

从“在云端”落到“家门口”，

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”,真正融入现代社会,服务人民群众?

为推动非遗系统性保护与创新性发展,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,从南京的云锦、苏州的宋锦、无锡的惠山泥人,到南通的扎染、扬州的漆器、淮安的茶馓,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”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摆石锁、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和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。



访遍十三城的非遗接力带来了什么



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”,或是一把题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,绢官扇上绣着“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”葵砂壶的年轻球迷说。

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、传统武术为球赛预热,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。

泰州剪纸、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,助力产品升级;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”。

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、萌宠互动等多种形式,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。

在南通海门的主场活动上,科技与艺术共舞,数百架无人机腾空而起,于夜空

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,大丰瓷刻等非遗深度融入景区,实现“移步换非遗”。宿迁打造“宿秀千技”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,助力产品升级;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”。

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、萌宠互动等多种形式,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。

在南通海门的主场活动上,科技与艺术共舞,数百架无人机腾空而起,于夜空

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!”连云港市文旅广旅非遗处长包经回忆起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,像徐州的蛙鱼、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。”

“更深一层的,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

非遗“潮”向未来 这份文化共鸣如何延续?

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。在扬州菱塘回族乡,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,一晚上数次折返摊位,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,市民陆嘉馨在通草花技艺展位前,历经选材、剖片、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,构成一个可游、可赏、可学的‘非遗文化客厅’。”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。

