

# 把指尖上的绝技融入生活

经济日报·中国经济网记者 陈发明 通讯员 赵栋



上图 工匠在雕刻武强年画木版。  
右图 年画从业艺人在印制武强年画。  
粘跃峰摄(中经视觉)



博物馆还利用官网、微信公众号平台等,推送年画相关的资讯,让普通百姓,尤其是年轻人了解武强年画。

作为河北省第三批援鄂医疗队队员、衡水市安平县人民医院护士孙帅帅在完成的任务回来后不久,收到了画有自己肖像的内画鼻烟壶。

“这份出自大师之手的内画作品,定格了我在武汉方舱医院的记忆。”孙帅帅口中的“大师作品”,是由衡水市国家级非物质文化遗产——冀派(衡水)内画传承人王自勇组织创作的肖像内画作品。

这68件按照国礼级肖像要求绘制的内画作品,是衡水非遗文化产业发展的一个缩影。“我们想用衡水内画来记录‘逆行天使’的样子,致敬英雄。”王自勇说:“这既是纪念品,又是工艺品,希望能把白衣战士的记忆永远留住。”

作为衡水市文旅融合发展的主要力量,国家级非遗项目冀派(衡水)内画、武强年画等,在提升非遗文化产业市场价值的同时,与旅游市场有机结合,也让“非遗”融入更多人的日常生活。

## “私人定制”成亮点

“非遗是中国传统文化的重要组成部分,是以人为核心、以生活为载体的传承实践,是一



上图 武强年画“花开富贵”图。  
粘跃峰摄(中经视觉)

左图 衡水籍援鄂抗疫人员马春爽内画肖像作品。  
苏小立摄(中经视觉)

个民族、一个地区、一个乡村乃至一个社区的生活方式。”王自勇对此深有感触,“保护非遗,从根本上就是让非遗传承下去,让非遗走进生活。”

王自勇的父亲是冀派内画大师王习三。2006年6月,王习三创建的冀派(衡水)内画被列入首批国家级非物质文化遗产代表性名录。目前,衡水从事内画及相关行业的人员达到2万多人,年产值近6亿元,已发展成为河北省颇具实力的文化产业。

王自勇自幼跟随父亲钻研业务,又是深耕文化市场的业内人士,他对非遗的传承有自己的思考。“年轻人并不是不喜欢传统文化,而是难以接触到传统文化,缺乏体验的机会。”王自勇认为,需要通过新的尝试,让传统文化成为现代生活的一部分。

为此,王自勇先后在衡水、石家庄建成了衡水内画博物馆、河北习三内画博物馆,深入挖掘内画所承载的生活情态、文化思想和审美意识等。博物馆免费开放、免费讲解,两家博物馆还定期举办各类文化艺术沙龙和展览等。

“有了博物馆这个平台,我们开始了‘艺术品实用化,实用品艺术化’的尝试。”王自勇介绍,他们推出了内画笔筒、内画水杯、内画酒杯等产品。此外,还与银行等金融部门合作推出内画信用卡,与电信企业合作推出电话卡等,“私人定制”已经成为衡水内画的新亮点。

据了解,近年来,王自勇还推出了私人定制婚庆、祝寿等肖像作品,个人荣誉、纪念徽章等留念作品,并与企事业单位庆典定制,推出限量版内画艺术作品。

## 源于生活 回归生活

“随着生活水平的提高,大众的审美情趣发生了变化,大家对传统年画的兴趣逐步减弱。加上农村青壮年人口不断向城镇迁移,农村住房环境发生巨变,传统年画逐步失去了张贴空间。”从事国家级非遗——武强年画推广发展工作的王玉鹏意识到武强年画发展的瓶颈所在。

作为武强年画博物馆原馆长,王玉鹏认为,年画人才后继乏人,新生代农民对传统年俗和年画的淡漠、传统工艺的衰落、市场狭小等现实问题,严重制约了年画的传承。由此可见,对于根植于“土地文明”、繁盛于“农耕生活”的非遗文化,必须做到传承和传播“两翼齐飞”,才能迸发新的生命力。

在经过深度调研后,武强年画找到了自己的发展之路:武强年画诞生于生活,创新发展也要从生活中汲取养分。近年来,武强年画博物馆先后与艺术院校、专业机构合作,相继开发制作了武强年画动漫作品《六子争头》、警示教育片《十不足》。此外,武强年画借助数字化平台,研发、制作带有年画元素的网络游戏。同时,武强年画

博物馆还利用官网、微信公众号平台等,推送年画相关的资讯,让普通百姓,尤其是年轻人了解武强年画。

走出去,放大传播效果,也是武强年画发展的重要途径之一。作为北方年画的主要基地之一,武强年画多次应邀参加国内外各种学术会议,并加强与其它主要年画机构的合作和工艺交流。为了加强与国外民间艺术的交流往来,武强年画博物馆多次派员赴西班牙、新加坡、比利时、荷兰、韩国等地参加民俗文化展。

目前,武强年画产业从业人员已经达到1200多人,年产值达到8000余万元。在大专院校、文创产品专门研发机构的支持帮助下,武强年画先后开发出年画礼品、收藏品、旅游纪念品、日用品及动漫衍生品等20余个系列100多个品种,先后远销英国、美国、日本、韩国、新加坡、西班牙、澳大利亚等数十个国家和地区。

“武强年画的生命力源于生活。”武强县委书记侯桂宁认为,“非遗文化的传承和传播,要和日常生活紧密结合。”

## 紧跟时代 坚持创新

“武强年画不是一成不变的,随着时代的发展,武强年画需要不断融入创新元素,加入现代生活的符号。”武强年画国家级非遗传承人马习钦说,如果用改良的、符合现代生活的武强年画工艺品去引导市场、拓展市场、打开市场,会使武强年画得到真正的传承与发展,进入一个“以新养传”的阶段。

马习钦所说的“以新养传”,便是用新的产品研发来还原、扶持老的技艺传承。

为做到“年画传承从娃娃抓起”,武强年画博物馆与县内多所幼儿园和中小学学校结成共建单位,每年暑期举办“小小讲解员”培训班和小学生绘画培训班,为年画事业的传承与发展积蓄后劲。他们还与北京市第65中学联合推出“武强年画文化创意夏令营”活动,并在北京各中学开办了武强年画大师课程,成效显著,受到好评。

王自勇对此感同身受。2017年,他们与河北工业大学合作,开创性地以“一带一路”沿线国家风貌为主题,以内画鼻烟壶为载体精心绘制而成的《一带一路》系列作品,被称之为内画领域的“供给侧结构性改革”之作,该套系列产品获“2017米兰设计周——中国高校设计学科师生优秀作品展”入围奖。

“新产品的研发基于古老技艺的传承,内容就是我们的生活。”王自勇说,《一带一路》系列作品让世界看到了中国非遗文化的美,看到了衡水内画的美。

# 别让“步步开心”变“步步惊心”

□ 张雪

前段时间,辽宁本溪虎谷峡景区一处玻璃栈道发生事故,造成1人死亡,多人受伤。

玻璃栈道、玻璃栈道出现安全问题已不只是一两起了。此前,河南、湖北、山东、北京等地的玻璃栈道类项目都曾出现过玻璃裂纹、开口,导致游客滑倒、摔伤的事故。

玻璃栈道类项目因独特的观景视角,往往能带给游客新鲜刺激的感官体验,因此颇受欢迎。需求之下,这类项目开始遍地开花,成为名副其实的“网红”。有数据显示,近年来全国新增玻璃栈道类景点百余家。

不过,这类项目一旦在建设、管理等环节有所疏漏,就有可能埋下安全隐患,把“真刺激”变成“真惊险”。对此,文化和旅游部办公厅曾下发《关于加强A级旅游景区玻璃栈道项目管理的通知》,黑龙江、广东、江西等地也出台文件,强调要高度重视风险防范,做好隐患排查。

目前,虎谷峡景区玻璃栈道事故原因正在调查,相信水落石出后,相关部门必将作出严肃处理。事后追责固然重要,可就这类存在一定危险系数的旅游项目来说,堵住事前、事中各个环节的疏漏更为重要也更为必要!毕竟,生命可贵。

以玻璃栈道类项目为例,项目上马前,缺乏综合考量,对环境特别是自然山水类环境的影响考虑不周;相关产品生产时,只有企业标准,缺乏国家标准;项目建成后,缺少抗风、减震等装置;开门迎客后,运营管理不规范,对何种天气、多少人流条件下应该限流或停止开放不明确或执行不到位;缺少对游客必要的安全提醒和警示……如此这般,任何一个环节的问题都可能成为祸根,让本该“步步开心”的玻璃栈道变得“步步惊心”。

各地景区追求流量,打造玻璃栈道等网红景点无可厚非,但无论何时,都要坚决把安全这根弦绷紧,把保障游客的生命安全放在首位。从另一个层面看,网红项目上马更需要一些理性评估,避免盲目跟风建设。毕竟,靠噱头和流量把游客吸引过去只是一时,想要长久维持热度,还要靠让游客满意的管理和服务,让游客游得安心、称心。

# 丝路旅游迎旺季

本报记者 李琛奇 通讯员 张晓亮

甘肃敦煌市旅游持续升温,东线西线旅游全面开花,火热的西线游也带火了敦煌市阳关镇的乡村旅游。

阳关镇龙勒村目前有8家农家园和客栈,8月以来,这8家农家园的生意红火了起来,平均每天游客接待量在3000人以上。

在龙勒村,参观完雅丹地貌、阳关等西线旅游景点的游客,纷纷走进沿街的农家园和客栈,在葡萄架下歇脚休憩,吃农家饭菜,品阳关葡萄。

广州游客冯善桂说:“敦煌葡萄汁多味甜。这里环境也好,很适合游玩,走累了坐在葡萄架下吃饭,饭菜也很有地方特色。”

“近几天,我们这里每天有二三百人就餐。客人吃完饭以后可以就地采摘葡萄、住宿。”阳关镇龙勒村客栈经营者陈双亮说。

据了解,莫高窟自7月21日以来,已连续多日发布门票售罄公告。国家5A级景区鸣沙山月牙泉8月4日游客接待量达1.55万人次,创今年景区单日接待量新高。尽管酷热炎炎,依旧阻挡不住游客的热情和脚步。大家爬山赏景骑骆驼,长长的驼队和绵延的沙山在蓝天下游为壮观。

面对暑期高温和旅游高峰,敦煌市各景区严格落实疫情防控措施,并采取实时监测、疏导分流、洒水降温等措施,确保文物保护和游客接待安全。

“我们通过现代监测手段来监测洞窟,并把信息反馈给接待部门,由他们调整游客的参观时间。我们的B票现在是分时段参观,在保护文物的同时也可以容纳比较多的游客。”敦煌石窟监测中心主任王小伟说。

敦煌市鸣沙山月牙泉旅游发展有限公司副总经理王有霞介绍,游客到达景区后,通过绿码和身份证双重核验,体温检测合格后才能进入景区。为了应对游客扎堆的情况,高峰时段景区会加派工作人员在疫情防控口进行人员疏导,让游客快速便捷入园游览。

# “粉色海洋”引客来



近日,贵州省黔南布依族苗族自治州长顺县神泉谷景区内的粉黛乱子草进入盛花期,成片的“粉色海洋”吸引众多游客前来观赏游玩。  
陶亮摄(新华社发)

# 不到铜官窑 不知长沙味

本报记者 刘麟 谢瑶

古色古香的巷子里,青瓦灰墙的小商铺依次排开。葱油饼、糖油粑粑、手工米粉、米黍糕等饱含着童年回忆的小吃在土砖搭砌的灶台上“滋滋”冒着香气。上午9点,伴随着颇具韵味的悠长吆喝,长沙市望城区的铜官草市又迎来了热闹的一天。

“漆黑的柴火锅、泥巴糊的灶台,走走转转间,仿佛回到了小时候。”周末,朱女士一家驱车从长沙城区沿着湘江一路向北来到铜官窑,逛草市,游古镇。“坐在街头的长凳上,喝一碗甜酒,吃几个金黄脆嫩的糖油粑粑,再嗦上一碗手工制作的米粉,熟悉的老长沙味道入胃入心。”踏上石板路,朱女士继续寻找更多的长沙烙印。烙画、湘绣、木刻……各种传统手工艺品,吸引了不少游客前来体验制作。

铜官草市即“石渚草市”,是铜官窑边上的一个港湾。一千多年前,在长沙窑烧制出的陶器产品,在湘江边的“石渚草市”完成交

易,被装载上商船,从铜官港口出发,一路销往东南亚、西亚、北非等地。

“草市,本就是一种历史文化遗存。”铜官草市主要策划者荣飞弟告诉记者,8月1日,铜官草市重新开街,不走高大上的精致街区模式,充分融合铜官的“陶都”文化,打造市井生活场景,而其核心是自然、真实、淳朴与安心。

“一店一品”是铜官草市的最大特色,草市里没有重复的业态。这种经营模式,与一千多年前铜官窑“一窑一品”的生产理念一脉相承。“荣飞弟说,铜官窑‘一窑一品’的专业化生产方式,避免了恶性竞争,即此窑专门烧罐、另一窑专门烧钵、另外一窑专门烧盆,形成各自的品牌优势,共同做大市场。”铜官草市采取合伙人模式,无租金入驻,保证商户基本收入后按阶梯抽取部分营业额作为分成,艰难时与商户共患难,盈利时先保障商户收

益。为本地村民、回乡青年提供了创业平台,为民间手工业者、非遗匠人等提供了产业升级平台。”荣飞弟介绍,截至目前,草市注册公司和个人商户已有70多家,直接为当地500名村民提供了创业、就业岗位。同时,还选取了当地5家特困户,从项目选择、开店到运营,一对一进行创业指导,帮助其脱贫致富。

因地制宜打造成市井古街的“铜官草市”是铜官片区文旅创新与乡村振兴的标杆项目。“铜官窑既是一个地名,代表湖南长沙望城区铜官窑古镇,也是1200年前中国唐朝时期,长沙地区的一种烧制陶瓷的技术。”望城区铜官街道党工委书记吴刚介绍,铜官窑距今有1300多年历史,是世界釉下多彩陶瓷的发源地,自1956年被发掘以来,获批第一批国家考古遗址公园,入选国家级非物质文化遗产名录,是内陆地区唯一一处海上丝绸之路申遗史迹点。现存从唐

至清各个时期古龙窑78座,国家级工艺美术行业大师、陶艺大师和工艺美术大师28名,陶瓷艺术工作室180余家,陶瓷文化产业带动就业创业近3000人。

今年以来,望城区推进“三区一园”规划建设,拥有深厚历史文化底蕴,坐拥18公里湘江岸线的“铜官文旅片区”,将被打造成产业强镇、文旅小镇、城乡统筹示范区。“以湘江北大道景观道和交通道作为发展主轴,整体划分为产镇融合区、核心旅游区和城市拓展区。产镇融合区,重点服务园区产业发展;核心旅游区,重点发展文化创意、休闲农业和旅游产业;城市拓展区,重点进行文旅产业和城市配套项目开发。”吴刚告诉记者,铜官文旅片区以铜官园区为支撑,做大经济总量;以铜官窑遗址公园为“魂”,带动文化创意、文化旅游融合发展;以完善基础设施和人居环境整治为载体,打造城乡统筹示范区。