

城市味道·文创与文脉

方寸器物藏晋韵

梁 婧

黄土长风掠过表里山河，把云冈石窟的佛影、钟楼古街的烟火、汾河酒窖的醇香揉成奔流千载的三晋文脉。世人惯叹山西厚重如黄土、石佛高居崖壁、古建封存史册、非遗手艺人困于乡野，千年底蕴似乎难以叩开当代年轻人的寻常日子。

而今，佛小伴捧出软萌浅笑，晋礼递上城市信物，观汾酿出松弛酒意……山河文脉走出高墙，走进背包、书桌与街巷，落入滚烫鲜活的人间。

“写给古晋阳的回信”

不必费力解释山西，一件小小文创就把心意说尽。

午后的大原钟楼街浸在喧嚣热浪里，冷饮摊升腾的冰汽混着南来北往游人的说笑声漫过街巷。晋礼门店开着半扇雕花木格窗，推门踏入，原木与纸品的淡香扑面而来，货架上的文创次第铺开：可拼搭的水镜台榫卯积木、化用黑金意象的随身挂饰、陈醋玲珑小摆件……每件都是当代审美写给古晋阳的回信。

“挤在钟楼街打卡的游人，大多盼着能带走一份别致的城市纪念。”山西西堂文化传播有限公司品宣负责人冯小婧说，“外人谈起山西，总被‘黑金’与‘陈醋’的单薄标签困住。我们从不做浅层符号粘贴，而是重新转译在地印记——把深埋黄土的煤炭意象化作夏日清润的煤球咖啡；把家家户户饭桌上的陈醋滋味凝练为随身器物里的平安祝福。”

晋礼，便是“山西的礼物”。

这里很多文创都是先系统解构散落全省的文脉碎片，再交由设计师落笔落地，从根源规避浮于表面的文创贴标。设计从不生硬拼接山西元素与网红潮流，而是用当代审美护住本土文化的骄傲。

店内爆款水镜台榫卯积木拆解古

建木构的榫卯营造逻辑，加装可活动的机械摇杆，拼装过程复刻了千年之前木作匠人的营造巧思。完工后，摆件既能摆在书桌陈设，又能打包成盛满山河故事的城市伴手礼。

靠着千年古街钟楼街的客流滋养，晋礼巧妙平衡外地游人的打卡需求与太原本地市民的日常消费。《黑神话：悟空》掀起打卡古建热潮，不少太原本地人循着外地游客的打卡清单路进晋礼门店，这份奇妙的反向文旅图景，恰恰印证了文创极强的文化转译能力。

这就是冯小婧要的：“本地人逛店撞见便心生暖意，游人接过伴手礼，不必旁人费力注解，便能读懂内里的三晋心意。”

“门店即文创”的观汾，则集茶咖、甜点与音乐于一体，在闹市辟出一方东方栖居地，帮老手艺长出适配当下的新场景。市集展演、异业联名、文人雅集……剪纸、酿酒、民俗演艺走出狭小工坊，适配当代人的消暑社交、闲眠休憩、赠礼往来。

20岁出头的太原姑娘米伟妮把一枚应县木塔八角藻井文化主题冰箱贴塞进帆布包，“把带着在地巧思的小物件贴在冰箱上，加班晚归抬眼瞥见，便想起钟楼街的晚风。我已给在外地的朋友寄去好几个关于山西藻井的文创。不必费劲长篇解释山西，一件小小的文创就把心意说尽了”。

“不急，但不停”

一声磁吸合十的轻响，便是石窟里沉寂文物活过来的瞬间。

盛夏的云冈石窟日光炽烈，石阶旁的古树撑开浓密绿荫，山西佛小伴管理有限公司董事长兼设计总监王星蹲在树荫下，拿起一尊掌心带磁吸结构的软萌小佛，指尖轻轻一拨玩偶手掌，一声清脆的“咔嗒”轻响散开在风里，软佛稳稳合拢双掌，恰似崖壁上千年石佛的合十模样。圆润的面部轮廓曾被团队反复修改数十版，只为拿捏“憨而不傻、温而藏风骨”的分寸。

“这是从北魏工匠挥斧凿刻崖壁时便启程的长河，古人把心底对安宁、陪伴的祈愿，一刀一刀凿进山石的精神寄托。”王星觉得云冈石窟的造像并不是仅供游人远远仰望的石刻标本，“你听，这一声磁吸双手合十的轻响，像不像石

窟里沉寂文物活过来的瞬间？”

把石头承载的平和内核，翻译成毛绒玩偶、日常配饰、数字交互语言，原本只能在崖窟被游客仰望的古意变成年轻人揣进书包、摆在书桌的贴身陪伴。

佛小伴循着“生活里的陪伴”这一核心逻辑迈出条理清晰的发展之路。第一步，循序渐进铺开产品线，以平安合十莲花小伴为基础，陆续推出欢喜小伴、如愿蒲团小伴、带珍珠的飞天少女等家族成员，再顺势拓展U型枕、刺绣环保包、车载挂件等出行日用品；第二步，科技赋能文化，平安十二相玩偶的耳内植入NFC芯片，游人歇脚时拿出手机轻轻贴近，便能读取石窟文化注解、抽取当日签文，连续打卡还能解锁隐藏文案；第三步，打通线上线下消费闭环，全国落地15家门店，社交平台上积攒年轻声量，线下门店承接沉浸式体验，织就完整IP消费链。

山西大同大学美术学院不少学生常年参与大同文创的设计打磨，这些新生代设计师看得透彻：山西从不缺厚重的文化家底，缺的正是佛小伴这样让年轻人心甘情愿主动靠近的温柔入口。

王星给这份IP的内核定下4个字：超萌翻译。它读懂相隔千年的情绪语言：千年前工匠雕佛时渴求的安宁陪伴与当代年轻人奔波旅途里期盼的温暖治愈。团队不追流量风口、不制造稀缺焦虑，靠着用户口口相传的口碑与一次次回购稳步生长。2025年，佛小伴凭借原创设计斩获法国设计大赛金奖，带着东方文脉跨越山海。

佛小伴最沉甸甸的底气源于扎根晋北。乡间应运而生的“云州巧婆娘”手工队，把午后哄完孩童的闲眠时光，尽数揉进玩偶衣帽的针织针线里。“龙头文创企业+手艺人合作社+家庭工坊+青年研创基地”的新模式，为县域指尖经济预留出更广阔的生长空间。

佛小伴的寄语温软绵长：不急，但不停。多年后，人们想起这尊从云冈走出的小伴，会记得某段低落的时光里，它送来过细碎安稳的温暖。

针线中的文创原野

宏大的表里山河就此化作触手可及的日常暖意。

表里山河的黄土大地上，无数散落

陶然

来稿邮箱：fukan@jjrbs.cn

闽宁携手唱“大戏”

马呈忠

便把幼苗尽数吞没。但刘海和家人始终相信，眼下的难处终能熬过去。

长大后的刘海，跟着福建来的老师学种蘑菇，参加缝纫培训班。30年间，他和许多从有“苦甲天下”之称的西海固走出来的人，在闽宁两省区携手帮扶中埋头苦干，终于摘掉了贫穷的帽子，过上了以前想都不敢想的日子。

干沙滩变成了“金沙滩”，背后是数不尽的艰辛与坚韧。《水沟村》室内主剧场里，演员近在咫尺，还原“一碗水救全家”的揪心往事；《根生·何处》借版画与纱幕光影，再现荒滩拓荒、沙尘中迎来新生命的艰难时刻；《山海》剧场双时空叙事，将30年协作浓缩为一幕幕催人泪下的瞬间……一张票，从早到晚不重样。有观众感慨：“哭着笑，笑着哭，一路走着，就看完了这片土地波澜壮阔的30年。”

闽宁协作30年来，相隔千里的山海帮扶，让戈壁大地有了新变化。日子好

过了，人们对生活有了更多期待。2025年，刘海看到小区微信群里发了招募演员的消息，演的正是闽宁协作的故事、闽宁镇人的日子，他便放下旧货回收的营生，报名参加戏剧培训班，在剧中扮演一位村长。在家门口，也多了一份稳定的收入。

和刘海一同演戏的还有61岁的岳彩花，她是唱着“花儿”长大的，在剧中饰演一位移民路上的穷苦妇女。她说，村民以前上山挖野菜、背水吃的苦日子历历在目，后来，乡亲们移民到这片戈壁滩，引黄河水浇灌，日子越过越好。

《看见闽宁·戏剧村落》拥有36部专属剧目，总时长600分钟的演出内容，在这里，游客转角遇剧目，步入入实景，补上了当地文旅项目重自然风光、轻人文内涵的短板。

300名演员中，80位是当地村民，他们将生活搬进了戏里。村落中，36家闽

宁本地特色商户入驻，建起葡萄酒微博物馆、非遗手工工坊、电商助农车间，文旅流量带动农产品外销、非遗技艺传承、乡村产业提质升级——一出“好戏”，既是精神家园，也是富民产业。

吕强20岁时从固原市隆德县走出，从事非遗传承多年。在村落非遗手工坊里，他悉心教孩子们在葫芦上画花、在青砖上刻纹、在宣纸上涂染乡土记忆。剧场里的剧目，他看一次红一次眼眶——戏里的移民路，就是他们走过的路。对他而言，非遗不是博物馆里的标本，而是移民新生活中破土而出的文化新芽。

漫步闽宁镇，剧场里，越来越多的游客用心品味这片戈壁上的万千变化，将触动收入行囊；剧场外，镇上的居民在葡萄酒庄、车间工厂、温室大棚等众多新场景中，追寻着更丰盈的日子。

闽宁协作30年，风华正茂；山海携手唱“大戏”，响亮贺兰山。

的文脉种子借着创意雨露破土抽芽。流转于晋北乡村的竹篮里、县城非遗工坊的木案、高校青年的绘图平板间，山西文创从不是一两颗孤悬的星光，而是一片错落盛放的夏日花海，文脉活化的路径本就多元不拘。

大同云州区，龚翠花坐在老槐树下纳凉，膝头展着半件佛小伴飞天衣帽，竹篮里码满钩织完工的软乎乎配饰，彩线在她布满薄茧的指尖飞快翻飞。作为“云州巧婆娘”手工队老队员，她的闲暇光影彻底换了模样。

“从前收拾完家务，邻里的妇人凑在巷口消磨午后暑气，手里没进项，心里也空落落的。如今，哄着小孙子乘凉的空档就能钩织订单，一件帽衫能换来几元手工酬劳。”龚翠花抬手擦了擦额角的薄汗，身旁凑过来的几位姐妹不再聊牌局输赢，反倒围着她琢磨新的飞天针法，“姐妹们扎堆改良纹样，手里捏着彩线，日子过得又踏实又体面”。巧婆娘队员们靠着这份居家针线活每月稳步增收，整套模式更是带动大同2000余名乡村妇女在家门口握住文创订单，黄土乡间的指尖技艺，稳稳托住生计。

视线向南挪移，山西博物院周边的文创货架上，圆乎乎的上古鸢首萌IP成了少年游人的心头好。褪去青铜馆藏的冷硬厚重，这只形似猫头鹰的上古酒器化作戴眼镜、揣背包的毛绒潮玩，还衍生出“鸢首导游”系列方寸摆件，跟着暑期研学的孩子走遍山西古迹。“这份改编不是戏谑解构上古文物，而是把馆藏器物里灵动的生命趣味提炼出来，让青铜文物变成能塞进研学背包的同行伙伴。孩子捧着这只小鸢，逛古迹时便多了一位古文明玩伴。”山西晋观文创发展有限责任公司副总经理吕婧说。

有人在闹市辟出文脉厅堂，有人在石窟译出古佛禅心，有人在乡野以针线接续非遗根脉，还有人执起画笔为文脉描摹新模样……当一件件方寸文创器物被塞进游人的帆布包、摆在千家万户的书桌案头，宏大的表里山河就此化作触手可及的日常暖意与愿景：以创意为舟，让三晋文脉稳稳扎根黄土故土，顺着汾河长风，从容奔赴更为辽阔的山海。

走进电影院，检票大厅里零食饮品琳琅满目，爆米花加饮料套餐成为标配；可当我们赴一场交响乐之约时，手中矿泉水在入场安检处即被拦下。同样是花钱购票的文化消费场所，规定截然相反，两者差异背后是不同业态的生存法则。

两类场所的盈利结构完全不同。电影院大多为民营商业主体，票房收入需要与片方分成。一张几十元的电影票，扣除电影专项基金与税费后，再刨去租金、人力成本，收入并不多，这就催生了行业标志性的“爆米花经济”——爆米花、瓶装饮料等高毛利卖品。这不能单纯地理解为影院服务，而是更多出于利益驱动。

从消费习惯看，大多数观众观影前不会自备饮食，场内售卖区恰好填补了这份即时需求。爆米花口感甜腻，一桶零食又能带动一杯饮品的消费，客单价随之抬高，餐饮消费早已成为院线商业模式中不可或缺的部分。

反观剧院、音乐厅这类专业场馆，其核心资产，是精密设计的声学空间与舞台上价值不菲的专业乐器，这是“禁水”规定最核心的缘由。经济学中有一个“专用性资产”的概念，即资产替代性越弱、修复重置成本越高，经营者越倾向制定严苛的保护规则。实验室严禁饮食、图书馆对噪声零容忍，本质都是在保护那个“最贵、最难替代的东西”。而在影院，饮料泼洒、零食残渣虽产生清洁开支，但不存在不可逆、高额的资产损耗，商家无需设立严苛限制，反倒希望观众吃得开心、看得尽兴。

当然，演出的呈现形式不同，也决定了二者对现场噪声的包容程度天差地别。现场演出拥有独一无二的不可复制性，没有后期音效能掩盖杂音，属于容错率低的线下艺术体验。音乐厅的声场会放大所有细微声音，拧瓶盖、喝水、杯体摩擦的动静，在舒缓柔和的乐章里格外突兀，会打断演奏节奏，破坏观影氛围。电影则是提前录制完成的标准化影像作品，影片多为喜剧、动作类商业娱乐片，观众进食、喝水的响动，会被配乐、对白和音效层层覆盖，几乎不会干扰他人，观影成了一种卸下疲惫、自在松弛的社交消遣。

规则差异，也慢慢塑造出不同的心理预期。踏入影院，人们默认这是一场轻松随意的休闲，抱着爆米花、捧着饮料开怀大笑，成就一种观影仪式；走进音乐厅，大家则会自觉遵守安静的观影礼仪。

各类场内规则，都是行业长期适配市场、权衡利弊后的产物。游泳馆要求戴泳帽，是因为头发堵塞过滤系统的维修成本，比一项泳帽贵百倍；高档餐厅拒绝拖鞋短裤，是因为穿搭违和会稀释品牌价值。这些看似毫不相干的规定，与影院用宽松换消费、音乐厅用禁水守护资产殊途同归：都是用最低的制度成本，守住最值钱的东西。