陶然

来稿邮箱:fukan@jjrbs.cn

城市味道·文创与文脉

捧在手心的拉萨

彭传旭 代 玲

步行在拉萨八廓古城的青石板路上,一家名为“卓番林”的文创店内,游客络绎不绝。斑斓的毯毯织物从梁上缓缓垂下,虎纹藏毯在墙角叠成一摞,手工面具挂在墙上,表情或威严或诙谐,歪着头的布艺玩偶坐在架子上,憨态可掬。各地游客挤在柜台前翻拣、拍照、低声讨论,店主正忙着介绍。

拉萨,世界屋脊上一座古老的城市。在这里,传统手艺遇见现代设计,古老纹样落在日常物件上,文创便悄悄将文化和日常连在一起。

凭借时尚的设计和独一无二的文化元素,文创产品频频火爆“出圈”。原本只是顺路一逛的文创店,成了游客专程奔赴的“打卡地”。旅行的记忆不再只是留在照片里,也落在这些带着温度的小物件上。

老手艺新模样

每一件文创,都有一段故事。它一头连着古老的传说,一头又映照着现代文明的微光,让传统在新的语境里长出意想不到的模样。

在拉萨市纳金中路上,藏着一家被社交媒体反复“安利”的打卡点——雅阔热品牌设计机构。一进门,视线便被货架占满了:雕塑立在角落,手绘木箱摞在一起,鼠标垫、冰箱贴、徽章……各式各样带着本土风情的小物件琳琅满目,把拉萨故事悄悄收进了这一方小小的空间。

货架上,一款“摇头藏獒”摆件格外引人注目,看起来乖巧可爱。藏獒是当地人最熟悉的动物之一,在牧民心里,它忠诚、勇敢,是帐篷边寸步不离的“卫士”,也是高原上最沉默、最可靠的家人。另一边的货架上,农牧区主题的冰箱贴排成一列:搬货的牦牛、鼓鼓的糌粑袋子、打酥油茶的木筒、吱呀作响的织布机、盛满青稞酒的壶……一桩桩一件件农牧民日子里寻常的光景,被浓缩在方寸之间,诉说着高原上的晨昏与四季。

文创店“卓番林”同样有故事,今年“卓番林藏式编织技艺”被列入第七批自治区级非物质文化遗产代表性项目名录。店里陈列的不只是文创,古老的文化在器物间流淌,而那些关于人的故事,也在一针一线、一器一物中徐徐铺展开来。

“每件商品,都出自本地手艺人之手,带着他们掌心独一无二的温度。”西藏卓番林文化有限公司咨询工作人员罗桑群培说这话时,像是在介绍一群老朋友。这些年,他们沿着“阿佳学堂+社区工厂+乡村工坊”的路子,寻找、记录、扶持,把散落在不同乡村和社区的阿佳(藏语意为姐姐)聚拢到一起。上千名民间手艺人,就这样从灶台边、田垄间走出来。她们指尖的纹路,连着古老的技艺,也连着一家人的生计与盼望。卓番林的帮扶对象也不只是阿佳,一些男性手艺人、行动不便的残疾人,也坐到了工作台前。

在拉萨林周县,有位手艺人名叫次仁巴珠。起初,他只是抱着试试看的心态,把自家的手工艺品交给卓番林代销。没想到,通过这个平台一年能挣下一两万元。2007年,正逢次仁巴珠的弟弟上大学,一家人为学费愁眉不展,这份收入成了及时雨。后来,次仁巴珠又与卓番林团队携手琢磨牦牛毛的新用途,顺着牦牛毛天然的色泽和柔软的触感织出了一系列既环保又温暖的毛毯。高原上最寻常的牦牛毛,就这样在他们手里有了新的模样。

说到底,这些文创里装着的,也许是一个人、一个家庭的故事——是次仁巴珠指尖的牦牛毛,是阿佳们灶台边学来的手艺,是一个孩子迈进大学校门时全家人的笑颜。

巧心思传根脉

拉萨的文创,从来不是凭空而降的。起初,也许只是一些零星的巧思,被印在了粗布上,或者被匠人敲打成一枚小小的物件。后来,它们成了可以揣在怀里的拉萨,一段可以被带走、被摩挲、被深爱的时光。

“藏二木”品牌创立于2009年,深耕西藏本土特产与文化领域。品牌创始人邓利剑说,早些年,谁脑子里有“文创”这个词呢?不过是想让装特产的盒子好看些,毕竟那些从高原上带下来的心意,不该被装进一个粗糙的纸箱里。于是,藏二木开始在盒子上动心思,渐渐地,便有了如今那些让人爱不释手的文创模样。

在拉萨做文创的人各有各的独门秘籍。“藏二木”给出的答案,藏在一句朴素的话里。

“文化是魂。”邓利剑说。她的调研团队走过青藏高原的许多地方,看壁画上褪色的线条,观陶器上残留的纹路,研究每个生肖的讲究,甚至留意路边青稞地里的一株菊叶香藜。

所以藏二木的产品,都能顺着纹样和形制追溯到某个具体的文化根脉上,这不是凭空捏出来的好看,而是从高原土壤里长出来的东西。可做好文创,就是把产品的文化属性做得越强越好吗?“当然不是。”邓利剑摇了摇头。在她看来,文化根基要留得住,情绪价值也要给得足,一件东西得先让人喜欢,让人想带回家,文化才有机会跟着走。留住根,也留住人心,这才是她想要的答案。

拉萨贡嘎国际机场,登机口前的脚步总是匆忙的。在这条通往远方的路上,一台售卖机常常让人慢下来。玻璃柜里,一个个身着藏族传统服饰的娃娃静静立着,它们叫“吉娜公主”。娃娃身上的衣裳,囊括了拉萨、那曲、阿里、昌都等7个地市的代表性样式,一方水土的穿戴,都收在了这小小的身形里,路过的乘客见了,总忍不住多看几眼。

这些娃娃的背后,是“吉娜公主”品牌创始人程娟一页页翻过的藏族服饰书籍,一趟趟跑过的采风路。反复打磨,多次修改,她想要的不只是市场认可,更是让娃娃身上沉淀出藏族服饰文化该有的厚度。

“我这个人好胜心强,对自己要求高,做出来的东西必须越来越好!”程娟除了等比例还原藏族传统服饰,还有一个秘诀:“舍得下料”。她顺手拿起一个娃娃展示起来,身上、耳朵上、腰间、手里,都缀着精致的小配饰,一处也不肯马虎。“布料、配饰我都是严格把关,一些材料贵是贵,可看着好看,摸着也舒服,这个钱该花。”

聊到市面上那些突然火起来的爆款娃娃,程娟放下手里的活,没急着接话,像是先在心里掂量了一遍才开口:“我不太希望吉娜公主一下子火起来。”她说,流量来了,热闹是热闹,可市面上良莠不齐的东西也会跟着冒出来,一哄而上,反而把东西做坏了。“我更希望它是细水长流的发展。”她语气缓下来,像在说一件要养很久的事。

雪域高原山高路远,人工成本高、物流成本高,是绕不开的现实。程娟把服装加工厂开在了重庆——离西藏相对近些,家里人又正好干这行,经验丰富,算是把难题解开了一半。可有些步骤,她偏偏不肯交给机器。给娃娃穿衣服、戴饰品等工序,她坚持人工来做。“成本是高,但每个娃娃有了灵魂。”她说,一双手细细地系、慢慢地调整,娃娃便不再是流水线上的复制品。这份坚持,也让拉萨东嘎社区的阿佳们有了活计。在她看来,这笔账,非常值得。

小器物大舞台

北京的24岁小伙武意桐见朋友时,手里拎的伴手礼是一枚“雅阔热”的冰箱贴。小小一枚,却像是从高原上捎下来的一角风景。

游客们从拉萨带来的文创已在全国各地悄悄流动:贴在冰箱门上,摆在书桌角,落进某个寻常的日子里。而让这些带着雪域气息的小物件走得更远、站上世界舞台,是许多扎根拉萨的创业者共同的心愿。

“雅阔热,在藏语里,是‘打招呼’的意思。”雅阔热设计机构负责人扎西巴单说,他们做的事,其实就像这个名字一样,先向西藏优秀的传统文化打一声招呼,再俯下身去,从本地建筑的一梁一柱、服饰的一针一线、民俗人文的一歌一舞里,细细寻找灵感的种子,然后用现代设计的手法让这些种子重新发芽、生长,最终把雪域文化连同文创产品一起,送上更远、更大的世界舞台,让“国潮”变成“世界潮”。

今年的第140届中国进出口商品交易会(广交会)上,藏二木现场展出小阿佳手办、青绿山水拍拍灯和马年主题帆布包等文创。一件件源于高原人文灵感的作品,将西藏美学融入日常器物,让远道而来的客商感受雪域文化的细腻与美好。藏二木的工作人员边细致讲解高原物产边展示文创设计,吸引了海内外客商驻足,咨询声、交谈声此起彼伏。

随着西藏的文创企业不断参加展会、出国交流,高原上的文创越来越多地惊艳亮相。“进博会、广博会、消博会等展会我们都去,美国、加拿大、澳大利亚这些隔着大洋的国家,我们也积极去交流。”程娟说这话时,语气平常,却透着一股笃定,她相信从雪域高原走出来的小物件,终有一天会被世人捧在手心里。

拉萨的创业者们依旧忙个不停。雪域高原上的文创产品,会一次次焕新,也会走得更远——带着这片土地的故事,走向更辽阔的天地。

被

拓兆兵

初冬的青海湖,碧波荡漾,天高地远。夏秋旅游旺季过后,青海湖1号公路上少了如织的旅游车队,却不缺长途骑行的自行车骑手。他们像雄鹰一样掠过寂寥的高原,展现着坚韧与自由。

“其实,初冬时节的青海湖也美。人少,才能更好享受高原的寂寥;繁花落尽,才能更好欣赏青海湖的原生态底色……”游客王雪玲说。

青海湖是中国最大的内陆咸水湖,2025年测得湖水面积为4657.9平方公里,周长约360公里,湖面海拔约3196米,是世界上海拔最高的湖泊之一。青海湖是国家级自然保护区,有二郎剑、仙女湾等众多景区,观湖打卡是许多游客的必选项。想推窗观湖,二郎剑景区旁的莫热迪哇是热门去处。

来到莫热迪哇,一幢幢漂亮的3层藏式小楼沿青海湖南岸整齐排列。莫热迪哇属于海南藏族自治州共和县江西沟镇。早些年,从莫热村分出20户牧民集中搬迁定居,单独起名莫热迪哇。莫热是这片草场的老地名,当地人解释迪哇是聚落、定居点的意思,合起来便是莫热新村。得益于政府的大力扶持和民宿从业者的积极推动,莫热迪哇28家全临湖景的民宿成为网红打卡地。民宿火了,村民靠房租和务工增收,经营者生意红火。

“我和丈夫还有弟弟从甘肃老家来新村租房做民宿10多年了,生意不错。”共和牧家客栈老板仲学儿说。

这是湖边为数不多的冬季也营业的民宿,宽敞的院子里停着多辆私家车,楼后三四百米处就是蓝色的青海湖。走进客栈,每间房都有大玻璃窗。推窗即可闻到清新的湖水味道,听到轻柔的波涛声。“夏季常常客满,冬季也有不少游客专门来住宿观湖。我们的房价全年都不算高,特色饭菜经济实惠。”仲学儿说。

初冬的青藏高原褪去盛装,草木转黄,却依旧茂密。从客栈房间向湖边望去,草丛没过膝盖,这在高寒缺氧的青藏高原十分难得。初冬大风中,19岁的公保扎西正戴着棉帽和面罩巡湖。

“尽管这里已经过了旅游旺季,但我们还要继续确保巡湖无死角。”公保扎西说,为了保护生态和游客安全,青海湖景区保护利用管理局在重点路段有管护员定点值守和接力巡湖。

在这个初冬,我们遇见了青海湖保护与发展并重的答案。

生活中的经济学

数字囤货的“账”该怎么算

温映雪

每到促销季,购物车总会悄悄满起来。纸巾整箱囤,洗衣液选组合装,酸奶按提买。算算单价,确实便宜不少。可过了两个月,打开冰箱看到角落里一瓶过期酸奶,心里咯噔一下:这笔账好像没算对。

囤货的本质,是消费者让出一部分未来选择权以换取较低的单价。这笔交易划不划算,差价之外,还取决于一个变量:持有成本。

实物囤货的持有成本摆在明处,每样囤回来的东西,都要占据一个位置、搭进一份精力、绑定一笔钱。纸巾用量稳,只要囤得下,适度多备没问题;零食吃不吃得完、护肤品合不合用,买的时候往往说不准,预估错了,持有成本就增加了。人对实物的持有成本有种天然的敏感,知道囤货占空间、绑资金,东西快过期了会催自己赶紧用,这种本能会反过来约束囤货行为。

这些年,购物车里多了一类新东西:视频会员、网盘年卡、网课、大模型词元额度。它们既不占地方,也不会变质。有人松了口气:总算可以放心囤了。

其实不然。代价只是换了张脸,当囤货从柜子、冰箱搬进账号,持有成本悄然隐身,人们更容易放松警惕。

词元额度买的是“未来按照当前价格调用服务”的权利。要是碰上涨价,提前买确实省了一笔钱;可要是价格下行,这笔提前锁定的钱就打了折扣。更何况,有些用量包只能在指定平台或模型上使用,哪天换了更好用的工具,旧额度能不能转到新平台用、预存余额能不能退,都要看具体规则。

再看年卡会员。买的时候觉得自己会常用,结果追完一部剧再没点进去,会员安静地躺在账户里,到期了没用上几次。年初花200元开通的视频会员,年底收到续费提醒才想起来——这一年买的是什么?是“我会经常用”的预期和“随时可以看”的幻觉。

你看,从冰箱里的酸奶到账号里的额度,囤货的底层逻辑没变。省下的差价减去持有成本,剩下的才是真实惠。变的是持有成本从肉眼可见变成了静默发生,从过期损耗变成了贬值、锁定和遗忘。

实物囤货,你看得见、用得着,过期扔掉时还会心疼,或许能长点记性。而藏在账户里的数字囤货,往往要等续费、翻账单才能想起来。

所以,算囤货的账,尺子没变。别只算“省了多少”,就像酸奶别买多一样,假如词元消耗量没那么大就先别买大包,当下只想追一部剧就先开个月卡会员。下单前,不妨看看购物车里那些东西,先问自己一句:假如没有这次促销,我原本会怎么买、花多少钱?

本版编辑 陈莹莹 李 静 美 编 倪梦婷