兴趣培训，总有一款适合你

经济日报·中国经济网记者　常　理

读者点题

现如今，伴随着人们收入水平的提高，对美好生活也有了更高的需求，越来越多的成年人也像孩子们一样，走进各式兴趣班、培训班，工作之余享受生活、陶冶情操。

然而，市场上涌现出的各类培训类课程让人眼花缭乱、难以取舍，茶艺、花艺、香道、书法、绘画、烘焙等以前非常小众的兴趣或者技能培训，越来越多地走进了人们的生活，成为公众津津乐道的精神文化需求。

近日，《经济日报》记者在调查时发现，伴随着消费升级的步伐，培训市场也出现了一些新变化、新气象。

上图　故宫书画院的学员们在学习工笔画课程。

右图　艺仁茶艺国贸校区茶艺课讲师艾柳秀（右）在手把手教学员泡茶手法。　　本报记者　常　理摄

变化一：不再是从业者“专属”课程

周六清晨，忙碌了一周的人们大都选择在家睡个懒觉，好好休息。然而，家住北京西城区的朱昕姝女士却有着不一样的规划：上午9点半去马连道学习茶艺，中午随便吃点东西，下午再学习两个小时的花艺，晚上还要赶到大望路听演讲口才的课程。

一天的行程听起来忙碌，但是朱昕姝却乐在其中，丝毫不觉得疲惫。“我喜欢在闲暇时间学习一些与工作无关的知识，拓宽自己的视野，让生活更加充实和精彩。”

时下，有着和朱昕姝同样想法和经历的人还真不在少数。这一群体里的人们之间有着一些共性：首先工作不是特忙，有一些自己的时间；其次，生活压力不是很大，花几千上万元报一个课程不在话下；第三，都比较“小资”，对生活品质要求较高，希望通过茶艺、花艺等课程提高自己的素养和气质。

艾敏是资深茶艺培训师，2007年她在马连道创办了北京艺仁茶艺培训学校，从事专业的茶艺培训工作。同时，作为国内茶艺最高等级的一级茶艺技师，她也身兼国家茶艺师的考评委，每年从她这里毕业并拿到国家茶艺师资格证书的学员有上百人。

在过往的经历中，艾敏发现，近几年的学员类型发生了很大改变。“以前我们这里的学员还主要以茶为主业的从业人员，比如茶馆、酒店、饭店的茶艺师，或者自己开茶叶店的老板等。可是这两年，其他行业的人来我们这里询问、报班的人多了起来，只是因为单纯兴趣和爱好，他们学起来都非常用心。”

张天行就是其中一位，这个“90后”香港男孩酷爱茶艺，但苦于香港当地没有喝功夫茶的习惯，也没有系统学习茶艺知识的地方。一次偶然机会，他看到了艾敏的公众号，于是专门从香港来到北京报了一个中级茶艺师的课程，集中学习一段时间并考下了茶艺师证。张天行说，他回香港后打算结合当地情况开一家茶叶店，弘扬茶叶和茶艺文化。

在看到当前茶艺市场旺盛需求后，艾敏选择在白领云集的北京国贸商圈开设了艺仁茶艺国贸校区，用于满足CBD地区群体对茶艺培训的需求。“课程设计上作了适当调整，因为兴趣类学生与从业者之间还是有本质区别的，诉求点不同。”艾敏说，兴趣类学生对实用性和操作性要求比较高，希望能品尝到各式的茶叶，将茶叶、茶艺作为一种与人交流沟通的媒介。从业者则需要学习更多的理论知识，并且需要熟练掌握上台表演技能。

近几年兴起的花艺培训也受到了消费者的追捧。艾敏说，目前市场上花艺主要有两大类，一个是中华花艺（从台湾流传过来），另一类是日式花艺。2015年，艾敏开始邀请专业花艺师到校教授花艺课程。“花艺的客流量很大，来上课的主要是女白领和家庭主妇，还有一些自由职业者。”艾敏说。

变化二：传统推广方式难以为继

当前，互联网正改变着每一个人的生活方式和生活习惯，传统培训行业也衍生出一些新的模式和方法。

小吴是位在校大学生，去年寒假，她帮忙给北京市朝阳区的一家培训机构做推广，这家学校涵盖茶艺、花艺、古筝等多门课程。

“我当时也没经验，同机构老师一合计，咱发传单吧，现在二维码这么方便，肯定会有不少人关注。”小吴回忆说。于是，学设计出身的她施展浑身解数，制作出了一份让人“脑洞大开”的宣传单。对这张宣传单的效果，小吴信心十足。

然而，很快这种信心就被残酷的现实打败了。原来，两周下来，小吴发了几百上千份传单，去了几十家商铺推广，结果连一个扫码加微信的人都没有。“免费赠送的上门体验都没有人感兴趣，更不要说让他们花钱报班了。”小吴无奈地说，这个概率实在是太低了，犹如大海捞针。

其实，与其说这是一个小概率事件，倒不如说在互联网时代，传统推广模式的效果大大缩水。记者随机询问了几位路人，他们均表示，即使自己喜欢这些培训，也不会通过路边发传单这种模式去报班，因为“感觉不正规”。

眼看这条路行不通，小吴想到了大众点评。在做了一番市场调研后，她发现北京国贸商圈有几家做得不错的培训机构，点击浏览量都有几千份，有一家机构的单次课程销售量达到1000多份。

“想用传统的地推和口口相传方式达到这种客流量，几乎不可能，真的是时代变了，做生意的思维模式也得转变。”该机构负责人陈老师说。

最终，该机构与大众点评签订了入驻协议，一年的费用是2万多元，而且买流量的费用还需单算。

其实，除了像大众、口碑等这样的平台型网站之外，一些传统的培训机构也在运用互联网、新媒体作传播和推广。

最有特点的要数故宫了。且不说去年故宫的文创产品卖出十几亿元，单单传统文化兴趣班这块就早已做得风生水起。记者采访中发现，故宫书画院通过公众号等方式发布招生信息，开办书法、工笔画、雕刻等课程，一套课程下来要几千上万元，价格不菲。尽管如此，前来报名的人仍源源不断，每期一两个班很快就能报满。

家住北京海淀区的许女士通过网上预约方式报了一个书法班和一个工笔画班。她说，如果不是现在互联网这么发达，信息获取渠道这么多，自己也不会知道故宫书画院会有这样的对外兴趣班。

变化三：消费者更注重体验和服务

香道是较茶艺、花艺更为小众的一类培训。在我国唐宋时期，花艺、焚香、点茶、挂画被统称为“四艺”，是当时人们最普遍的生活素养。但近现代之后，香道在国人的视线中渐行渐远，直到最近几年，国内香道文化逐渐复兴，受到了企业家和小资白领的喜爱。

市民胡女士是一家企业高管，多年前一次逛街，偶遇一家店铺，被里面的香气所吸引，不由得走进店铺，询问之后她得知那是檀香的气味。“直到现在，我还能清晰地记着那味道。”

从那儿之后，胡女士便开始接触香道，并逐渐着了迷。今年初，她在马连道一家香道馆报了一套香道课程，准备系统地学习一下。

胡女士说，之所以喜欢香道，是因为在体验香道时，不说话、不走动、不看手机，大脑一片空白，让身心处在“与世隔绝”的状态下。“耳边只听得到清幽的音乐，鼻间只能闻到令人陶醉的香气，那种感觉实在是太美妙了。每次上完课，感觉什么烦心事都忘掉了。”

“现在市场上对高端培训的需求很旺盛，不差钱的人很多，关键看店家的质量、品质、服务水平，以及能否给消费者带来身心放松的体验。”陈老师告诉记者，客户的评价直接关系到商家的口碑及信誉。

以大众点评为例，记者看到，平台上的每一家商户下面都有点评，并根据质量还分为普通点评和优质点评，100字以上配三张照片的就是优质点评，对店铺的加分有好处。评分高的店铺排名靠前，容易被人看到。

大众点评的一位业务员张溪告诉记者，网站对点评有着严格管控，凡是疑似刷点评的行为一律拉入黑名单，一旦拉入，该店铺将一周没有星级评价，搜索后的排位也降到最末端。

在这种评价机制下，每一个客户的体验和真实感受都是非常重要的。陈老师说，经常有客户把周边几个培训机构的课程都约一个免费试听或者9.9元的团购，然后再从中选择自己喜欢的。在这种商业模式下，店铺与店铺之间的竞争不再是简单的拼价格拼实力，服务水平也至关重要。

家住北京朝阳区的卓姐，在综合考虑了很多因素后，去年底最终报了一个茶艺培训班。“师资水平当然是最重要的，除此之外交通是否便利，教室环境氛围如何，温度、光线，老师上课的亲和力，客服人员的服务态度，都要综合考虑。”卓姐说，毕竟商家很多，可比较可参考的对象也多，自然要找一个自己最满意的班去上。

美好生活

穷村脱贫是美好生活的开始

肖新超

谈起“美好生活”这个话题，仁者见仁智者见智。笔者认为，用事实说话才是王道。在我们河南项城市高寺镇张老家村，老百姓通过自身努力都过上了好日子，领悟到了“美好生活”的真谛。

在张老家村松鑫服装厂，笔者看到，车间里100多台机器前，坐满了赶制订单的工人。这些工人大都是本村留守妇女，工作在村里，吃住在家里，很方便。村民杨令在这里工作快一年了，每月收入1800余元。她说：“工资比外面少些，但开支小，又能顾家，比出去打工强多了。”

投资100多万元的松鑫服装厂于2017年4月份建成投产，吸纳了全村30多人在家门口就业。

为了让那些经济条件不太好的村民尽快过上好日子，张老家村的村干部想了不少点子。譬如，在张老家村委大院内张贴着村里贫困农户的基本情况，且每户下面都附有二维码，用手机一扫，详细信息一目了然：致贫原因、帮扶措施、帮扶人、联系电话等。怎样确定贫困户？如何将上级扶贫政策精准落实到户？为此，张老家村村干部挨家挨户了解情况，召开党员、群众代表会议评议，做到公开、公正、透明，让村民信服。

张老家村还推进光伏发电项目，利用村级集体用地、废荒地，免费安装光伏发电设备，通过向国家电网并网销售，每户贫困户收益3000元，享受20年收益。此外，村里还引进了河南广播电视台“互联网+就业”打工直通车终端设备，使村级集体经济得以壮大，并落实了“雨露计划”、大病补充医疗保险等惠民政策。

脱贫靠帮扶、靠政策，调动了贫困户的积极性。村里帮助贫困户张勋冬搞起了养殖业，生产的“脱贫鸡”“脱贫鸭蛋”十分畅销，还引导贫困户张国红办起了变蛋加工厂。如今，70多岁的张勋冬一提起脱贫就很激动：“今年春节，项城市委的领导冒雪来慰问我，我不脱贫怎么对得起他们？”张勋冬当起了全村脱贫带头人，联合7家贫困户一起宣布脱贫。

张老家村的例子表明，只要下足功夫，拓宽农民致富渠道，就能从根本上拔掉穷根，让老百姓逐步过上美好生活。

每个人都要树立美好目标

赵登亚

我们每个人必须要有切合实际的美好目标。以我亲身经历为例，主要包括如下三个方面。

第一，要根据自身实际树立目标。每个人经过努力奋斗，都可以实现自己设定的目标梦想。13年前，我一没专长，二没学历，打工收入较低。经过10年奋斗，我通过了自学考试，有了专业和学历，也从事了自己喜爱的新闻工作。

第二，要精心研究，针对目标选对路子。13年前，我发现自己最缺乏的就是新闻、信息理论知识，写出的作品很难上档次。我参加了省、市、县宣传系统组织的专业培训班，充实自己，以学习促工作，以工作促学习，工作迈上了新台阶。

第三，要有持之以恒的奋斗精神。为了不影响工作，我白天工作，晚上自学。另外，我还将外出候车、做客候客的时间全部用于看书学习，经过5年多的奋斗，最终拿到新闻本科文凭。

（作者单位：江苏省沭阳县东小店乡政府）

读者聚焦

风吹麦浪，书香万里

潘铎印

农家书屋，是农村居民身边的“图书馆”。当前，农家书屋正在成为农村居民提升素质的“新阵地”，村风文明建设的“加油站”，农村孩子成长的“安乐窝”。同时，农家书屋还打通了文化惠民“最后一公里”，丰富了广大农民群众的精神文化生活，为农村文化建设和农村社会发展提供了有力支撑。在看到喜人成绩的同时，农家书屋在新时代也面临着一些亟待解决的问题，其中最突出的一点，是农家书屋的发展不平衡和不充分问题。比如，在有的地方，农家书屋运营管理不善，配书不当，设置地点让人阅读不方便，图书更新频率慢、部分书屋“闲置”“冬眠”等。这些问题的存在，让农家书屋在一定程度上影响了农村居民的阅读体验。

新农村要有风吹麦浪，也要书香万里。建议各级基层政府在加强农家书屋建设中，坚持以人民为中心的工作导向，致力于满足农民群众日益增长的美好生活需要，推动农家书屋的深化服务。给农家书屋配送和捐赠图书，一定从当地实际出发，以服务农民需要为原则，注重结合地方资源和发展，实施精细化、精准化供给，做到图书配送更有针对性，更能发挥图书的使用价值，更好地满足农民需要。

（作者单位：山东省青岛市审计局）

在河北邯郸金隅太行有限责任公司，企业员工（左一左二）正在向前来调研的邯郸市峰峰矿区国税局的工作人员学习税法知识。　　吴小勇摄

读者观察

心驰神往“三雅道”

心　月

国学、围棋、古琴热度一直不减，近几年，热衷学习茶道、花道、香道的人也多了起来。有需求就有市场，相关的培训机构也如雨后春笋般冒了出来，价格还不菲。

花道、茶道、香道，经常被人们称为三雅道。这三道与中国传统文化息息相关，对它们的喜爱，正是当下人们对传统文化热情不减的一种折射。更重要的是，这三道与日常生活水乳交融，能给我们平淡的日子带来宁静与快乐。茶、花、香，让人透过味觉、嗅觉、触觉与视觉去品味生活中美的意境，心灵充满愉悦，从内心燃起对美好生活的向往。

其实，茶道、花道、香道完全可以叫茶艺、花艺、香艺。它们植根于传统文化，深深打着文化的烙印。但自古以来，却不是文人雅士的专利，它们虽然被文人雅士所追捧、创造、记录，但始终是融入在历朝历代百姓的日常生活中，是百姓生活的组成部分。如果说文人雅士追逐茶道、花道、香道是为了参悟人生至理、提高内在涵养与修为，那么百姓喜爱茶艺、花艺、香艺，更多是践行一种美好快乐的生活方式。所以在宋代，斗茶、品香、插花、挂画被称为生活四艺，不独文人雅士爱好，市民阶层也乐此不疲。

事实上，能流传千百年的“道”或“艺”，一定是能够表达人的内心、激发人的内心、满足人的内心，茶艺、花艺、香艺虽比不上唐诗宋词等文化瑰宝，却也因为给人们带来愉悦、获得广泛喜爱而生机勃勃，成为古往今来的一抹独特景致。

茶道、花道、香道今天又一次激发起人们的兴趣，可以说是传统文化精神的复苏，也可以看作是对承载这些精神生活方式的找寻。说到底，人们在充满压力和浮躁的社会中，开始找寻一种恬淡、闲适和宁静的存在方式，从而满足内心的愉悦和快乐。

茶道，通过沏茶、赏茶、闻茶、饮茶，静心静神、品味生活和内心。花道，适当截取树木花草的枝、叶、花朵插入花瓶等花器中，讲究意境美，舒展情趣。香道，将沉香、檀香及熏香点燃所产生的香气，配合富于艺术性的香道具，营造出典雅清丽的环境，从而调息、通鼻、开窍、调和身心。这一切的本质就是追求内心的宁静快乐，重新构筑人与人、人与自然的亲密关系。所以，人们渴望的其实是一种生活方式，出发点和落脚点都是为了生活更美好。茶艺、花艺、香艺的魅力恰恰在于它们的生活化、大众化和多样化。

人人都可以学习茶艺、花艺、香艺。注重礼仪喜看表演的雅士可以学茶艺，想了解知识掌握沏茶技艺的年轻人也能参加培训；喜好种花的老人对花艺有兴趣，爱美的家庭主妇也可学习插花，美化家居；古人“焚香看画，一目千里。”我们今日或吟诗弹琴、或驱病除毒，也可焚香助力。不论是道，还是艺，都是为美好生活服务的。因为能给我们带来快乐，才让我们心向往之。所以，人人都能学而实习之，人人都可追求享受生活的美好。

今天的生活尽管如此丰裕，但一杯清茶、一束插花、一柱馨香依然让我们心驰神往。说明茶、花、香能表达我们的情感，净化我们的心灵，激发我们对美的感受。沧海桑田，世世代代不变的是对美的追求，对快乐生活的向往，文化则是美的源泉，比如唐诗宋词，比如茶道、花道、香道。我们能做的就是体验感悟它们、把它们发扬光大。

本版编辑　许跃芝　梁剑箫
《读者》投稿邮箱　jjrbduzhe@163.com
jjrbbxsh@163.com