

年味 到底是个啥味

■ 杨建楠

提到过年,你最先想到的是什么?春联、饺子、年夜饭、春晚……这大概是许多人共同的答案。前不久,希腊、蒙古国、土耳其、荷兰等9个国家的15位驻华使节及嘉宾应邀来到天津,提前体验“中国年”,让“年”的打开方式多了些特别视角。

在古文化街泥人张世家的工作室里,正值本命年的希腊驻华大使买下两只小马造型的“马上发财”泥人张作品。这项有近200年历史的非遗技艺,将中国味、天津味,也将年味,浓缩在了栩栩如生的彩塑中。在广东会馆的戏台上,大使们身穿京剧戏服,参与“光影流年”戏曲变装活动,纷纷变身许仙、柳梦梅、杨贵妃……年味,因传统文化而意蕴绵长,也因新体验、新玩法而鲜活生动,令人回味无穷。

切换回中国视角品味年味,这究竟是种什么味?这个问题的答案因人而异、因地而异。城市不同的风土人情、历史文化,也让年味呈现出别样特色。

年味是忘不掉的家乡味。临到过年,许多家庭就要开始准备点心匣子。点心不仅是走亲访友必备,还是“姑爷节”的硬通货。天津有句民谚,“初一饺子初二面,姑爷回门提‘八件儿’。”“八件儿”指的就是传统糕点。在古文化街,就有桂顺斋、祥禾饽饽铺等老字号糕点店。甜蜜的津味糕点不仅惊艳了人们的舌尖,更与“老例儿”相搭配,成为天津人共同的生活记忆、文化传统。

天津的年,离不开津派文化的熏染,透着十足的文化味。沿着古文化街走,可以轻松买到泥人张、杨柳青木版年画、耳朵眼炸糕、桂发祥麻花等老字号的产品,传统的“天津年”就蕴藏其中。昨天,《天津市历史文化名城保护规划(2021—2035年)暨天津市历史文化保护传承规划》新闻发布会举行。规划中提出加强历史文化街区保护传承,不断焕发街区活力,所列出的16个历史文化街区中就包括古文化街。持续提升街区活力,也是一个“老街新做”的过程——在坚持文化味、古味的基础上增加一部分年轻人乐于接受、愿意消费的业态,让非遗和历史文化不再拘泥于“静态展示”,变得可感知、可参与、可消费。

沿着这个思路品味古文化街的年味,会有新发现。在杨柳青画店,随着春节临近,游客日渐增多。如今,像过去那样年在墙上、大门上直接贴年画的人家少了。换个角度想,年画不一定画在纸上,年画里也不只有“抱鱼娃娃”。民俗的魅力,在于活在当下。文化的生命力,在于与现代生活相融。门神冰箱贴、年画主题扑克牌、福禄寿三星玩偶、胶印年画《骏马莲鱼》等新年货受到年轻人欢迎。“没想到杨柳青年画能这么潮!”一位北京游客感叹。

年,不光有传统风俗,也可以潮起来;年味,不只有让人怀念的老味道,也可以新意十足。古文化街并非孤立景点,而是与鼓楼形成“双鼓(古)联动”。春节期间,鼓楼商业街将举办潮玩美食光影市集,不仅有“流水宴津味小吃街”,还能观看民俗表演、古风NPC(角色扮演)巡游,给足游客情绪价值。新玩法、新体验吸引越来越多年轻人回归线下场景,各种灯会、游园会、年货市集成为大家体验年味的热门“打卡地”。许多年轻人借此找回虚拟世界无法取代的人情味,这也是“年”的魅力所在。

时下,“年味”正跨越时空和地域界限,变换出更多新滋味。“年味是种什么味”,今年或许又会有新答案。



文化天津年 津派也精彩

“过了腊八,小寒大寒。街头上鱼篮浅子一声唤,唤起了新年。不多时,卖年货的,渐渐的发现:卖年画,写春联,窗户花,合吊钱……”这是一百多年前的《天津过年歌》。

年是团圆,年是传承,年是浓浓的思念和红红火火的祝福。跨越时空,如今,以津派文化为底色的“天津年”保留了哪些津味?又有哪些创新?评论部选取了几个年味十足的场景,用不同视角品评一二。祝各位读者,新春大吉,龙马精神!

飞镲 激发河海津韵

■ 闫丽

鼓声,是从海的方向传来的。

阳光下,铿锵有力的节奏、起伏的闪闪发光、上下飞舞的五彩镲……这是汉沽飞镲——

拥有150多年历史的国家级非物质文化遗产代表性项目,把沿海渔民粗犷淳朴的性格表现得淋漓尽致,镲出独特年味,镲出河海津韵。如今,天津滨海新区共有十几支飞镲队,即将在春节假期开启“表演时间”。

哪儿最有“年味”?以汉沽飞镲为代表的河海文化里,藏着答案。就像有人说的,打镲,打出的是对好日子的期盼与祝福。以前,滨海新区汉沽街大多数居民以打鱼为生,船上都备有飞镲,用以引诱鱼蟹入网。每次出海前,各村老少都会打飞镲,为亲人祈福。新春佳节,鼓催锣行,镲随鼓韵,年味蒸腾乡土间。而河海赋予天津的,不仅是飞镲。在葛沽,每到正月十六,宝辇便会带来精彩:高跷演员各展绝技,大扑蝶、小扑蝶、逗花鼓轮番上演,安乐旱船伴着悠扬的旱船曲,演绎《白蛇传》的爱情传奇……从河海的视角寻找年味,你会发现,年味从不是单薄的喧嚣,而是丰富厚重的传承,是千百年来渔民向大海讨生活的倔强,是祈愿纳福的仪式感,也是刻在骨子里的津派文化。

奔腾的海中流淌的年味,是古老的,也是现代的。它的“现代范”,是一种流动的、有机的转化。你看,打铁花也能打出新潮味。不久前,一条2.5公里的光影环线,把2026天津国际灯会送上“顶流”位置,传统打铁花技艺与千架无人机同场“竞技”,让观众禁不住感叹,“老手艺+高科技,这趟太值了。”天津的河海文化、百年商埠风采、现代都市活力与未来科幻想象,带来强烈的文化共鸣和时空穿越感。再看“靠海吃海”的渔村,把渔家号子、评剧、八大馇这些盐渔生活中文化符号串联起来,打造“海味”村晚,形成“文化+景色+美食+游乐”一体化体验……

这便是津派文化滋育出的智慧:既有根系的生长,又有潮汐的吐纳。它不是简单的“旧瓶装新酒”,而是广阔海洋中那股“因势而变、兼容并蓄”的天然禀赋,在新时代的生动实践。传统文化与现代生活在津味年里找到了连接点,也获得了创新的动力和代代传承的生命力。

腊月的风掠过津沽大地,街头巷尾的红灯笼次第亮起,年味便顺着风的脚步,悄悄钻进了家家户户的窗棂。当古老飞镲的声响与现代都市的新春交响共振,一个厚重而年轻、开放又热情的天津,便在这浓浓的年味里,完成了又一次的更新与焕新。

“老戏码”也能成“新顶流”

■ 谷朋

一束暖黄的追光,划破中国大戏院夜晚的寂静,咿呀婉转的唱腔响起,行进式夜游话剧《夜半伶歌》拉开帷幕。观众化身“戏中人”,跟随演员的脚步穿梭于老戏院,沉浸式感受传统艺术的魅力。从老剧场的新奇体验,到“处处是舞台”的沉浸场景……春节将至,津城好戏连台,吸引不少人“为了一场戏,奔赴一座城”。一位来津过年的年轻戏迷由衷感叹:“有韵味又新潮,天津真是太有戏了!”

老话说:“无戏不成年。”作为久负盛名的“戏窝子”,天津每到逢年过节,茶馆爆满、剧场亮灯,过大年,看大戏的传统,早已融入城市的文化基因。而今,旧时的梨园余韵正与现代潮流碰撞交融,“戏份”不仅更足,花样翻新的形式、破圈出彩的场景,更让看戏的过程,成为可参与、有温度的文化体验。

“津味年,倍儿有戏”,表面看,这是一场节庆演艺的热闹;深入想,它也折射出城市文化供给的提质升级;怀旧不能只是“恋旧”,而要靠新供给创造新需求,用优质作品、创新场景和协同机制,来斩获新

流量。当人们对年节的期待从“吃好穿新”转向“精神富足”,演艺文化便需以更鲜活、更贴近的姿态融入当下日常。沉浸式、互动性、场景化,正是打开“旧韵新声”之门的钥匙。

从“看戏”转向“入戏”,沉浸式演艺正成为文化消费的新亮点。今年春节期间,中国大戏院将上演“新春游艺会”。观众可以戴上耳机,“穿越”到民国梨园,寻访艺术大师梅兰芳的“名伶之路”;还可以走进台前幕后,近距离感受京剧上妆、古彩戏法的匠心妙趣。走出戏院,坐上一辆相声巴士,便能在旅途中,跟车上的演员一捧一逗,让流动的城市风景与地道的包袱笑料撞个满怀。如此“花式”演艺,并非刻意“整活”,而是切中了圈粉年轻人的现实痛点。无论是融入日常的街头快闪,还是节日期间的“戏剧大餐”,这些求新求变的尝试表明,只要创意对路、内容走心,“老戏码”照样能成为“新顶流”。

当然,演艺舞台的异彩纷呈,绝非简单的“有戏”而已,不是把节目单填满就万事大吉,还需要精心编排与多方联动,挖掘演艺经济的长尾潜力。政府“以文惠民”,推动更多优质文化直达基层;演出院团联动景点、商户,将特色演出与地标游览、民俗活动等串珠成链;街面小店、住宿餐饮企业,拓展“票房经济”场景,补齐“吃、住、行、游、购、娱”的消费拼图……这套“演艺+”的组合拳,延伸的是文化产业链条,让一场好戏,带动一串消费、激活一城活力。

春节将近,好戏开场。当观众愿意为一场戏而来,因一段心动的体验驻足停留,有戏可赏,有味可咂,有情可寄,这或许便是“精彩津味”的鲜活注脚。



赶大集 一场饕餮盛宴

■ 李娜

临近春节,感受浓浓的年味,赶大集是个不错的选择。

“开集咯!”清晨,伴着清脆的敲锣声,宁河芦台大集也开启了一天的热闹。近千个摊位纵横铺开,吆喝声此起彼伏,冒着热气的地道农家美食让人挪不动步。来份虾油焖子,要上一碗蘑菇手擀面,再尝尝鲜味十足的八大馇……来赶集的人,总是遛遛逛逛就“饱”了。

但显然,很多人并非简单地为“吃”而来。民俗花会演出开始了,被围得里三层外三层;那些“芦字头”“海字头”特色产品、当地非遗老手艺前,专注“打卡”的络绎不绝。腊月里的大集,如同一个展示乡村文化的流动博物馆,沉浸其中,赴一场年的盛宴,也赴一场文化之约。

大集,因承载的民俗文化不同,而各具特色和吸引力。天津的乡村大集很多,一进入腊月,就成了“地方风味”的聚集地。在蓟州区邦均镇邦均大集,一碗羊汤久负盛名,每逢农历“二”或“七”开集日,常有游客长途驱车而来。位于北运河畔的武清区河西务大集,用金黄的炸糕、酥脆的咯吱盒等传统小吃俘获了不少“粉丝”的心。视线转到静海区独流大集,有人给家里选了春节要戴的绒花,有人为买上两盒裹着醋香的焖鱼,等了许久。一集一特色、一集一风味,当大集更加注重本地文化习俗的挖掘,将特色打造成品牌,就不仅是生活生计的载体,也

是传承乡土记忆、活化民俗传统的纽带,可以用独有的年味连接城与乡,成就口碑、聚来人气。

鲜明的特色、浓浓的年味是“生长”出来的,更是“经营”出来的。大集里的“乡味”“年味”从未缺席,何以现在可以频频“出圈”?乡村在变,大集在变,城与乡的互动多了。从天津站公交站、财经大学地铁站等始发点开往宁河芦台大集的定制公交车上,这些日子,常常坐满了去赶集的市民和游客——花1元钱就能直达的实惠和便利,让很多人的“想法”变成了“行动”。不仅如此,为了让大家逛得舒心,大集还在中间区域增加了温暖的休憩空间。就像有人说的,“能聚来人气的大集,是懂得‘待客之道’的”。曾经,乡村大集承载的多是买与卖的功能,在消费更注重体验的当下,如何提升服务的“质”、让追集的人在“买”之外收获更多,成了新的课题。

一方水土养一方人,也滋养一方文化。乡村大集上的年味,是质朴的、浓烈的,对城里的人来说,更是新鲜的、充满烟火气的,是刻在血脉里的乡愁。为什么带着“土味”的一食一味、一技一艺可以抚慰人心,赶集的人到底“赶”的是什么?不同的人可能会给出不同的答案。但无论如何我们相信,能够留住原味、不断追赶新味,回归于“人”的大集,在城与乡深度融合中,可以走得更远、更精彩。

春节的脚步近了,大集上的年味正浓,约吗?

杨柳青 来此一秒“入画”

■ 郭振

仅以国家级非物质文化遗产杨柳青年画为核心,还深度串联运河文化、精武文化、赶大营文化等西青特色文化IP,同时巧妙注入马年生肖吉祥寓意。传统民俗文化与现代潮流元素碰撞交融,在光影流转中,为游客带来沉浸式、多感官的观赏体验。

年味不只是“传统味”,也要有时代感。近年来,年味越来越有“科技味”。去年春晚,身穿东北特色花袄的机器人给观众留下深刻印象,今年,具身机器人将再次登上春晚,“舞”出新高度。年画同样如此,与往年不同的是,今年的杨柳青年画首次与AI结合,将传统非遗技艺与科技元素融合在一起。霍氏古一張年画通过AI创作“接近想象的草图”,再由人进行二次创作《马到成功》;玉成号年画坊的Q版小马,则是人把绘制好的线稿用AI生成颜色,不停调整,直到调出自己满意的颜色。传统技艺与人工智能结合,年画更具年轻态、更有生命力。

春节将至,假期不妨去杨柳青古镇逛逛,这里不仅有运河、古镇、年画、灯展,还有机关大院停车场、“新上线”的网约车,更有全域沉浸的“津彩”中国年。



福