



非遗焕新·青春季

潮玩IP MOLLY的形象化身皮影装置穿越星河，与精卫、凤凰等神兽瑞兽前往不同星球探险……在北京798艺术区“泡泡玛特IP MOLLY二十周年特展北京站”展厅，数米高的巨幅皮影作品《SPACE MOLLY星际漫游记》新颖灵动，引得观展者驻足仰望、拍照打卡。

“古老的皮影手艺，也能展现当代人的新潮与浪漫。”党飞华一面介绍创作理念，一面展示身后皮影的细节。他是“汪氏皮影”品牌主理人，青年皮影创作者，也是这门手艺的第五代传承人。

陕西皮影按地域分为东、西、南三路。东路一派以华州皮影为代表，因雕刻细腻、唱腔婉转，被称作“汪氏皮影”作为其中一脉凭推皮影为旗帜。党飞华的外公汪天稳是国家级非物质文化遗产项目皮影戏(华县皮影戏)代表性传承人，母亲汪海燕是陕西省工艺美术大师，而生于“千禧年”的党飞华，则走出一条老手艺的新路。

皮影潮

底气何来

“推皮走刀讲究刀定牛皮纹丝不动，仅凭手指推拉转动皮料，顺势雕刻出极致细腻的纹路。”党飞华说：“既能雕刻还能表演，是‘汪氏皮影’流传至今的底气。”

谈及与皮影结缘的故事，他指了指身后几只床头柜大小的实木箱子。在他小时候，这些箱子常年上锁，祖传皮影就“住”在里面，既是他心中神秘的宝藏，又像是一群陌生的长辈。

一日，外公和母亲出门演出，他寻来钥匙打开箱子，武将铠甲层次分明，仙人飘飘逸灵动……各类精致的皮影令他在惊叹之余又涌上几分失落。“这些刀工细腻的皮影，在舞台上那么漂亮，但却与我无关。”那一刻他明白了，不习得一手真本事，再多传世皮影也与自己形同陌路。自此，他拿起刻刀。

然而，“汪氏皮影”的传承规矩严苛，开料鞣皮、手工雕刻、矿物上色、打磨机关、排演剧目……技艺要诀口传心授，更离不开勤学苦练，容不得丝毫敷衍。年少的党飞华只觉得皮影好玩，不愿临摹关公、穆桂英等传统人物，反倒拿起刻刀雕琢起喜欢的卡通人物。“手上无力，雕刻的线条歪斜杂乱，但是我‘玩’得很认真。外公和母亲见到后没有责备，只是默默递来细砂纸，教我一点点打磨修正，一步步精进技法。”党飞华说，三代人心中始终坚守一条准则，即创新绝不能丢掉手艺和匠心。

传统颜料开采、制备复杂，皮料还容易褪色。2019年，考入西北大学的党飞华利用自己的生物科学专业“玩”出花活，培育天然生物色素替换传统矿物颜料，为皮影增色。在陕西老家，母亲汪海燕也将传统皮影的五分侧脸拓展至七分脸和完整正面人像，在皮影形象上添彩。二人没有商量，却在皮影创新上默契十足。

然而，愿意走近皮影的年轻人，还是越来越少。2022年，党飞华去探望外公的老搭档，彼时已年近九旬的碗碗腔艺人李世杰。碗碗腔是陕西东路皮影戏的主要唱腔，因以碗击节得名，唱腔婉转细腻，与皮影技艺相得益彰。老人卧病在床，再没

力气登台，却依旧牵挂皮影。众多曾经辉煌的非遗，似乎正伴随老一辈手艺人隐入岁月。

那次探访归来，母子二人各怀心事。汪海燕轻轻摩挲褪色的皮影，轻声道：“我改造型、做各类文创小摆件，可年轻人听不懂老式唱腔，皮影始终困在小众圈子。”党飞华下定决心：外公守住推皮走刀老手艺，母亲打通造型创意新门路，我要想办法让年轻人愿意靠近皮影、接纳皮影。

够倔够绝

“陕西人身上带着一股‘倔劲儿’，做手艺要够倔，做创意要够绝，才能让绝活火起来。”党飞华说。

汪海燕擅长传统造型改良，便陪着党飞华一头扎进古籍图谱，共同梳理上古神兽、古典人物的皮影原型，把传承千年的祥云、山林纹样逐一整理归档。党飞华则从年轻视角出发，钻研可活动的机关结构，打造出姿态多变的创意皮影。

二人分工互补，一人守传统造型根基，一人拓现代创意表达。逐渐地，国际大牌抛来合作“橄榄枝”。母子二人合力，将“汪氏皮影”工作室从陕西开到北京，把作品从国内推向海外。

但早期合作只是借走皮影的“形”，党飞华意识到，要展现这门技艺的精髓，得探索一条“IP共创+融入生活”的新路径。

在各类艺术展中，“汪氏皮影”不再单纯陈列传统皮影，而是在复刻观戏民俗的同时，联动当代艺术家打造光影装置，让皮影更适配现代文化空间和融媒体环境。对外合作的联名产品，则以皮影手工拓稿、古法雕刻为基础。农历马年，“汪氏皮影”携手饮料品牌大窑推出马年限定非遗联名罐：流畅的雕刻线条、鲜明的色彩对比、传神的动态造型——寓意吉祥的皮影奔马形象跃然罐上。

据第三方机构统计，2025年非遗市场规模突破1.1万亿元，“90后”“00后”群体消费占比超六成，相关市场持续火热。热潮之下，党飞华很冷静，“非遗跨界，得经得住市场的考验”。他摊开厚厚一叠设计稿，其中不乏与市场爆款产品的合作。党飞华还研发出“零基础”可上手的DIY材料包，将皮影从展厅展品变成可触可玩的文创。

信念所在

新的考验到来——借助短视频平台，越来越多非遗进入人们视野，“汪氏皮影”如何乘势而上、脱颖而出？

2023年，党飞华开设了“汪氏皮影·确实牛皮”自媒体账号，内容既有皮影戏和雕刻技艺与传统戏曲、网络热梗的结合，也有与国产IP的联动。越来越多的网友通过短视频了解并爱上皮影技艺，有人留言：“皮影戏算不算古代的二次元？”

陕西话中，“牛皮”有“厉害”的意思。汪天稳看不懂这些“热梗”，却全力支持党飞华的每一次尝试，“现在的绝活也是日积月累变化至今，年轻人敢想敢做，就可能会创造出未来的经典”。

“我们的工作室常年开放研学，累计近10万人次前来学习，其中三成来自海外。”除接待研学团队外，党飞华还会走进中小学课堂授课，或指

导皮影爱好者进行创作。“这次请党飞华老师指导QFun原创剧目《山海经》的皮影设计、呈现部分，作品中各类上古神兽和皮影这样的东方视觉艺术高度契合。”QFun Theater儿童实验剧团指导老师曹思慧说，孩子们将带着皮影参与法国阿维尼翁戏剧节，希望借儿童戏剧这一表达载体，让不同国家的观众透过皮影了解中国故事。

牛皮易损毁，雕刻手法难，都是推广皮影技艺面临的门槛。新技术带来新机遇，党飞华与清华大学美术学院青年学者姚智皓一拍即合，携手搭建人工智能皮影资料库。研发初期，AI生成的皮影造型十分粗糙，难以复刻推皮走刀的细腻技法。团队扫描10余万件皮影藏品，逐条标注参数、反复调试，经10余轮迭代后，逐渐还原出汪氏皮影的风格。“皮影数字化是传统技艺的补充而非替代。”与“汪氏皮影”一起推动非遗保护和传承的姚智皓总结说，这是技术到艺术的双重惊喜。

2025年10月，苹果公司CEO蒂姆·库克到访位于北京松树街胡同的“汪氏皮影”工作室，党飞华和姚智皓现场演示了一站式皮影创作流程。“我们希望结合新技术让更多人了解皮影，并邀请100万人成为皮影艺术的创作者。”在党飞华眼中，技术和艺术的结合是大势所趋。

他坚信皮影还有更多可能。与出版社打磨书稿，梳理皮影动态机关插图、古法注解，摒弃堆砌枯燥史料的做法——古老光影正变成可读可玩的趣味读本。

皮影工作室的灯经常熄得很晚。入夜，汪天稳总闲不住，用老手艺打磨牛皮、调制颜料。汪海燕总会打开木箱，悉心整理历代皮影纹样。党飞华则一边清点录制短视频的创意皮影，一边调试电脑上的AI模型。

岁月传承的光影故事，正生长出新的脉络。党飞华说，老祖宗留下来的真正的好东西，肯定会被人喜欢，关键在于我们怎么做。这是他的信念，也是非遗生生不息的活力所在。



更多报道请扫二维码

老字号的时间生意

工作日上午9点半，城市刚散去早高峰的燥热，在湖南省长沙市雨花区的老牌餐饮店新华楼（东塘店）二楼，即便空调冷气再足，也被满堂人声烘得热腾腾。

靠窗八仙桌前，4位爹爹（爷爷）围坐一壶茶，聊得正酣；包厢里传来花鼓戏的调子，几位婆媳（奶奶）跟着节拍欢快哼唱；角落处，戴老花镜的老人独占一隅，嗦粉看报，歌声、笑声、碗筷碰撞声交织在一起。“我最爱吃新华楼招牌的炸酱刀削面，吃了大半辈子，如今退休了，天天来这儿‘上班’。”74岁的周晨光家住附近牛婆塘社区，自新华楼今年5月1日推出“城市农家乐”服务起，她便成了二楼的常客。

几个月前，这里还是另一番光景。晚市座无虚席，工作日上午下午却门庭冷落——这是餐饮业的“潮汐效应”，始创于1953年的湖南老字号新华楼也未能幸免。其东塘店经营了21年，二楼面积1100平方米，过去主营正餐。去年门店统计发现，工作日闲时二楼餐位闲置率超过90%。

“一边是场地白白空着，一边是需求在眼皮底下打转。”长沙市新华楼餐饮有限公司总经理赵琴说，周边老旧小区密集，退休老人多，不少人爱吃饭、娱乐等休闲需求。怎么把非高峰时段利用起来？新华楼团队将目光投向了周边社区，提出了“深耕邻里”思路。今年春节过后，团队花了将近1个月时间调研，发现郊区农家乐距离远、交通不便，城区老人需要近在家门

边，社区日间养老服务中

与本土茶楼的运营思路，新华楼投入40万元对白天闲置的二楼进行改造，升级为拥有10个功能套间、唱歌房和棋牌室的“城市农家乐”，每人每天80元，含中餐、晚餐，可同时满足吃饭、唱歌、棋牌等需求。效果来得比预想的快，开业运营后二楼工作日闲时利用率从不足10%提升到60%以上，每月能为门店新增收入12万元。

数字之外，更多细小变化也在悄然发生。营业时间从原定的上午10点提前到老人们到店的时间；收银台多了兑换零钱服务；角落里备好了软沙发和薄毛毯。服务员不再只是端菜送水，她们会主动问一句“今天想吃点什么”，也记得谁爱喝浓茶、谁血糖高不能碰甜食。

“我们想得很朴实：老街坊们高兴了，晚上自然会带儿孙来吃。这份邻里口碑沉淀下来的客源，远比商业广告投放来得稳固长远。”长沙市新华楼餐饮有限公司党支部书记刘茹说，朴素的用心成了与街坊邻里充满烟火气的纽带，“城市农家乐”推出后，晚市客流较转型前增长了约20%。

傍晚6点，二楼渐渐安静下来，老人们陆续收拾东西，慢悠悠地起身。周晨光提着布兜走到楼梯口，回头笑着叮嘱，“明天记得给我留靠窗的位子哦！”窗外，晚高峰的车流缓缓淌过韶山路，窗内，饭菜热气氤氲，笑语尚未散尽。

谢

瑶

生活中的经济学

货架寻宝有门道

余健

闲逛逛超市，是不少人消解疲惫的日常。穿梭货架挑选吃食，偶遇打折好物，心里的愉悦感倍增。采购物资之外，蹲折扣、挖低价、比拼眼力，寻宝般的乐趣里藏着普通人平淡生活里的小确幸。

不过，关于超市打折的讨论从没停过：常言道“便宜没好货”，可有人总能蹲到高性价比的好东西；当然，也有人踩坑买回一堆闲置物品。其中既有商家与消费者的认知落差，也涉及双方心理预期与风险控制的博弈。

超市货架前的低价促销，商家掌握库存周转、损耗成本、营销设计等内部经营逻辑，消费者只能看到标价与产品基本信息。不少营销套路就是商家通过放大信息差、利用部分消费者“占便宜”心理来设计的。而实打实的优惠，大多建立在双方信息对等的基础上，消费者能清晰了解自身需求，做好风险控制。想要在“便宜中寻好货”，需要读懂底层逻辑。

生鲜、现烤面包、卤味熟食天生带着“时间紧箍咒”，采购、人工、陈列成本早已投入，隔夜变质只能报废。这些商品的新鲜程度一目了然，商家折价只为减少损耗、回笼现

金流，顾客也明白限时折扣的前提是及时吃完，按需选购，不会盲目囤积。一方减少亏损，一方平价购入生鲜，双方对商品时效、价值的认知统一。只要买回去尽快食用，便是一桩双赢的买卖。

会员日刚需特价，同样是含金量很高的优惠。米面粮油、鸡蛋这类家庭刚需产品低于市价，本质是商家用来吸引客流的“引流诱饵”。商家深谙消费者的消费习惯：很少有人只拎走特价鸡蛋就离场，大多会顺手添置零食、洗护用品等高毛利商品，就靠全店综合营收覆盖特价单品的让利。在这场交易中，消费者只要严格遵循购物清单，不被店内其他商品勾起额外购买欲，就能稳稳吃下这份平价红利。

热闹的折扣里也暗藏不少消费套路，这类设计并非刻意隐瞒保质期等硬性信息，而是放大双方的认知差，诱导非理性消费。比如在常见的捆绑促销活动中，商家清楚商品库存积压、临期压力大，刻意打包售卖加速清仓；普通人容易被低价冲击，忽略自家消耗能力，冲动囤货。即便提前知晓商品临期，也可能会因低估囤积带来浪费，最后导

致过期作废。看似当下省下的小钱，很可能折损在过期损耗里。

角落里的瑕疵货专区，同样是消费者认知偏差容易踩坑的区域。磕碰水果、褶皱包装零食、外观破损日用品标价低廉，商家会突出低价优势，弱化瑕疵背后的隐性损耗风险，且特价残品往往不支持售后，相关提示也不明显。虽然商品缺陷肉眼可见，但多数消费者只盯着优惠价格，下意识低估腐烂、损坏的速度，抱着“凑合能用”的捡漏心态买单，很少提前预判后续损耗。

商家掌握瑕疵品的损耗规律，消费者却低估后续损耗，这份认知落差，也可能让低价捡漏变成吃亏。

所以，既不必全盘否定折扣，错失生鲜晚市、会员刚需这类实实在在的实惠，也不必盲目跟风薅羊毛，被低价勾起冲动消费。面对琳琅满目的促销标签，消费者最好的底牌就是建立稳定的购物准则：提前列好采购清单，看清临期、瑕疵等附加条件，按需少量选购。守住消费定力，客观权衡优惠背后的隐性成本，才能在琳琅满目的货架前，避开套路，稳稳获得真实惠。