

文化出海，东方美更具世界范

文化视点

■ 李瑶

“悟空”“哪吒”风靡全球，“醒狮”等潮玩热销，《藏海传》等国剧海外刷屏……借助更丰富的传播载体、更完善的产业体系，古韵国风出圈出海，中华美学惊艳世界。

“中国风”更有世界范的背后，创作理念和传播载体正在发生什么变化？东方美学引发情感共鸣，有哪些“新语法”？文化出海探新路，为世界文化交流图景增添一抹东方美学亮色。

非遗“入戏”，影像直观呈现中式美学

第三十一届上海电视节白玉兰奖日前发布入围名单，电视剧《藏海传》入围最佳中国电视剧、最佳导演、最佳男主角等 6 个奖项。

“宋代‘绞缬’染艺勾勒的衣纹流转、浙

江泰顺药发木偶戏的烟火美学……近 20 种非遗元素如文明密码般嵌入剧情。”在中国社会科学网副总编辑张永楦看来，该剧“在虚构中植入历史基因”的创作理念，让传统文化不再是背景装饰。剧中以昆曲《浣纱记·打围》曲牌暗喻人物命运，让传统文化与戏剧张力深度融合，为剧集注入了厚重质感。

“剧集+非遗”的模式，赋予国产剧独特的文化辨识度与情感穿透力，也拓展了国产剧出海新的广阔空间。“中式审美的展现，需‘造境’而非‘造景’。”中国人民大学新闻学院视听传播系副主任何天平说，在影视剧中还原出一个可被接近的视觉空间，经得起推敲、耐得住琢磨，再配合海外观众在社交平台上的二次创作与交流互动，这种审美体验才能从数字空间迈向现实中的共鸣，助力中华优秀传统文化更好地“走出去”。

短剧刷屏，梨园风骨走入全球视野

今年 5 月，国产短剧《ENEMY》(意为“敌人”)迅速爆火，成为现象级短剧。该剧是

2023 年国风短剧《逃出大英博物馆》原班主创的新作品，由网络博主“煎饼果仔”与“夏天妹妹”联合打造，延续“草根手搓”的创作手法，以非遗美学为载体、以人文精神为内核，实现海内外口碑流量双丰收。

谈及出海进展，“煎饼果仔”透露：“推动作品出海，源于海外观众的强烈呼声。”他说，用年轻态的文艺形式讲好中国故事，助力中华文化“走出去”，是团队未来的重要方向。从《逃出大英博物馆》守护文物的家国温情，到《ENEMY》传承梨园风骨的赤诚坚守，主创团队以高精度、重内核的创作风格，收获掌声和口碑。

“非遗不是尘封展品，中式审美也非老旧符号，用年轻化镜头、轻量化叙事，可以让传统文化‘走出去’，向世界展现中华文化的底蕴与力量。”“夏天妹妹”说。

珐华跨界，传统手工艺吸引海外客商

用传统手工艺制成文创产品，会产生怎样的效果？在晋城市阳城县的珐华工作室，非

遗代表性传承人乔琳正忙着赶工，她介绍，珐华是一种陶瓷装饰技法，始于元代、兴盛于明代，2011 年“乔氏珐华陶瓷传统手工技艺”列入山西省非物质文化遗产名录。“以前的珐华器多是静置陈列的艺术摆件。这次，我们主动贴合潮流，让古老技艺走进日常生活。”乔琳说。

“我们的每一件产品都是纯手工制作，立线、填釉全部依靠手工完成，每件作品都会存在细微差异，这是手工技艺独有的温度。”乔琳说，独特的手工质感与国风釉色，让乔氏珐华在海外市场收获了比较高的认可度。

为了让古老非遗真正走向大众、走向世界，团队在产品器型上做出了大胆突破。“我们跳出传统的瓶瓶罐罐，选择了咖啡杯、香薰杯、笔筒这些当代生活器皿，让非遗融入日常生活。既有东方古韵，又切中现代生活的需求。”全新的产品形态，让珐华逐步走出小众摆件的圈子。

中式审美不是复刻古物，而是让传统美学适配现代生活。珐华源自古老的技艺，却能自然地融入我们的日常。“这就是我们想展现的中式审美——它是鲜活的，是被‘用’起来的，是一种美的生活方式。”乔琳说。



文旅焕新出彩

6 月 15 日，游客在运城市平陆县张店镇风口村风口山森林康养试点基地游玩。近年来，风口村依托优良生态环境、优质森林资源与盐湖独特风光，全力打造生态休闲旅游品牌，配套建成康养步道、森林露营地、森林拓展基地等文旅设施，吸引大批游客前来观光避暑。

■ 金玉敏摄

文化人物

刘改鱼：桃红杏白杨柳青 八秩芳华唱太行

■ 科学导报记者 隋萌

6 月 13 日晚，太原华夏剧场，灯火辉煌，歌声如潮。

88 岁的“太行歌后”刘改鱼站在舞台中央，银发、布衣，一开口，满堂喝彩。当晚，她携 30 余名弟子同台献艺，用八十年不改初心的歌声，为三晋大地献上了一场跨越时空的艺术礼赞。《桃花红杏花白》的旋律一响，现场的掌声像太行山上的风，铺天盖地。

作为 2026 年“文化和自然遗产日”系列主题活动的重头戏，当晚的“刘改鱼从艺八十周年师生演唱会”以“歌从太行来”“三晋有传承”“花开漫天下”三大篇章，立体铺展山西民歌的历史厚度、地域风采、传承新貌与时代活力，这既是国家级非遗“左权开花调”的集中展演，也是一位民歌老人八十年艺术生涯的深情回望。

一辈子，只做一件事

1938 年，刘改鱼出生在晋中市左权县一个普通农家。太行山区的民间歌舞与红色歌谣，是她最早的音乐启蒙。没有琴房，山坡就是课堂；没有乐谱，口耳就是传承。

刘改鱼 8 岁登台，17 岁以一曲《土地还家》登上全国舞台，被《人民日报》专题报道，轰动一时。此后，她受邀进入中央音乐学院，成为当时最年轻的民间音乐教师，在北京拥有了优渥的生活条件。但她最终选择返乡，扎根太行。

“我这一辈子，只做‘唱民歌、传民歌’这一件事。”演出当晚，刘改鱼在台上说出这句话时，声音带着沧桑，却字字铿锵。

八十年间，刘改鱼走遍三晋大地采风，挖掘、研究民歌的历史背景与演唱技巧，总结出“声美、情真、味足”六字经验，形成了

豪爽中不失细腻的“乡土野”演唱风格。她演唱的《土地还家》《桃花红杏花白》《亲圪蛋下河洗衣裳》《门搭搭开花》等左权民歌，成为几代人的共同记忆。

2006 年，左权开花调被列入第一批国家级非物质文化遗产名录；2009 年，刘改鱼被评定为国家级非物质文化遗产代表性传承人，并荣获山西省十大杰出非遗传承人荣誉称号。

三晋大地，一路采风一路歌

刘改鱼的舞台，从来不只是在剧场里。20 世纪五六十年代起，她就开始系统性地在山西各地寻访民间艺人。从河曲到临县，再从忻州到祁县、太谷，她用脚丈量三晋大地，用耳朵收集散落在山野间的旋律。河曲民歌《割莜麦》、临县民歌《推碾碾》、忻州民歌《大红公鸡毛腿腿》、祁太秧歌《看秧歌》……这些今天被搬上舞台的曲目，大多出自她当年的采风笔记。

刘改鱼常说：“民歌是长在土里的，离开那片土地就活不了。”这也是她拒绝留在北京的原因。回到左权后，她一边登台演出，一边收集整理民歌资料，一边带徒弟。她的演唱风格始终坚持方言演唱、乡土本色，从不为迎合市场而改变调性。她坚持认为，左权民歌的精髓在方言里，离开左权话，味道就变了。

当晚演唱会以纪录片《太行歌后刘改鱼》开篇，浓缩了刘改鱼扎根山野、拜师采风、舞台展演、教书育人的八十年光阴。第一篇章从抗战民歌《太行山》到小合唱《左权将军》，再现峥嵘岁月；第二篇章由弟子们演绎她采集的各地民歌，展示三晋民歌百花齐放的面貌；第三篇章聚焦“左权开花调”与小花戏，《会哥哥》《樱桃好吃树难栽》等原生态开花调淳朴自然，左权大腔

《旦那相亲》唱腔雄浑粗犷，小花戏《二婶婶》《摘花椒》灵动俏皮。“羊信歌王”石占明倾情演唱的《亲圪蛋下河洗衣裳》，地道方言唱腔，再次把左权民歌的独特韵味唱进了观众心里。

石占明说：“非常感恩刘改鱼老师把我们左权民歌唱响太行，带到全国，走向世界。今晚这场演出，既是一次展演，也是一次对太行民歌八十年传承脉络的系统梳理。”

薪火不断，歌声落满坡

如今的刘改鱼，依然忙碌。她常年往返于山西文化旅游职业大学、晋中学院、太原师范学院等高校，无偿收徒传艺，系统整理民歌资料，参与高校专业建设。她始终坚持民歌的乡土本色与方言精髓，在课堂上一句一句地教，一个音一个音地纠。“有些音，用普通话唱就没了味道，必须用左权话唱才对。”这是她常挂在嘴边的话。

从“刘改鱼大师工作室”建设到申遗历程中的保护、传承与推广，她搭建的不只是

一个舞台，更是一套从山野到课堂、从口耳到文字的完整传承体系。近年来，山西省文化和旅游厅持续加大对传统音乐类非遗项目的保护扶持力度，推进“非遗进校园”，打造民歌主题文旅产品，为她和弟子们的工作提供了更有力的支撑。

当晚参演的多名弟子，正是她在高校任教的学生，专程赶回太原登台。年轻一代用青春的声音向老一辈致敬，也用行动诠释了“薪火相传”的真实含义。

演出尾声，刘改鱼再度领唱《唱得幸福落满坡》——这首曾获“全国新作品大奖赛”一等奖的歌曲，此刻由她带领全体演职人员合唱。歌声回荡剧场，不少老观众热泪盈眶。散场后，一位观众跑上后台，激动地对主持人说：“我四十多年没看过这样的演出了，太好了，这样的演出应该多举办。”

桃红杏白，杨柳青青。刘改鱼用八十年证明了一件事：乡土长出的歌声，不需要包装，自有力量。而她播下的种子，正在政策与传承的双重浇灌下，在三晋大地上继续生长，开出更加绚烂的花朵。



刘改鱼(中)携弟子同台演出
■ 图片由受访者提供

文化絮语

非遗为美好生活添彩

■ 杨红

当古老的染织技艺变成年轻人追捧的潮牌穿搭，当乡间的民俗表演成为文旅消费的流量密码，非遗经济已然从一缕文化东风演变为一股不可忽视的市场浪潮。其背后，一条清晰的脉络正在浮现：非遗正历经活态的遗产、流动的资源、日常的生活三重身份转换，而消费正是这场价值跃迁中的重要桥梁。

非遗是文化，也是产品。非遗是需要活态传承的文化基因，而许多非遗代表性项目自古植根于生产生活，天然具有产品属性，在做手工艺、卖产品的生产生活实践中代代相传。从一杯手工西湖龙井的醇香，到一把手作宜兴紫砂壶的温润，非遗的传承实践本身就是经济活动的组成部分。它们涉及食品、纺织、工艺美术、中医药等多个产业，具有相对完整的产业链条。

如今，这一“可消费性”在数字平台上进一步放大。抖音电商数据显示，过去一年在平台购买“非遗好物”的消费者人数超过 3 亿。这意味着，非遗不再是少数收藏家的雅玩，而是数亿家庭日常消费的选择。可以说，许多非遗自带流量与销量，本身就具备成长为不容小觑的市场爆品的潜质。这正是非遗实现价值回归的第一步：从文化资源转化为技艺产品。

非遗赋能，为消费市场注入“文化芯”。非遗正从一个消费门类转变为整个消费市场的“价值放大器”。当一杯奶茶与非遗技艺跨界联名，当一顿火锅伴着地方戏曲表演，非遗便成为提升产品附加值、塑造品牌辨识度的核心要素。这背后的逻辑在于，非遗能够为现代商品注入不可替代的“情感溢价”。在消费者追求“有文化、有故事、有温度”的当下，非遗如同一个巨大的文化 IP 宝库，让一杯茶饮、一件服饰都拥有了与消费者产生深度情感链接的可能。这不只是售卖商品，更是在传递文化身份、定义生活方式。

非遗消费升温，动力源于多维度的场景培育与品牌深耕。非遗消费的火热并非偶然，而是系统化推动与市场自我生长共同作用的结果。其动力主要来自三个维度的合力。

消费场景的系统性培育。从 2020 年“文化和自然遗产日”推出首届“非遗购物节”，到 2025 年“非遗好物 国潮焕新——四季非遗购物月”贯穿全年，非遗消费从点状活动变成了网状场景，已形成了常态化的消费节律。数据显示，仅 2025 年，各地便组织开展了超 3.1 万场非遗促消费活动。高频次的场景供给，让买非遗、用非遗不再是节日限定，而是成为日常生活的一部分。

正向激发消费市场的内生动力。与传统“输血式”补贴不同，当下的非遗促消费更注重培育市场自身的造血能力。比如，越来越多的传承人和从业者正在通过优质内容种草与直播转化等数字营销方式，沉淀下一批具有高文化认同度与消费忠诚度的核心用户群体。

品牌意识的觉醒与崛起。非遗消费正从“买一件货”升级为“认一个牌”。比如，“奶奶的酱”是河南西瓜酱豆传统美食品牌，将家乡情怀与手工技艺绑定，在抖音积累 20.7 万粉丝，成为复购率极高的垂直黑马。这标志着非遗经济正从散兵游勇模式迈向品牌化发展、体系化培育的第三步跃迁。

从技艺产品到文化体验再到品牌价值，非遗消费正在完成一场深刻的价值跃迁。当文化基因与市场活力实现深度契合，非遗经济正在成为撬动内需、提振消费、彰显文化自信的强大引擎。

文化信息

山西高平非遗进京展演暨文化旅游推介活动举行

科学导报讯 6 月 13 日~16 日，“问祖炎帝 寻根高平”山西高平非遗进京展演暨文化旅游推介活动在北京举行。本次活动集中展示以国家级非遗项目——上党梆子为代表的传承成果与文旅资源特色，推动非遗保护传承、文化传播推介与文旅康养产业深度融合，深化与中国非物质文化遗产馆、高校、文化机构、文旅企业的全方位合作，助力高平市文旅康养产业高质量发展。

在中国非物质文化遗产馆，活动以城市形象宣传片《唛高平》开场，直观展现高平城市风貌。来自高平的非遗团队带来高平鼓书《谷子好》、上党二黄《打金枝》等本土节目，原汁原味的精彩演艺，尽显高平厚重的非遗魅力。

活动期间，推介团队还走进北京大学、北京化工大学，重点推介炎帝陵、喜镇苏庄、铁佛寺、釜山、良户等核心文旅康养景区。围绕非遗技艺、人文历史、生态康养、乡村旅居、中医康养等多元业态，以沉浸式、场景化的创新宣传形式，全方位展示高平“非遗+文旅+康养”融合发展的亮眼成果。

霍雪飞 李强

《晋祠文化研究》创刊号座谈会举办

科学导报讯 近日，《晋祠文化研究》创刊号座谈会在太原市晋源区晋祠稻田书院举行。来自省市文化界、学术界的专家及本土文史研究者等 50 余人齐聚一堂，共同见证这一太原地域文化研究的重要时刻。

首期设置了晋水篇、晋碑篇、晋文篇、考据考证篇、台骀文化专辑等栏目，力求多维度、成体系地呈现晋祠及晋源地区的深厚文化积淀，留存经得起历史检验的珍贵学术成果。座谈会上，与会专家学者围绕晋祠文化研究的学术方向、实践路径与时代价值展开深入研讨。

对于《晋祠文化研究》的未来发展，大家表示，要沉心治学、静心深耕，深挖晋祠的文化密码、精神内核与历史价值，真正读懂晋祠、敬畏文脉、传承根魂；同时立足新时代，用更鲜活、更通俗、更贴合大众的方式讲好晋祠故事、传播三晋声音，让千年古祠走出典籍、走出景区，焕发新时代的生机与活力。

李婷 杨润德