公民都在科普宣传中受益

## ——记河南志明文化传媒有限公司

本报记者 李娅飞

### ■核心提示

“科普宣传是推动科技发展、构建和谐社会和强国富民的头等大事。在各个领域的发展进程中，科技知识运用无不体现‘科学技术就是生产力’的伟大真理。真心希望每位公民都能在我们的科普宣传中受益，希望科学技术普及全社会。”河南志明文化传媒有限公司、睢百连锁超市有限公司董事长陈志明如是说。

近年来，河南志明文化传媒有限公司，结合自身优势，认真贯彻落实科学发展观，有效整合各类宣传资源，积极配合党委、政府、科协、农办等搞好各项科普宣传工作，共绘科普蓝图。同时配合纪检监察、公、检、法、司、国土、水利、税务、商务、计生、卫生、疾控等各部门搞好各项法律、法规宣传，积极发布抗灾救灾信息和制作公益广告，取得了良好的社会效益和经济效益。河南志明文化传媒有限公司先后获得了河南省科普宣传先进单位、商丘市消费者满意单位、全国铁人三项锦标赛特殊贡献单位、国际铁人三项洲际杯赛暨全国铁人三项冠军杯系列赛特殊贡献单位、商丘市文化体制改革和文化产业发展先进单位、商丘市装饰行业先进单位、商丘市文化名城建设协会副会长单位、商丘市文化产品创意奖、五一劳动奖状等诸多殊荣。



三面跨路广告。

### 不拘形式，全面宣传科普知识；互惠互利，促进商业广告运行

河南志明文化传媒有限公司前身是成立于1999年的睢县知名广告装饰工程有限公司。10年来一直是当地户外广告界的领头羊，2009年正式更名为河南志明文化传媒有限公司。多年来，公司一直致力于文化交流传播、平面三维设计、影视制作等市场的拓展和广告媒体的投放及经营。并与商务部

“万村千乡”市场工程承办企业睢百连锁超市有限公司相结合，在睢县及附近县区多次大范围投放各类商业广告和科普文化宣传载体，内容涉及环境保护、国民教育、保健医疗、全民健身、人口计生、农业经济、节能减排、交通安全、抢险救灾、廉政文化、和谐社会、法律法规等各个领域的科普知识，

在整个过程中获得了良好的宣传效果，树立了极好的企业形象。公司在做好科普宣传的同时带动了商业广告，做好商业广告的同时融入科普文化宣传，二者互为依存，相融共生，受到社会各界的认可和赞扬，使文化传媒和商业广告市场得到进一步的拓展和巩固。

### 共建共享，发挥公司整体优势；持续发展，做好科普宣传工作

河南志明文化传媒有限公司是豫东地区较大的文化传媒公司之一。目前，公司现有一支职能完善的专业运作队伍，拥有6座广告塔和22处大型跨路广告杆及多条黄金路段的道旗广告权；遍布商丘市各县（市、区）城乡的各类宣传橱窗、宣传标牌1000多处，宣传车辆20余部。为了更好地搭建科普视窗宣传平台，公司在中原水城睢县湖滨广场制作的大型LED全彩显示屏，是目前苏鲁豫皖四省结合部面积最大分辨率最高的显示屏，有效宣传面积达21000平方米以上。与此同时，公司作为《豫周刊》的合作伙伴，具有专业的编辑和编排水平，担负着“科普天地、科普经营”的编辑编排任务。

河南志明文化传媒有限公司无论承办、举办、参与任何大型活动，总不忘把公益广告——科普宣传放在首位，力争在运作商业广告的同时，不影响科普宣传，且根据实际情况把具有时效性和地域性的科普知识及

时宣传出去。例如，公司借助承办中国冬泳网首届冬泳文化节的机会，提前3个月在报纸、宣传栏、广告牌等媒体上宣传“科学冬泳，强身健体”的有关知识和注意事项，宣传“全民健身，与小康同行”的科学理念，迅速掀起全县各界共同参与科普宣传的高潮。比赛期间，公司联合县科协、环保局、卫生局、疾控中心、国土资源局、建设局等单位在比赛现场设置科普宣传展板80多块，240多平方米，既节省了展板制作经费，又达到了很好的宣传效果。再如，玉树地震、舟曲泥石流自然灾害与上海特大火灾发生后，公司联合县科协在睢县车站广场大型户外广告牌、世纪大道、中心大街等各主要路段大型跨路宣传牌和广告塔、橱窗等多处及时发布有关抗震自救、防火逃生的科普知识，同时号召社会各界伸出援助之手，奉献一片爱心，引起各界强烈共鸣和参与。此外，公司利用作为“2007-2009年三届全国铁人三项锦标赛、中

国冬泳网首届全国冬泳文化节和首届睢县北湖旅游文化节”的广告总代理，作为央视“艺苑风景线”中原水城之行大型文艺汇演、“睢酒之夜”宋祖英演唱会的舞台和演出现场设计布置总代理，开展河南省“醒目标”中学生体育夏令营以及多次书画交流活动的机会无时无刻不将科普宣传穿插其中，受到社会各界和有关领导的高度评价。

只有掌握科普宣传的特点，用老百姓喜欢看喜欢听的多样化的形式来进行，才能搞好科普宣传工作，而其关键在于科普宣传队伍建设和科普宣传理念。公司认识到“科普需要平台、宣传需要人气、人多必须宣传、宣传多后才能普及”的基本规律，降低宣传成本，达到事半功倍的效果。虚心、诚心、耐心、全心联合各职能部门、各行业龙头企业、商会、协会、学会、明星名人等社会各界共同参与，科学谋划、整合资源、共建共享，使科普宣传工作得到可持续发展。

### 科学管理，完善设备保护措施；加强培训，提高自身综合素质

由于科普宣传公益性强，大多取得的是社会效益，因此作为实施和制作单位，几乎很少得到经济效益，从而造成科普宣传持久性的无法保障及科普知识内容更新周期长的缺点。针对此类情况河南志明文化传媒有限公司领导员工积极采取各种宣传形式，创新各种宣传方案，并综合实地考察情况，结合公司实际，制订了一整套保护措施。例如：公司员工许威、陈学超，花四天的时间在所有的公司户外媒体上制作上了明显标志：“科普宣传，你我参与！当您发现宣传牌损坏时，请拨打电话：8113388。”此外，科协还有针对性的为公司干部职工进行多次科普宣传培训和先进个人表彰，将员工们包装成为既是技术员又是科普宣传员的角色，从而使广大员工更深刻的认识到科普工作的重要性及科普宣传的重大意义，大大提高了公司员工的工作积极性。

### 创新载体，吸引群众目光；以身作则，树立科普形象

在如今信息发展迅猛的时代，人们更乐于接受以生动活泼的形式开展的科普宣传，因此科普宣传的载体应该更加多样化趣味化。例如，睢百连锁超市20多辆厢式配货车，车辆足迹遍布睢县各个村庄，具有流动性强、覆盖面大、受众广、易保护、成本低、效果好等优点，是科普宣传各项内容的绝佳载体。公司领导把想法告诉科协主席马建民，他非常重视，于次日亲自带领科协工作人员送来大量科普图片和册子，并挑选精华内容立即投入生产，不到半个月时间，睢百公司的车辆厢体上全部喷绘张贴出科普宣传画面，同时我们还运用荧光材料、音乐设备等新技术以吸引更多群众的目光。

公司还先后制定了一系列规章制度，对于科普宣传工作方面成绩突出者给予一定的精神鼓励和物质奖励。不仅规范了全体员工的言行，提高了大家的工作效率，为树立良好的科普宣传形象打下了坚实的基础。

### 加强协调，争得社会理解；整合资源，提高全民科学素养

在日常工作中，公司加强与县科协领导及各部门沟通，加强与社会各界和企业联系，争得人力、资金、材料支持，以保障科普宣传顺利持久的完成。实际宣传过程中，公司通过发放宣传单、宣传册、小礼品等形式获得广大群众的信任，通过与各村委会、睢百超市经销商的协商获得举办科普知识大课堂、绘制科技知识墙体画的允许。此外，协调本行业整合各种资源积极参与服务于科普宣传事业也是很重要的，公司联合志明传媒公司成员、睢百连锁超市516个经营部以及本行业的部分广告彩绘公司，根据“共建共享、互惠互利、多做贡献”的原则，充分利用各种资源进行全方位地广告宣传制作与科技知识普及。另外，该公司还借助各机关单位、团委妇联网站、睢县高级中学科技馆、实验室等平台，制作悬挂式电子屏幕、特色网页、实验步骤图纸，在其中穿插科普标语、激励名言以达到科普宣传效果。这一系列措施不仅提高本行业员工的科学素质，促进他们以更科学的方式更高的激情投入工作，还在学校、机关、街道、乡村甚至互联网上推广科学素质教育，促进科普宣传，提高全民科学素养。

# 中原水城书画折扇尽显中国风

## ——记河南志明文化传媒有限公司文化产业研发项目

本报记者 李娅飞

河南志明文化传媒有限公司在做好科普宣传的同时，还注重文化产业项目的研发，其中折扇就是该公司文化产业研发项目之一。

折扇，扇名。又名“撒扇”、“纸扇”、“徽扇”、“拍扇”、“摺迭扇”、“摺叠扇”、“聚头扇”、“聚骨扇”、“檀子扇”、“旋风扇”。多以竹木或象牙做扇骨、韧纸或绢绉做扇面，展开如孔雀开屏，呈半圆形，聚头散尾；收时似群仙聚首，持之在手，“持扇”谐音“慈善”，盘旋鼓风，逍遥自在。

折扇最早出现于公元五世纪的南北朝时期，是舶来品。第一柄折扇，传为日本遣唐使作为贡品带到中国，时称“倭扇”，其以桧树薄片缝制而成，史载为“桧扇”。《南齐书》上说：“褚渊以腰扇障日。”这“腰扇”，据《通鉴注》上的解释“即折扇”。不过那时还未“飞入寻常百姓家”。到了北宋，“拱州（今河南睢县）市井中所制折扇……展之广尺三四，合之止两指许”，市井有制，说明它已不是少数人专用的了，而是广为流传的商品。

一把折扇主要由扇骨、扇页和扇面三部分构成。普通的折扇，一般用竹木做扇骨，韧纸做扇面。讲究一点的，扇面上还要题诗作画。古时高级的折扇，扇骨和扇叶往往要用象牙制作，上边还要雕刻出各种纹饰，扇面也大多带有名人字画。亦有以翠玉、玛瑙、琥珀镶在扇柄上做饰者，更显精美。如今象牙禁止买卖，替代它的多为兽骨、牛骨或人造象牙。

睢县，古称襄邑、拱州、睢州。睢水沿岸百姓聪颖智慧，唐、宋、元、明皆有制扇和制笔作坊散落民间，睢州折扇和三和堂毛笔都曾作贡品进献朝廷。睢州更有以书画折扇做嫁妆的美丽传说，也有无名人手画不上花轿的淑

女嫁人故事，史上有兵部尚书袁克明、清末画家和民族英雄袁枚、三代帝王之师汤斌（皇帝赐号汤文正公）、宫廷画家蒋予检等众多文化名人，公安英雄任长霞故里，睢州人从古至今爱书画爱文，崇文尚武的民风民俗可见一斑。

河南志明文化传媒有限公司通过查阅史料，走访老艺人，寻找流传民间的折扇遗物，终于开发制作出“中原水城书画折扇”系列产品，新产品集川、浙、沪折扇之所长，把传统工艺和更多的华夏中原文化元素融入其中，依靠中原庞大的书画原创作品群落和丰厚的三商文化和河洛文化底蕴，把折扇文化带向更高远的境界，使之成为精美的艺术品和收藏品。

一、折扇文化带向更高远的境界，使之成为精美的艺术品和收藏品。一次宴会，河南志明文化传媒有限公司董事长陈志明先生曾戏云：“收藏扇子曰积扇，积扇者，积善也！”薛党军补充道：“藏一百个扇子，就是积百善喽！哈哈！”事实，一个人真是有100支不同名人字画的不同材质制作的折扇传给后人，不失为一笔财富，这个收藏过程就是在“积善”，因为上面的作品可能涉及百科、万象，极富研究价值。陈志明与褚云飞是好朋友，云飞擅画鸡、鹤，一日，陈请褚画鸡于两柄水城折扇之上，并强调一柄折扇一定画一只母鸡带五只小鸡，另一柄画雄鸡啼鸣，并亲题“五子登科”和“大吉大利”款，题款后

惊呼：“鸡扇，鸡扇；积善，积善！”从北京最高人民法院来睢的扶贫干部睢县常委副县长何腾先生盛赞“中原水城书画折扇是最环保的空调”，并赋诗一首相赠“日月生精气，铁骨怀清风；万物皆动化，神闲镇鬼雄。”

2008年和2009年，在河南省委、省政府举办的中原文化台湾行和中原文化港澳行等活动中，中原水城书画折扇在参展中受到了港、澳、台书画界和收藏界的高度评价，2010年在参展深圳文博会上被誉为“中原文化大礼”。近年来，中原水城书画折扇先后被韩国、日本、新加坡、澳大利亚、乌克兰、英国、美国等多个国家和地区收藏机构和私人收藏。

在2011年商丘市品牌暨文化产品博览会上，中原水城书画折扇被评为创意奖。中原水城书画折扇多次被多个部门和单位作为礼品赠送给国内外友人，他们无不交口称赞中原水城书画折扇上的中国元素。中原水城书画折扇扇面系用多款宣纸和书画专用锦帛制作，从不印刷扇面，全部手工绘制，作者群由省级以上书画家组成，创作队伍近200人，遍布河南各个地市。

如今，收藏高档折扇的人越来越多，无论是从收藏名人字画的角度，还是从“积善”的角度出发，无论是收藏扇面还是收藏扇骨，无

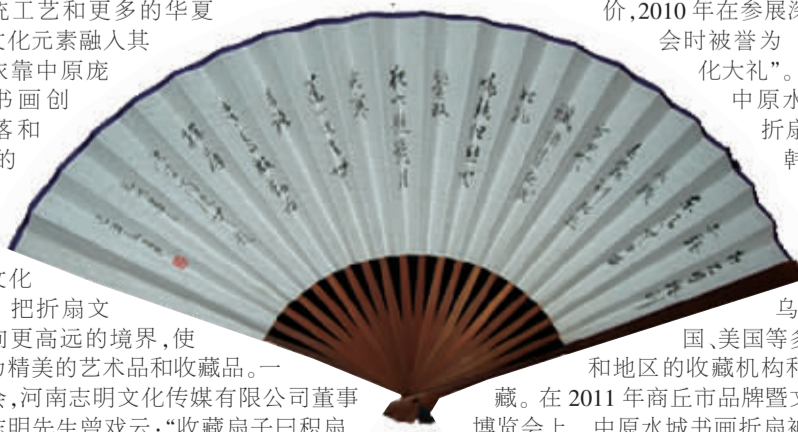
论是怀旧还是跟风，无论是馈赠还是购买，不管怎样讲，折扇正以其独特的观赏性、装饰性、易储存、便携带等诸多理由愈来愈受到文人墨客和收藏界的青睐，并逐步成为书画创作、文化交流、传播感情的平台和载体。“中国扇”鼓动了走向世界的“中国风”。而中原水城睢县作为国内最大的高档书画折扇的设计和生产基地之一，正以其特有的文化魅力把“中国风”、“中国扇”送向大江南北，送往世界各地，当然也送到了日本，那是折扇的故乡。

一柄折扇，观想两面。一面历史，一面现实。或书画，或留白。有德者存之，有才者思之，德才兼具者掌清风以适之。世事无常，聚散无定。摇清风以怀旧，睹风物以思乡。折扇啊，岂是俗物？

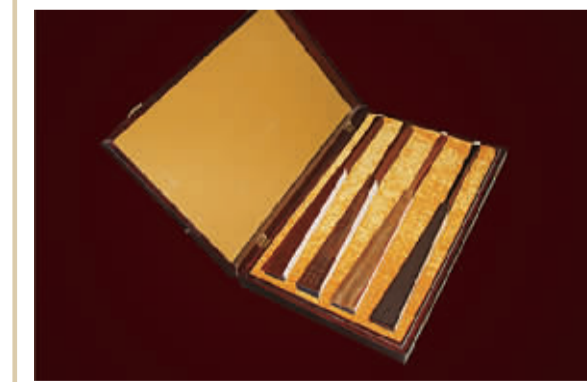
河南志明文化传媒有限公司董事长兼总经理陈志明，是个地道的文化人，同时也是国家“万村千乡”市场工程承办企业睢百连锁超市有限公司的董事长，有河南省书法家协会会员、中国硬笔书法家协会会员、北海南亚书画研究院副院长，北京盛世轩特聘书画家，河南省“万村千乡”市场工程发展促进会副会长，河南省对外商务交流协会副秘书长，商丘市文化名城建设协会副会长，睢县书法家协会副主席、睢州书画院院长、睢县工商联副主席等企业领导职务和社会兼职，无论是在商界和文化界都享有很高威望，其在书画方面的修养决定着公司开发文化产品的方向，目前公司联合有关单位和部门研发的文化产品项目有中原水城北湖文化石长廊、全真丝画卷、竹木雕刻、根雕、三维动画设计还有非物质文化遗产睢县皮影戏等。

河洛唱河南，河汉有声；商贾聚商丘，商机无限！

（本版图片均为资料照片）



乌克兰、英国、美国等多个国家和地区收藏机构和私人收藏。



中原水城书画折扇。