

从“在云端”落到“家门口”，访遍十三城的非遗接力带来了什么

在徐州杉杉奥莱广场，苏州碧螺春的茶香与“苏超”赛事的声浪奇妙交融，外地游客手捧藕粉圆子为精彩射门欢呼；在无锡梅里古镇，精巧的惠山泥人从展台走入市集，与孩童好奇的指尖温暖相遇；在苏州张家港的金村，百年庙会的喧天锣鼓与现代机器人的科技舞步，共奏出一曲跨越古今的和谐乐章……这一幕幕充满烟火气与文化味的生动图景，并非节日特供，而是江苏大地上的日常风景。

线上线下超过700万人次参与，非遗市集直接销售额超300万元，撬动周边消费达2亿元——这是2025年度“水韵江苏·家门口享非遗”系列活动交出的一份文化惠民答卷。自今年2月启动以来，活动将全省优质非遗资源打包成一场场可观、可感、可尝、可玩的“非遗嘉年华”，让“养在深闺”的优质文化资源，以更鲜活、更贴近的方式走进群众生活，为文化赋能经济社会发展注入蓬勃活力。

扬子晚报/紫牛新闻记者 金雨希

图片由主办方提供



非遗离我们有多远

一场送到“家门口”的文化盛宴

如何让珍贵的非物质文化遗产从名录中“走下来”，从展馆里“走出来”，真正融入现代生活、服务人民群众？

为推动非遗系统性保护与创新发展，促进优质文化资源直达基层，省文化和旅游厅创新推出“水韵江苏·家门口享非遗”系列活动，活动涵盖13场省级重点示范活动，实现设区市全覆盖。每一站活动都精心遴选省内各设区市具有地域特色的非遗代表性项目，以静态展陈、活态展示、舞台展演、市集体验等相结合的方式，让人们在现场吃好看好玩好。

在首站南京江宁百家湖，100余项非遗汇聚。从南京的锦云、苏州的宋锦、无锡的惠山泥人，到南通的扎染、扬州的漆器、淮安的茶馐，再到徐州香包、常州梳篦、镇江锅盖面……一场活动，便是一幅浓缩的“水韵江苏”非遗长卷。

活动当天，黄桥烧饼的摊位前排起长龙，一天之内竟售出8000个，三位师傅赶制不及。淮安的平桥豆腐备足了平日双倍的食材，依旧供不应求。数据记录了两日的销售总额约30万元。而“烟火气”之外，“匠心”更抚人心。来自北京的艾先生在体验了“扬州三把刀”中理发刀的“七十二刀半”绝活后，惬意地表示“太舒服了，都要睡着了”。常州市中医医院的孟河医派传承人现场义诊，将优质的中医药资源送到市民手边。

57岁的常州梳篦传承人邢粮，今年成了“大忙人”，跟着活动跑了多个城市。他说了个有趣的发现：“好多人到了摊前才恍然大悟，‘哦，原来天天用的梳子、吃的麻糕，也是非遗啊！’”邢粮感慨道，这次活动让那些好的老手艺、老味道，不再显得高深或遥远，而是成为大家生活里看得见、摸得

着的一部分。

每一场主场活动，也是省厅与地方文旅部门协同作战的成果。省厅负责总体策划、项目遴选、标准制定和跨市协调，确保每场活动都汇聚了来自全省13个设区市的50—60项最具地域特色的非遗代表性项目。在省厅搭建的省级平台上，各地市文旅局则是充满创意的“执行导演”，标准化与差异化的精准供给，旨在同时满足不同地域、不同年龄人群的吃、喝、玩、乐、学、医等多元需求，形成“一市一品”的生动格局。

在江苏唯一的少数民族乡——扬州高邮菱塘回族乡，全省80多项非遗与回族特色的擀石锁、盐水鹅制作技艺同台亮相。“活动预热时，好多周边居民就打电话订房间准备来玩。”当地一家民宿老板欣喜地发现，活动期间营业额增长了近50%。扬州市文广旅局非遗处处长苗芹对市民排队打酱油的场景记忆犹新：“宝应德和酱油展区，很多人拿着桶，仿佛回到小时候。”她感触很深：“传承人产品热销所展现的喜悦与信心，消费者对活动‘常办’的期盼，这些直接反馈极具价值。本场活动三天时间，现场销售超过30万元。这让我们更坚定地认识到，非遗保护工作的成效，最终要体现在传承人的获得感 and 人民群众的满意度上。”

在“运河之都”淮安，“家门口享非遗”的舞台铺展在千年河下古镇的青石板路上。古镇上，众多民居被原汁原味保存，一间间木质结构的房屋排列得错落有致、整齐有序，身着汉服的游客穿梭其间，纷纷拍照“打卡”，或兴致勃勃地来到活动现场参与非遗互动体验，近距离感受中华优秀传统文化的独特韵味。



非遗“活”在当下

指尖技艺如何变成“流量”与“留量”？

非遗的生命力，既在于守正传承，更在于“破壁生长”。

当非遗遇见火爆的江苏城市足球联赛“苏超”，产生了奇妙的化学反应。这个赛季，“苏超”绿茵场边，出现了一道新奇风景：呐喊助威的球迷手中，除了助威棒，可能还捏着一个憨态可掬的泥人“球星”，或是一把趣有幽默标语的非遗绢扇。

7月，镇江站率先在奥体中心广场设立“苏超”第二现场，随后在徐州、连云港、宿迁、泰州等赛区推广复制。借助赛事高流量为非遗引流，以文化内涵为体育增色，打造“观赛+非遗体验”新模式。

各地的创意随之迸发。连云港站，水晶雕刻出的“足球”和贝雕“猪八戒踢足球”憨态可掬，成为球迷喜爱的文创。宿迁站，绢扇上绣着“常垫底、无所谓、苏得起、镇在输”的幽默字样，以江南雅趣化解竞技输赢。“只有走出来，才知道老百姓真正喜欢什么。”参加了多场活动的无锡惠山泥人厂主创人员周璐深有感触。她的泥人作品，从无锡梅里古镇的静态陈列，到后来与“苏超”元素结合，变得更为鲜活。

“这种结合让我们看到了非遗的另一种生命力——它可以是热血的、时尚的、幽默的。”一名在现场购买了一把“足球主题”紫砂壶的年轻球迷说。

泰州站将非遗市集与展演直接嵌入“苏超”赛前与中场，木偶戏、童子戏、传统武术为球迷预热，成功打破了文化圈层。“我本是球迷，却被非遗圈了粉！”从靖江赶来助威的倪明笑着说。

破圈不止于体育。

常州站主场活动恰逢端午，融合龙舟竞渡、国潮展演、非遗市集、萌宠互动等多元形式，吸引线上线下约40万人参与。这次活动将传统非遗与现代宠物经济完美融合，开创了独特的“非遗+宠物经济”跨界新模式。萌宠汉服秀、宠物周边市集、萌宠家人画像等活动吸引大批年轻人参与，让传统文化触达新受众。在萌宠汉服秀中，可爱的宠物们身着精致的汉服，与主人一同走上了T台，展示别样的古风韵味。“带着狗狗穿汉服体验非遗，既有趣又有意义！”“95后”参与者李小姐表示。

在南通海门的主会场活动上，科技与艺术共舞：数百架无人机腾空而起，于夜空

中变幻出飞针走线的绣娘、“水韵江苏”的字样，以现代光影演绎传统之美。而在苏州金村庙会上，本土科技企业研发的机器人惊喜亮相，与市民游客互动对话，共享非遗。这些跨界尝试，成功地让非遗从“古老的记忆”转变为“潮流的现场”，吸引了无数原本并不关注传统文化的目光。

在苏州张家港的金村，活动与拥有800多年历史的“国家级非遗”金村庙会深度融合。六百余人的民俗巡游队伍穿过青石板路，舞龙舞狮、挑花担、打莲湘等30多种民俗节目，与全省汇聚而来的50多个非遗项目同台生辉，让古老庙会焕发全新活力。庙会还吸引了10多名停靠张家港港的外籍船员组成“非遗体验团”，成为文化国际传播的生动注脚。

省级主场活动如同“种子”，将优质资源精准下沉。另一方面，各市以此为契机，深挖本土资源，形成常态化“六进”网络。让市民在“家门口”的各个角落都能便捷享受到“非遗大餐”。无锡全年开展相关活动6100余场，服务群众260万人次，并在人工智能产业园开展非遗市集，让传统技艺与前沿科技对话。盐城构建从校园到职业教育的全程化传承路径，大丰篆刻等非遗深度融入景区，实现“移步换非遗”。宿迁打造“宿秀科技”品牌，在社区、景区开展活动超400场。

在社区、剪纸、泥人课堂成为居民休闲新选择；在乡村，非遗市集与农事节庆结合，助力特产升级；在校园，非遗社团课、非遗工坊播撒下传承的种子。非遗，从“文化符号”转变为“生活方式”，真正成了“家门口”的风景、“生活里”的寻常。



非遗“潮”向未来

这份文化共鸣如何延续？

活动的意义，远不止于一场热闹的市集。

最直接的体现是消费拉动。淮安站期间，“非遗+古镇”全面带动河下古镇人气，三天吸引近8万名市民游客，带动周边商家销售超250万元；常州站期间，商圈人流增加40%以上，客流量超6万，国潮非遗市集销售额近10万元，带动周边消费约600余万元；在为期三天的南通站活动中，近10万名市民游客涌入海门江海文化公园、江海博物馆，市民游客流连忘返，热情选购心仪的非遗好物，直接带动相关消费超200万元……

“活动现场卖‘爆’了！”连云港市文广旅局非遗处处长包倩回忆起8月的活动，语气仍带着兴奋，“尽管天热，但现场人气非常旺，消费热情也高，像徐州的鲑鱼、黄桥烧饼，活动没结束就售罄了。”她笑着说，这场“家门口”盛宴，做的是一件很实在的事：它把文化做成了“流量”，又把“流量”变成了人们愿意停留、体验和消费的“留量”。它让手艺人觉得自己的活儿有价值、有市场；让老百姓觉得老传统有意思、有温度；也让一座城市因为有了独特文化味道，而变得更有吸引力。

更深层的，是对传承生态的激活。黄桥烧饼非遗传承人王伟龙对此深有体会。“销售火爆，作为手艺人当然开心。”他话锋一转，提到更让他欣慰的事：“活动后，有好几拨人专门从淮安等地找到我们黄桥的店里，说要学习这门手艺。这比多卖些烧饼更让我觉得有价值。”

年轻力量在活动中涌现。宿迁市省级非遗代表性项目乾隆贡酥被称为“小包酥”工艺的“活化石”，乾隆下江南还将贡酥创始人封为御厨并带至京城。在有着悠久历史的贡酥展位前，传承人刘怡辰现场演示制作过程，擀面、包馅、烘烤，动作如行云流水。刚出炉的贡酥香气扑鼻，令人垂涎欲滴。25岁的刘怡辰是乾

隆贡酥的第十一代传人，大学本科毕业后，她利用所学专业积极参与乾隆贡酥礼品盒的设计工作，让传统美食焕发出现代活力，“正在策划拍摄一部宣传动画片，想让更多的人了解并且能够品尝到乾隆贡酥。”

每一场摩肩接踵的活动，本身也是最生动的传承课堂，一些不经意的瞬间，往往埋下了最重要的传承种子。在扬州姜塘回族乡，7岁女孩苗苗在妈妈鼓励下，跟着省级传承人学习掐丝珐琅画，小心翼翼地点蓝。“亲身做一回‘非遗设计师’，才能在心里种下文化的种子。”苗苗母亲的话，道出了体验的意义。

在淮安河下古镇，一名初三女孩对镇江的“太平泥叫叫”一见钟情，一晚上数次往返摊位，最终在传承人指导下亲手完成作品，心满意足地离开。在南通站，市民陆嘉馨在草草花技艺展位前，历经选材、刮片、染色、造型，亲手做成一朵“永不凋谢的花”。完成后她长舒一口气，感叹：“尝试后，我才真正体会到非遗技艺的精妙与匠心。”

“每一处‘非遗集市’都是文化空间的一次创造性转化，它将原本分散、静态的非遗资源，巧妙地聚合于人气旺盛的公共空间，构建成一个可游、可赏、可购、可学的‘非遗文化会客厅’。”江苏省文旅厅非遗处处长宋莉莉表示，“家门口享非遗”活动不仅是形式的创新，更是文化自信的直观表达，让市民得以全景式、沉浸式地感知一方水土的文化底蕴。

十三场奔赴，十三城欢歌。这场始于“家门口”的非遗大集，其成果，不仅在于呈现了哪些精彩项目，或创造了多少消费数字，更在于它为江苏这片底蕴深厚的土地，培育了一种更为蓬勃的文化生态。在这里，传统与现代欣然相遇，保护与发展相得益彰，文化的繁荣最终凝聚为经济社会前行的深厚底气与不竭动能。