

# 山东潍坊：年画+旅游的双向赋能

□ 李晶媛 尹凤鸣

随着时代的发展,年画作为一种传统艺术,重新被越来越多的人认识和喜爱。在保持传统技艺的基础上,年画也在不断顺应时代发展,加速与旅游产业的深度融合,展现出新活力。2020年12月,“中国年画·美好生活”——2021年画传承发展大会在山东省潍坊市举行,以杨家埠木版年画和高密扑灰年画为代表的潍坊年画的传承与发展受到人们的关注。

## 年画承载民间喜乐

潍坊杨家埠木版年画兴于明初,盛于清代,2006年被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。潍坊杨家埠与天津杨柳青、苏州桃花坞并称为中国民间木版年画三大产地。

杨家埠木版年画省级代表性传承人杨乃东介绍,杨家埠年画特点鲜明,具有很强的装饰性,因构图饱满、色彩艳丽、题材广泛而深受广大百姓的喜爱。杨家埠木版年画制作方法简便,内容每年更换一次。许多新思想新事物产生以后,通过年画进行传播,在当时的历史条件下,对社会进步具有一定的促进作用。杨家埠木版年画也间接记录了不同时期民间社会生活的情况,对研究中国历史文化具有一定价值。

潍坊高密扑灰年画也是国家级非物质文化遗产。高密扑灰年画国家级代表性传承人吕葵立介绍,所谓扑灰,即制作者根据预先构思好的题材,用柳枝或者豆荻烧成炭条起稿,画出大体轮廓,拿画纸在底稿上扑抹,一稿可扑抹数张。

为符合现代人的审美,吕葵立绘制的扑灰年画在秉承传统题材风格的基础上,在技艺、色彩、人物线条等方面大胆创新,赋予年画新的生命。

“真正的艺术应该在传统的基础上兼收并蓄,与时俱进。2021年,我最大的心愿是举办扑灰年画专场画展,希望

通过画展让更多年轻人了解民间艺术,喜欢上扑灰年画,把这项民间传统技艺更好地传承下去。”吕葵立说。

## “年画+”带来新机遇

山东正金文化传媒有限公司项目策划人杨营茂表示,公司一直在探索年画内容和形式上的创新。内容上,除了保留传统的神像、仕女等年节文化题材之外,还与时俱进创作了庆祝建党100周年新年画100幅,包括一带一路、绿水青山、载人航天等题材,使年画内容更丰富多样;形式上,为了让年画更加贴近百姓年节生活所需,在中国传统的“福”字中加入年画元素,融“画”入“字”,根据不同人群创作了四款福字,包括招财进宝、福寿双全、独占鳌头、五牛送福等内容,这些创新产品很受消费者喜爱。

“让传统文化‘活’起来,让年画通过文创产品重新焕发生机,更加生活化、接地气,不但要看得到,更要摸得到、用得着,这样才能更好地融入生活。”山东谦和文化传媒有限公司总经理邱华伟说,公司运用传统年画元素开发了上百种文创产品,涵盖生活用品、学习办公、旅游商品等。“公司自有的销售终端遍布在潍坊的各个景区景点。根据市场反馈和销售数据,我们设计开发了一系列便于游客携带、性价比比较高的旅游伴手礼,如鼠标垫、拼图、钥匙扣等,既有地方特色文化元素,又具备一定的实用性,市场反响相当不错。”

依托年画产业,不少旅行社推出了研学修学、文化体验等年画旅游线路和产品。潍坊凯撒国际旅行社有限公司推出了“寒亭杨家埠民间艺术大观园—潍坊市博物馆”一日游、“寒亭杨家埠民间艺术大观园—红高粱艺博园—诸城蔡家沟村”二日游等产品,该公司总经理吴金介绍:“我们将年画旅游线路定位为具有休闲度假功能的综合型文化旅游产品。游客在杨家埠民间艺术大观园可以参与风筝扎制、年



画印刷等活动,体验几百年前杨家埠人的生活乐趣。”

## 双向赋能助力传承

2021年画传承发展大会期间,主办方举办了以“年画的文化内涵与当代价值”为主题的年画论坛,聚焦“古思·今蕴”“匠心·传承”“激活·衍生”三个议题,深入探讨年画的文化内涵、当代价值与精神力量,总结以传承人为主体的年画振兴路径与经验,分享年画在满足人们美好生活需求中的创新传播和具体应用。

新一代潍坊木版年画传承人杨静说:“近几年,我们在传统年画的基础上不断创新,创作10多种木版年画衍生品,如年画抱枕、油纸伞、杯子等。其中,年画抱枕和年画T恤受到很多年轻人的喜爱,畅销北京、甘肃、河南等地的景区景点,年销量达2万多件。”作为非遗传承人,除了技艺上的传承之外,杨静还希望在年画的传播、营销和发展方面不断创新,通过线上新媒体传播、线下教学授课、非遗进校园等活动,使杨家埠木版年画制作技艺这一古老的非物质文化遗产得到更好的传承与保护。

山东艺术学院年画艺术研究中心副主任赖冰梅表示,文旅融合非常有助于年画的发展。以非遗项目进景区为例,通过景区这样客流量大、受众面广的平台向民众展示展演,非常有利于包括年画在内的优秀传统文化的传播和推广。此外,传统工艺还可以在景区内开展商业经营,增加传承人的收入来源,促进传统工艺的可持续发展,更好地激发传统文化的活力。同时,年画等非遗项目进景区,可以增加景区的文化内涵,进行科学规划与生产性开发,有利于将非遗资源有效转化为旅游资源,既拓宽了非遗传承的路径,增强了非遗的活力和知名度,促进了地区文化的传播推广,又丰富了旅游资源的文化内涵,带动了文化资源的旅游化发展。

潍坊市文化和旅游局党组书记、局长田素英表示,近年来,潍坊市文化和旅游局非常重视潍坊年画的保护工作,每年都会举办以年画为主题的展览,并打造了杨家埠民间艺术大观园,使年画融入民俗文化旅游景点。通过将年画等一批非物质文化遗产与旅游资源结合,进行科学规划与生产性开发,有利于将非遗资源有效转化为旅游资源,既拓宽了非遗传承的路径,增强了非遗的活力和知名度,促进了地区文化的传播推广,又丰富了旅游资源的文化内涵,带动了文化资源的旅游化发展。

潍坊市文化和旅游局党组书记、局长田素英表示,近年来,潍坊市文化和旅游局非常重视潍坊年画的保护工作,每年都会举办以年画为主题的展览,并打造了杨家埠民间艺术大观园,使年画融入民俗文化旅游景点。通过将年画等一批非物质文化遗产与旅游资源结合,进行科学规划与生产性开发,有利于将非遗资源有效转化为旅游资源,既拓宽了非遗传承的路径,增强了非遗的活力和知名度,促进了地区文化的传播推广,又丰富了旅游资源的文化内涵,带动了文化资源的旅游化发展。

图为潍坊木版年画。杨乃东供图

让消费活起来。

电竞文创产业中心如同一个“电竞小镇”,囊括电竞、文创、体育、动漫、泛文娱五大产业主题,拥有超5000平方米的国家A级电竞馆,涵盖创意产业办公空间、特色酒店、潮流商业等多个业态,既是电竞爱好者的乐园,又是电竞文化的展示窗口,将电竞与旅游两者融合互促,形成集吃、住、行、游、购、娱于一体的电竞旅游消费圈。

南海区文化广电旅游体育局局长梁惠颖表示,在打造电竞产业体系的过程中,南海积极推动电竞与城市文化相融合,使传统文化传承发展与时代紧密结合。

2018年,英雄联盟全球高校冠军杯邀请赛融入龙狮、功夫等非遗元素,南海电竞首次与国际电竞擦出火花。此后,南海授予《王者荣耀》游戏中的英雄人物鲁班“南海醒狮非遗推广大使”身份,并联合《王者荣耀》推出“鲁班七号—狮舞东方”人物皮肤,吸引了众多年轻人对醒狮文化的好奇,“狮舞东方”形象更作为《王者荣耀》重要赛事文化形象IP在国内外各大赛事举办城市巡展。电子竞技成为一扇文化窗口,在拉近城市与年轻群体距离的同时,更使年轻人在时尚娱乐中感受传统文化的魅力,领略南海的城市风采。

在推动电竞产业与城市发展相融合的道路上,南海以赛造势,以旅活业,以文兴城。电竞文化名片的打造不断提高城市声望,成为传播城市文化的有效载体;电竞旅游的开拓为城市注入新鲜血液,让具有特色的南海地域文化走向世界。

图为《王者荣耀》中的“鲁班七号—狮舞东方”人物皮肤。南海区文化广电旅游体育局供图

司江城美景、荆楚文化与电竞文创内容体验相结合,为全国各地的电竞爱好者与游客奉献了一场精彩纷呈的电竞之旅。1000架无人机组成的飞行表演编队在城市夜空展现黄鹤楼、长江大桥等旅游地标以及DNF电竞元素,编排演奏《地下城与勇士》阿拉德市集活动主题曲,coser表演、雪人娃娃巡游、武汉本地潮流乐团演奏等互动演出,充分展示了武汉非遗、本土音乐、特色小吃等文化旅游资源。

当非遗遇到电竞,电竞为非遗传承提供了更年轻时尚、更具创意的载体,非遗为电竞提供了具有文化内涵的设计元素。当非遗、旅游与电竞携手,以怎样的方式为电竞爱好者和游客带来奇妙的文化旅游体验,为他们提供既能满足文化旅游需求,又能展现正能量的好产品,还需相关各方充分发挥各自的想象力和创造力。

# 《装台》为陕西旅游“种草”

□ 文侠

近期在央视热播的电视剧《装台》赢得观众好评,除了个性鲜明的人物、一波三折的情节之外,深厚的历史文化、地道的陕西方言、诱人的美景美食都成为该剧的加分项。

## 热播电视剧成陕西旅游宣传片

随着《装台》的热播,陕西和西安成为热搜关键词。有观众线上提问:刁顺子心急火燎回家路上路过的城墙门洞,是不是小南门?《装台》的故事发生地刁家村到底在哪里,西安的城中村到底是什么样子的?不少观众都在讨论与寻找,纷纷表示要去城中村打卡。还有观众建议,趁着《装台》热播,把城中村拍摄地打造成旅游景点。此外,剧中的南山(秦岭山脉)美景,也在很多观众心中“种草”。

剧中刁顺子的居住地刁家村,其实是有原型的。在西安市文艺路与建西街路口的公交站牌上,还保留着“刁家村”这个名字,刁家村这一站,也是现在的陕西秦腔戏曲研究院所在地。剧中的“刁家村”,是在陕钢集团红光物业公司搭建的,还在徐家庄有一个有三栋多层住宅的小区取景。随着《装台》的热播,这个小区也变得热闹起来。

除了城中村,该剧还在大明宫遗址公园、兴庆公园、香格里拉酒店、省体育训练中心、南大街等地取景拍摄,将西安的传统与现代展现在全国观众面前。

剧中,肉夹馍、油泼扯面、羊肉泡馍、凉皮、烤肉等美食让人大饱眼福。美食的镜头一出现,弹幕就有人开始喊饿。“咱陕西的油泼面就是好吃,我午饭就吃的它。”西安市民岳曙看到剧中的油泼面就开心。

“八叔每次一开口说话,那句‘呀’,又夸张又好笑,成了我们一家人的口头禅。”北京观众李女士说。很多观众像李女士一样,喜欢上了面冷心热的八叔和他的陕西话。

电视剧“种草”,旅游“拔草”。《装台》去年11月底播出,半个月左右播完,来自携程的数据显示,去年12月前两周携程平台上陕西的搜索量环比增幅达11%,西安环比增幅达12%;今年元旦陕西的搜索量环比增加120%,西安环比增加160%。去年12月1日—15日,通过携程旅游平台下单陕西景区、酒店的客源省份前十名分别为陕西、上海、北京、广东、江苏、四川、甘肃、浙江、山东、河南。北京、广州、深圳、上海、杭州等城市飞西安的航线成为热门航线,航班乘客环比增加70%。大数据分析显示,12月下旬至元旦期间西安十大热门搜索景点为西安城墙、西安钟楼、秦始皇兵马俑博物馆、秦岭野生动物园、西安鼓楼、华清宫、陕西历史博物馆、曲江海洋极地公园、大唐芙蓉园、小雁塔。

有人说,“《装台》呈现着西安的魅力与变迁,简直就是一部妥妥的西安旅游宣传片。”

## 小人物书写人性的温暖和力量

“我鼓劲咬了一口馒头,虽然生活有些简陋,不过是起早贪黑,晚上还能喝个酒……”主题曲《不愁》,以陕西方言讲述着生活的琐碎和平凡,浓浓的接地气的风格,让这首歌在潜移默化间走进了人们的心灵。央视这样评价陕西籍歌手孙浩的这首新歌:“为寒冷的冬天带来了一抹温暖。”简单朴实的文字,写出了普通人身处无奈之中却又不懈努力奋斗的精神。

《装台》改编自商洛籍作家、茅盾文学奖获得者陈彦的同名小说,讲述了在鲜为人知的舞台装卸行

业里,以刁顺子为首的小人物们历经波折依然奋力前行、勇敢追梦,用自己的双手和汗水改变命运的故事。

在陈彦看来,装台者永远不可能上台,但他们在台下的行进姿态有着某种不容忽视的庄严感。他的写作,就是尽量去为那些无助的人舔一舔伤口,找一点温暖与亮色,尤其是寻找一点奢侈的爱。

“我觉得《装台》之所以赢得好口碑,是因为它让人看到生活不易的同时,也让人看到了人性的温暖和力量,向社会传递了正能量。这样的内容、演员的演技,再加上各种陕西元素,让《装台》成为一部引人入胜的佳作。”《华商报》记者李怡表示,家里祖孙三代人,从00后到50年代出生的爷爷,都在追《装台》,连平时喜欢打游戏不喜欢看电视的弟弟,也主动加入到追剧行列,时不时还跟着剧中演员学台词、唱秦腔。

## 艺术佳作彰显陕西文化实力

《装台》由陕籍演员张嘉益、闫妮领衔主演,更有尤勇、孙浩、姬他等陕籍演员加盟,从剧本到演员都是地道的陕西人,可谓本地人、本地事、本地景、本地话的全方位综合,真实地展现了原汁原味的陕西风土人情。

陈彦曾是陕西省戏曲研究院院长,因为工作关系,对戏曲以及装台者有着深刻的理解,“我与这些人打了20多年交道。他们是一拨一拨地来,又一拨一拨地走。当然,为人装台,其本身也是一种表演,也是一种人生舞台。他们不因自己永远处身台下,而对供他人表演的舞台持身不敬,甚或砸场、塌台、使坏。不因此自己生命渺小,而放弃对其他生命的温暖、托举与责任,尤其是放弃自身生命演进的真诚、韧性及耐力。”

《装台》通过多种镜头,将西安市地标或宏观或写实地呈现给观众,西安城墙作为十三朝古都的地标性建筑多次在剧中出现。《装台》编剧马晓勇表示,“自己是土生土长的陕西人,原小说给了我想要再次动笔的冲动,剧中所拍摄的美食美景,发展变迁,是不由自主呈现出来的。回家拍戏,像看到自己家人一样,那种亲切感,想摁也摁不住。”

值得一提的是,此剧力邀中国戏曲梅花奖获得者、国家一级演员任小蕾担任戏曲顾问兼演员,为影片贡献了众多优美的秦腔唱段,她扮演的“丹妻人”给观众留下了深刻印象。

“去年今日此门中,人面桃花相映红……”《装台》围绕着《人面桃花》这部大戏的装台、排练、演出、参赛等逐层推进,观众随着剧中人物的命运或喜或悲。感人的东西,一定是有了真情。一部《装台》,有感人的故事,有美食美景美图,有鲜明的陕西特色,在解读三秦文化的过程中,让观众感受到陕西人的赤诚之心和豪迈之情。

“《装台》让人们再次领略了‘文化陕军’的力量。影视与旅游双向赋能的成功案例在陕西有不少,比如小说《白鹿原》、电影《白鹿原》与白鹿原影视基地三者结合,让读者和观众感受到了陕西文化的底蕴。希望今后看到更多这样的文旅融合发展案例。”贰零壹陆影视公司总裁任双有说。

“从《装台》想开去,利用好《装台》这张名片,需要更开阔的思维重视和开发深度旅游,着重让游客在由电视剧引发的旅游中体验更深层次的东西,感受当地生活环境、生活方式和生活氛围。”《陕西日报》刊发的评论员文章提出,要把握好机会,持续为陕西文化和旅游产业发展培育新动能。

# 内蒙古自治区文化馆捧出线上“文化年货”

本报讯(张巧平 杨俊杰)内蒙古自治区文化馆近日推出“中华文化进万家”系列线上活动,为广大群众送上“文化年货”。

系列活动包括“年俗·年味”随手拍线上图片展、“新生活·新风尚·新年画”作品展、迎春剪纸作品展;2021年内蒙乡村春晚、百姓春晚、农牧民春晚优秀节目线上展播、“中国梦”主题原创歌曲及红色经典歌曲展播;“爱生活·学艺术”文化志愿者线上公开课、文

化艺术课陪您过大年、“经典成语·润泽新年”传统文化宣传月、“诗韵·春节”主题经典诗歌作品赏析等。

内蒙古自治区文化馆相关负责人表示,通过内蒙古文化馆微信公众号、内蒙古文化云平台、内蒙古文化馆网站、抖音、小程序等推出和传播富有时代精神和文化底蕴的群众文化作品,旨在唱响主旋律,激发新动力,为“十四五”良好开局凝聚文化力量。

# 广东南海：跑出电竞“加速度”

□ 张宝彬

近日,为期3个月的第二届王者荣耀全国大赛总决赛在广东省佛山市南海区吹响号角,来自全国各地的16支晋级队伍共同争夺出征KGL和冬季冠军杯的资格名额,共吸引303万人次报名参赛,报名者遍布全国31个省份的289个城市。电子竞技产业作为南海区的战略性新兴产业,正逐渐成为南海城市转型升级的新引擎,助力文化和旅游产业迸发出蓬勃新活力。

## 文化产业领域的黑马

2020年,电子竞技成为文化产业领域中的黑马,实现了体育竞技项目的弯道超车。腾讯电竞2020年8月发布的《2020全球电竞运动行业发展报告》显示,疫情期间,中国电竞用户约新增2600万,2020年中国电竞用户预计突破4亿,中国将首次超越北美成为全球最具商业价值的电子竞技市场。重大的电子竞技赛事不仅是一票难求、粉丝群体庞大的体育竞技项目,更是促进文化、旅游相关产业融合发展的平台。电竞产业以其独特的魅力在疫情期间逆风前行,成为令人瞩目的城市发展新蓝海、文旅产业新蓝海,让包括南海在内的城市看到了它在市场拓展上无穷的可能性与吸引力。

作为电竞产业的“后来者”,南海区以粤港澳大湾区为市场支点,通过引进2018英雄联盟全球高校冠军杯邀请赛、王者荣耀城市赛半决赛等高等级电竞赛事,实现与腾讯、网易等本地电竞头部公司的良好互动与合作,英雄联盟青年训练营、广东省电竞青年训练基地纷纷落户于此,佛山首个电竞产业标杆项目粤港澳大湾区电竞文创产业中心正式亮相。短短两年,南海逐步成为佛山电竞产业的领头羊与核心发展区。

“电竞的受欢迎程度在竞技项目中已经是独一档的存在,南海一定会抓住这个机会。”南海区文化广电旅游体育局副局长邵凯健表示,经过近年的加速发力,南海区已聚集赛事场馆、产业园区、青训基地、电竞娱乐等上下游产业节点,为打造产业链闭环创造了良好条件。

## “电竞南海”走进玩家视野

电子竞技这个兼具高人气和高效益的新兴文化产业的兴起,为南海文化和旅游产业发展注入强劲的动力。

2019年4月21日,在南海区文体旅部门努力下,英雄联盟职业联赛(LPL)春季赛总决赛在佛山完美收官,成为广东省内第一个落户LPL赛事的地区,吸

引了全国各地近万名电竞爱好者前往观赛,近万张门票10分钟售罄。电竞的魅力让南海成为游戏爱好者眼中一道靓丽的风景线。赛事期间,文旅消费火热,赛场周边10公里以内的中高档酒店均被订满,直接撬动餐饮、住宿、娱乐等文化和旅游消费近2000万元;社交平台热度不减,“春季赛决赛·佛山”微博话题阅读量达25.83亿,直播观看总量近700万次,全站相关短视频播放量达16.8亿次。英雄联盟顶级赛事的举办让“电竞南海”正式走进国内乃至世界电竞玩家的视野,狂热的电竞氛围与超强的消费力凸显了电竞产业巨大的拉动力。在此基础上,电竞与旅游加速融合,南海文化和旅游产业突破传统的经营模式,找到了面向世界的新窗口。

为给予电竞产业发展强有力的支

持,南海区在2020年发布《佛山市南海区关于加快文化旅游体育产业创新融合发展的若干意见》,明确提出加快游戏电竞产业发展,并同步发布配套的促进电竞产业发展实施细则,内容涵盖电竞产业园区建设、创新研发奖励、电竞赛事补贴、人才培养等9个方面。

邵凯健认为,“通过政策引导,可率先为珠三角营造电竞产业落户的氛围,助推‘电竞+’模式发展,并承接粤港澳大湾区主要城市电竞产业的溢出效应,为南海文化和旅游市场增添新动能。”

## 打造电竞旅游消费圈

星光熠熠的电竞赛事成为南海的亮点,吸引了更多游客的目光,与此同时,南海电竞文创产业中心的建设,则使电竞文化有了落脚之处,为电竞赛事增光添彩,让更多游客和玩家留下来,

## ● 编者的话

# 当非遗遇到电竞

提到文化,人们首先会想到“悠久的历史,灿烂的文化”,还会联想到非遗、文物、博物馆、图书馆、影剧院……

提到电竞,人们很容易联想到对着屏幕鏖战的年轻人,一般人甚或将电子竞技等同于网络游戏。

电子竞技是以电子设备作为运动器械进行的、人与人之间智力和体力结合的比拼。通过电子竞技,可以锻炼和提高参与者的思维能力、反应能力、四肢协调能力和意志力,培养团队精神,职业电竞对体力也有较高要求。2003年国家体育总局将电子竞技列为正式体育竞赛总目,2020年亚奥理事会宣布电子竞技项目成为亚运会

正式比赛项目。近年来,电子竞技产业在我国迅速发展。上海、成都、杭州、珠海、青岛、海口、武汉等城市看好电竞产业为旅游带来的巨量年轻客流,纷纷大力发展电竞旅游。

作为电竞产业的“后来者”,佛山市南海区积极打造电竞文化名片,构建电竞旅游消费圈,将龙狮、功夫等非遗元素融入电竞赛事,让我们看到了电竞、非遗、旅游擦出的靓丽火花。

电竞与城市文化相结合,会带给电竞爱好者与游客非比寻常的旅游体验。据报道,在去年12月举办的武汉电竞旅游嘉年华中,主办方武汉市文化和旅游局、腾讯科技(深圳)有限公