

如何透过历史剧这扇“窗”



天天娱评

□刘宗智

《太平年》播出后，掀起了一波“五代十国考据热”。有观众觉得剧集信息密集，“边看剧边查资料”；也有观众认为这段历史本身冷门，观剧存在“门槛”。

当一部电视剧成为观众接触

某段历史的“第一课”，我们应当持怎样的态度？必须明确，历史剧并非教科书，其本质仍是艺术创作，艺术创作过程中，必然涉及对史料的剪裁、融合甚至艺术虚构。以《太平年》为例，编剧董哲以“太平愿景”为脉络，舍弃了部分通俗叙事的捷径，转用凝重的笔触，聚焦吴越王钱弘俶与宋太祖赵匡胤的人生轨迹，交织呈现后晋、后汉、后周及南唐、吴越等政权的兴衰更迭，最终落笔于“纳土归宋”。

要求一部剧集“面面俱到”或

“完全真实”，既不现实，也不符合艺术创作的规律。反之，若观众将艺术作品的叙事直接等同于历史全貌，将艺术真实简单置换为历史真实，便容易陷入一种“用剧情逻辑理解历史逻辑，以人物命运替代时代脉络”的认知误区。

透过历史剧这扇“窗”，观众得以窥见历史的某个切面，感受其温度与质感，但绝不应将其视为历史的全部真相。历史剧的价值，在于激发观众对历史的兴趣与好奇心，引导他们走出荧幕，去探寻更真实的历史世界。

《太平年》中“可供考据的历史肌理”

记者 刘宗智 济南报道

历史剧《太平年》近日持续热播，将一段波澜壮阔却又相对冷门的“纳土归宋”历史生动呈现于观众眼前。随着剧情推进，“五代十国”重新成为观众关注与讨论的焦点。不少观众边追剧边查阅资料，直言“补上了一堂历史课”。

《太平年》承载的历史底蕴源远流长。五代十国时期孕育了许多流传后世的文化典故，至今仍熠熠生辉，其中关于吴越的文化典故，多和吴越开国君主钱镠有关，钱镠是剧中的九郎钱弘俶的爷爷。比如“一剑霜寒十四州”，这一充满豪气的名句，出自晚唐诗人贯休为求见

吴越开国君主钱镠所作的《献钱尚父》。诗中运用大量华丽辞藻铺陈赞誉之词，既颂扬钱镠权势之盛，又暗含对时局的感慨。其中“满堂花醉三千客，一剑霜寒十四州”通过宴饮场景与军事意象的对比，展现钱氏治下声威；尾联更以“金天柱”作喻，将钱镠推崇为东南砥柱。

而另一句柔情缱绻的“陌上花开，可缓缓归矣”，则源自钱镠写给夫人吴氏的一封信。据《十国春秋》记载，吴氏王妃每年寒食节归临安省亲，钱镠见春色渐浓，心生思念，便修书致意，委婉催归。这短短九字，将催促之意掩映于对春日风光的关切之中，情意深长，被后世传为佳话。

除了钱镠相关的典故，还有诸多故事流传至今。在剧集《太平年》中，有四场“黄袍加身”戏码，包括刘知远、郭威、赵匡胤称帝以及钱弘俶称王，其中钱弘俶称王“黄袍加身”为艺术虚构，其他三场“黄袍加身”戏码有历史记载。

在艺术上，南唐后主李煜，不仅以凄婉词章留名文学史，其独创的“金错刀”体书法亦笔力刚劲，别具一格。南唐顾闳中的《韩熙载夜宴图》以连环长卷的形式捕捉人物神态与宴会场景，成为古代人物画的经典。目前《太平年》播至中段，李煜的诗歌和名画《韩熙载夜宴图》是否有表现尚不得知。

编辑：孔昕 美编：陈明丽

2026安心“美·育”消费品质提升行动在济南启动 政企媒消四方联动，共筑消费新生态

记者 王晓美 徐田田



2月3日下午，“2026安心‘美·育’消费品质提升行动”发布会在济南举行。本次活动响应中国消费者协会2026年“提升消费品质”维权年主题，落实省委省政府“推动高质量发展、创造高品质生活”部署，聚焦母婴家庭、医疗美容、健康服务、教育消费等民生重点领域，旨在构建“政府引导、媒体监督、行业自律、企业主责、消费者参与”的共治格局，破解消费痛点，营造安全放心的消费环境。

活动以“悦己悦家，安心守护每一程”为主题，由山东数字文化集团、山东省消费者协会指导，齐鲁晚报·齐鲁壹点主办，山东省孕婴童产业服务协会、山东省民营整形美容协会、山东省健康商会、山东省书业商会、山东省眼镜商会共同协办。山东数字文化集团有限公司党委委员、副总经理李艳，山东省消费者协会副会长兼秘书长田利珍，山东省消费者协会秘书处副秘书长张有文，山东齐鲁壹点传媒有限公司副总经理郭强，山东省民营整形美容协会会长、济南曹博士美容整形医院院长曹京敏等领导嘉宾出席活动。

田利珍在致辞中强调，消费安全是民生底线，消费品质是发展标杆。当前母婴、医美



记者 邵景雨 摄

等领域消费需求旺盛，但信息不对称、服务不规范、维权成本高等痛点尚未根本解决。本次活动推出的全链条消费保障体系，是凝聚社会各方力量、完善消费信任机制的有益探索，彰显了主流媒体与行业协会的责任担当，将为山东消费环境优化注入强劲动力。

李艳表示，山东数字文化集团作为省属国有文化企业，始终以数字化赋能民生服务为己任。旗下齐鲁晚报·齐鲁壹点依托下载量突破1.05亿、汇聚25万情报员的齐鲁壹点及壹点情报站，在消费维权领域积累了扎实实践。此次行动是数字文化赋能消费升级的创新举措，集团将推动数字技术与消费监督、科普宣传深度融合，助力构建高效透明的消费服务体系。

活动现场，“2026安心‘美·育’消费品质提升行动”正式启动，标志着山东重点领域消费品质提升与维权服务体系迈入新阶段。同步举行的“省消协及行业商协会新媒体入驻齐鲁壹点壹点号”仪式，将构建“服务直达、互动交流、宣传教育、舆情收集”于一体的智能化维权服务矩阵，让消费者维权更便捷、诉求响应更高效。

齐鲁晚报·齐鲁壹点孕婴童频道主编、山东省孕婴童产业服务协会秘书长王晓美详细解读了行动四大核心举措：一是上线壹点“美·育”消费权益守护站，开设政策解读、消费提示、爆料互动等板块，支持文字、图片、视频多形式维权反馈；二是建立“平台+热线”双线维权矩

阵，开通线上监督热线0531-82625452，实现权益守护“一键直达”；三是打造“品质消费明镜台”，通过“星光榜”树立行业标杆，“避雷榜”预警消费风险，为消费者决策提供参考；四是开展“消费那些事”权益保护公开课，围绕母婴护理、医美安全、健康教育等高频话题，以线上直播+线下讲座形式定期科普。

山东省民营整形美容协会副会长兼秘书长吴洪树围绕《承诺效果型医疗美容消费争议解决指南》，结合典型案例深入解读行业消费争议处理要点，为规范医美服务流程、保障消费者合法权益提供了标准化实践指引。

山东省民营整形美容协会会长、济南曹博士美容整形医院院长曹京敏代表协办单位发布《优化消费环境 提升消费品质》联合倡议，呼吁企业坚守诚信底线，行业强化自律引领、消费者增强维权意识，政企媒消四方携手共建“安心消费、悦己悦家”的良好生态。

此次发布会搭建起政企媒消多方协同的长效合作平台。未来，各方将以此次活动为契机，同心协力破解消费痛点，让“安心消费”成为山东鲜明品牌，为全省消费市场高质量发展、创造人民高品质生活贡献力量。

目前，齐鲁壹点情报站已上线#悦己悦家，2026你的消费心愿是什么？#互动话题，欢迎广大消费者积极参与互动分享，可以是暖心推荐，也可以是消费真实经历……优质互动内容将有机会纳入“品质消费明镜台”参考或有机会获得平台推荐奖励。后续还将推出母婴、医美等细分领域消费相关互动话题，欢迎大家持续关注。