



非遗、演艺、文创、餐饮深度融合 打造铁轨上的古今风华盛宴

春日的阳光透过“津旅时光号”的车窗洒进车厢,复古工业风的齿轮与管道装饰旁,京剧演员的水袖翩跹,快板声清脆回荡,非遗传承人手把手教游客制作手作,孩子们围着演员学打快板,大人们在大龙邮局盖戳寄信,在利顺德1863咖啡馆品味百年醇香。列车缓缓前行,窗外是津城的城市风光,窗内是沉浸式的文化体验,100分钟的旅程里,乘客们从观众变成参与者,在流动的车厢中邂逅天津的古今风华,这便是天津市旅游(控股)集团有限公司(以下简称天津旅游集团)联合中国铁路北京局集团有限公司打造的“津旅时光号”文旅专列独有的魅力。

走进“津旅时光号”,十节主题车厢步步是景,处处是戏,整列车就是一座移动的沉浸式剧场,非遗、演艺、文创、餐饮的深度融合,让每个体验项目都成为“天津无处不沉浸”的鲜活注脚。“我们就是要让津门文化从抽象变得具象,让每一节车厢都有一段流动的天津故事。”天津旅游集团文旅公司产业发展部副部长刘洋介绍道,列车车身提取天津八大文化衍生的地标元素,采用渐变式涂装,既象征时光流转,又贴合“时光号”的主题;车内融合近代工业风与海河文化元素,齿轮、管道等工业装置与非遗装饰、艺术装置相映成趣,让每一处空间都成为沉浸式体验的载体。

在车厢设计上,“津旅时光号”兼顾乘坐体验与娱乐体验,十节车厢分为七节乘坐车厢与三节娱乐车厢,形成科学的功能布局。七节乘坐车厢中,六节复古客座车厢作为流动舞台,以巡游式特色表演让艺术与旅途无缝交融,一节特别车厢为高端商务客群打造半包厢式专属空间,配备专属演艺区域、茶饮饮品等定制化服务。三节娱乐车厢各有特色,6号蒙太奇互动演艺车厢,是移动式的剧场,全列车演员在此会聚呈现大型表演,让乘客成为剧情主角;9号珍奇花园俱乐部车厢融合潮流文创与非遗技艺;10号时空穿梭机车厢以科技赋能历史,6分钟的三维影片,让乘客沉浸式穿越千年津门岁月。

3月8日,王先生一家人从北京站上车,坐上开往天津北站的“津旅时光号”列车。王先生兴奋地说:“之前就在网上刷到过‘津旅时光号’的短视频,孩子特别感兴趣,本想着过年时带着家人乘坐这趟列车来天津旅游,可惜没能抢到票。这次终于买到票了,我们全家都特别开心。从来没有过坐火车又能看演出又体验非遗,还能吃到天津的特色美食,这让旅程变得有意思多了,也给我们留下了深刻的回忆。”

非遗、文创、餐饮的深度植入,让“津旅时光号”形成了闭环式的文旅体验。“津旅时光号”突破性地拓展了列车的功能,将封闭的运输空间变为流动的演艺场所。

为了适配舞台表演与沉浸式互动,“津旅时光号”在空间、动线、灯光、音效上进行了精心设计。刘洋表示,这列由绿皮车改造而来的专列,改造难度堪比重建,团队耗时9个月,克难攻坚,诸多创新设计让列车既满足铁路安全标准,又适配文旅体验需求,“我们将复古客座车厢的过道进行了加宽设计,成为巡游演出与乘客互动的重要空间,车厢中间区域空置不设座位,根据演出主题摆放道具并配备舞台灯光;全车配备两套音响系统,一套专门服务演出,同时设计了无线麦克风无缝切换功能,演员走到哪节车厢,麦克风便自动与该车厢娱乐系统连接,以保障演出效果。同时,为解决列车震动对显示屏的影响,我们联合屏幕厂商专项研发,打造出国内乃至世界首创的车载270

视点追踪

近年来,天津的演艺市场正经历一场深刻的空间革新,“演艺新空间”“非标剧场”如雨后春笋般涌现,打破了传统剧场的物理边界与观演模式,让这座底蕴深厚的文化之城逐渐成为“无处不沉浸”的体验之地。多元场景与不同演艺形式的碰撞,不仅丰富了市民游客的文化生活,更让天津的城市文化魅力在创新中焕发新生。

这场沉浸式演艺热潮,承载着市场对文化消费升级的回应,也彰显着天津盘活城市空间资源、打造文旅新IP(知识产权)的努力。然而,热潮背后,隐忧也随之浮现。有场所盲目跟风,急切融入沉浸式演艺环节,忽视了自身核心功能与演艺内容的适配性,不仅大幅增加了运营成本,更难以获得消费者的认可。当“非标剧场”遍地开花,当沉浸式体验成为不少场所的“标配”,一个值得深思的问题愈发凸显:沉浸式演艺与演艺新空间的融合,究竟该如何把握尺度、找准定位?在融合过程中,如何平衡演艺创新与场所本质、运营成本与消费体验?这场关乎天津演艺市场高质量发展的探索,亟待我们深入探讨与思考。

度沉浸式大屏,还设计了电动塞拉门实现屏幕与通行的灵活切换。这些都是为了让乘客能有更好的乘坐体验。”刘洋说。

如今,“津旅时光号”不仅是天津沉浸式文旅的演艺新空间,更成为了承载美好与浪漫的“打卡地”。近日,一场浪漫的求婚仪式在“津旅时光号”的车厢中浪漫落幕,“男主角”借助列车沉浸式的演艺氛围,在演员的配合与游客的祝福中,向“女主角”许下爱的诺言,复古的车厢、温馨的灯光、欢快的演艺,让这场求婚成为了独一无二的美好记忆。

从春节期间的非遗年味演艺,到日常的沉浸式文化体验,再到随时上演的浪漫瞬间,“津旅时光号”以列车为载体,打造出永不落幕的流动演艺新空间。这列穿梭于津京之间的专列,让演艺走出剧场、走进旅途,为天津文旅发展注入了全新活力,也让更多人感受到,天津的沉浸式美好,藏在城市的每一个角落,也藏在铁轨延伸的每一段旅程中。

建筑为载体创新表达为内核 百年金融地标变身沉浸舞台

当移动的演艺新空间让艺术随城市脉络流动,扎根于百年文物建筑的沉浸式演艺探索,也正为天津的演艺新空间版图勾勒出更深厚的底色。百年银行建筑化身戏剧舞台,民国金融风云与当代沉浸式体验交融,天津北方演艺集团与北京演艺集团联合出品的沉浸式夜游项目《纸醉金迷》,即将在天津解放北路东方汇理银行旧址揭开面纱。

作为天津深耕演艺新空间、践行“无处不沉浸”文旅发展理念的重磅力作,该项目以京津协同为底色,以历史建筑为载体,以创新表达为内核,为天津历史风貌建筑活化利用与沉浸式产

沉浸式演艺+非标剧场 如何1+1>2?

记者 徐雪霏



“津旅时光号”车厢外部。



“津旅时光号”车厢内部。



沉浸式戏剧《纸醉金迷》海报。



“津旅时光号”车厢内部。



东方汇理银行旧址。

业发展勾勒出全新图景,也让“处处是舞台,人人是剧中人”的城市文旅体验成为现实。

《纸醉金迷》项目负责人李猛表示,之所以选择张恨水先生的《纸醉金迷》IP,正是看中其乱世下人性博弈的故事内核与天津城市气质、解放北路历史街区的高度契合,“彼时的天津是远东重要金融中心,而东方汇理银行旧址本身就是‘金融、欲望、权力’的物理载体,大理石柜台、巨型保险库等使得空间自带历史质感,让纸面富贵的虚幻感与人性的挣扎跃然眼前。”

从创意立项到落地筹备,《纸醉金迷》耗时近一年,核心难点在于如何在尊重文物保护与实现戏剧张力之间找到平衡。编剧、制作人徐筱涵坦言,她不仅要确保所有演艺设施不伤害百年建筑,还需打破小说线性叙事,拆解出多条并行支线,“项目最终以‘场域优先’为突破策略,我带领编剧团队深入银行大楼,对着保险库、旋转楼梯等实景设计情节,让剧本真正‘种’进建筑,实现空间与故事的共生。”

为了让历史建筑完成向戏剧叙事空间的转化,项目特邀天津美术学院戏剧影视美术设计系师生团队全程参与,以产学研深度融合的模式,将百年银行打造成巨型“艺术装置”。在文物保护的严苛要求下,团队以光影与现代装置为媒介,让建筑成为“会说话的表演者”,碰撞出兼具民国烟火气与先锋艺术感的视觉体验。

剧中“钱先生”的扮演者武开元是有着丰富演艺经验的戏剧演员,在他看来,此次在东方汇理银行旧址演出不同于以往的演出,特殊的演艺空间也带给演员无限的创作动力与想象,“东方汇理银行旧址这座古老建筑曾经见证了百年前金融行业的风云变幻,与《纸醉金迷》这部剧的主题非常适配。我在剧中饰演一位金融行业的官员,角色是站在名利场顶端的

人物。在排练阶段,我只能通过对剧本的理解和对人物的想象来进行表演,但当我走进东方汇理银行时,我感觉角色在那一刻与我融为一体,周围的环境仿佛把我真的带回到那个波流云涌的年代,我似乎一下子就找到了角色的魂。”

导演张西酉认为:“沉浸式的本质是让空间本身成为叙事者,而东方汇理银行旧址的原有结构,恰是角色心理与命运的完美物理映射。”为了实现全维度的沉浸体验,制作团队完成了戏剧、舞美、新媒体、文旅运营的跨界融合;舞美设计上,团队复原民国办公用品、服饰等“实”景,又以透明材质、多媒体层叠打造象征金钱虚幻的“虚”象;音乐设计以民国老歌变奏为主线,通过解构重组,形成“记忆的回响”,现场演唱的歌声在穹顶回荡,宛若历史低语;观演关系上,观众不再是旁观者,而是化身银行职员、储户等角色,佩戴专属道具自主选择剧情线,脚步与视角成为叙事的一部分,关键场景的集体观演点则保证了戏剧张力不涣散。

相较于天津北方演艺集团此前打造的张园、中国大戏院等沉浸式项目,《纸醉金迷》的核心差异化在于其“多维共生”的生态属性。徐筱涵表示,天津顶尖团队的“联合护航”、天美设计团队的视觉赋能,让项目不再是孤立的演出,而是集专业学术考究与商业逻辑推演于一体的城市文化IP。观众走进这里,感受到的不仅是一场戏剧,更是一次全感官的冲击,每一段动线、每一个道具,都承载着历史记忆与艺术表达。

据了解,东方汇理银行旧址预计4月4日正式开馆,《纸醉金迷》将于4月18日首演,首演后将采取长期驻场模式,于每周五至周日晚19:30常态化演出。从“戏聚天津,无处不沉浸”主题活动的全城热演,到《纸醉金迷》等重磅项目的陆续落地,天津正以演艺新空间为抓手,让历史建筑开口说话,让城市处处充满沉浸魅力。

非遗新传

靠近与接棒

走进刘金权位于宝坻区方家庄镇的工作室,记者还站在小院中,就先被一缕似有若无、柔和清雅的香气包裹。这香气温润地弥漫在空气里,让人心神不自觉安定下来。室内,四壁展示架上形态各异的香品静列:有线香、香丸、香膏,甚至还有几幅以香为“墨”绘就的“香画”。

刘金权的香缘始于童年。他回忆,自己也是家传香方的受益人之一,小时候身体不适,姥姥会用家传香方为他调理。这种亲身身体验,成为他对合香技艺与香养文化的最初印象。

11岁起,刘金权便跟在母亲和姥姥身边,开始接触家传的合香技艺,但传承之路并非坦途。家中技艺本是“传女不传男”,到了他这一代,家中没女孩,“只能传我”。这项技艺对男孩子的耐心和细心是巨大考验,幸而他从小就是个“特别静”的孩子,回家写完作业,他就安静地看姥姥忙活。刘金权一边看,一边认识各种香料,记住它们千差万别的气味、特性和药性,了解方子中“君臣佐使”的配伍原理……这些枯燥的基本功,就在日复一日的“耳濡目染”中,算是给训出来了。

家人对传承技艺的态度是开放式的引导。父母总说:“你感兴趣就接,不感兴趣玩玩就完了。”正是这种不施加压力的氛围,让他得以自然而然地沉浸其中,一点一滴地将这门手艺“干了下来”。或许这是一种最贴近文化传承本真的传承方式:不是严苛的规训,而是以文化本身的美好与效用,吸引下一代主动靠近并最终接棒。

大约20岁时,刘金权萌生了将家传手工艺为事业的想法,但那时的市场环境并不好,人们对香的认知大多是祭祀烧香。大众的生活用香认知,还停留在“蚊香”或“厕所去味”的阶段。起步异常艰难,刘金权没有选择硬碰硬,而是采取了更智慧的策略:既然人们有这种需求,就把家里的方子调整一下,迎合市场。他从最基础的单方花香入手,如茉莉、玫瑰,以亲民的价格让人们先“用得起来、点着不心疼”。当用户通过花香认可了香的品质,再逐步引导向更高级的檀香、沉香。这是一场从嗅觉开始的、润物无声的市场培育。

更为艰辛的是恢复古方。李氏家传的香



刘金权

刘金权 留住馨香里的文化智慧

记者 胡春萌

方中,很多香因年代久远、材料变迁而失其本味。他在恢复一款名为“盛兰清心”的香方时就遇到了这样的难题。方子最后记载该香“芳香四溢”,但他按古法比例和流程制作,却总是达不到记载的效果。他最终意识到,古今香料的质量已不同,必须不断调整、尝试不同产地的香料和不同比例。四五年的时间,就这么反复琢磨、实验,刘金权成功复原出十多种古香。

觉醒与践行

一次,一位外地朋友闻了刘金权调制的香品,赞叹之余,问能否代销并邀请他去外地进行讲座。刘金权答应了,第一场讲座便在山东潍坊“小试牛刀”。在文化底蕴深厚的山东,刘金权觉得这里的人们对东方美学有天然的亲近感,而且,山东是姥姥的家乡,在那里办首场讲座,也算是一种缘分。

第一堂课,刘金权选择了最接地气的切入点——教大家如何区分天然香与化学香。他用直观的实物对比和通俗的语言,解释劣质化学香的危害和天然香的益处,顺其自然地引出了“合香”的概念,生动地介绍了古法香养技艺。讲座成功地将文化与产品结合,同步推广,现场反响热烈。这次成功的尝试,让刘金权有了更大的目标。他从此带着香品与知识,开启了遍及全国的公益讲座之旅。从山东出发,他的足迹踏遍江西、福建、湖南、湖北等多

地。他的讲座如同一场场“文化播种”,通过知识介绍、实物品鉴和深入互动,一点点地转变着人们对“香”的刻板认知,将“用香是一种生活雅事”的理念播撒开来。这次“百场公益讲座”之旅,不仅是市场推广,更是一位年轻传承人肩负文化传播使命的漫漫长跑。

一次在广西讲课的经历,让刘金权对“传承”二字的理解发生了质变。一位当地的老香师在听完他的讲座后,主动提出将自家濒临失传的手艺传授给他,原因是“像你这么大的孩子能静下心来做这个,几乎没有”。这件事给他带来了强烈的“使命感”。“不能让这么好的东西在我手里断了代。”他感慨道。这份使命感,直接改变了他的商业策略。

“之前没有使命感的时候,我就是一门心思把这个东西往大了做”,而现在,他“反而不敢往大了做”。“因为你越贪大,这个东西反而就出来它应该有的味道,会失去一些它应该有的情怀和灵魂,就只剩下商业了。”在他看来,香文化的传统核心理念是“让人慢下来”,如果是为了赚快钱而追求快销,那就与老祖宗的理念背道而驰,也会为行业埋下隐患,让真正喜欢的人失望离去。

近几年,随着《甄嬛传》《如懿传》等影视作品的热播,剧中出现的“鹅梨帐中香”“欢喜香”等,掀起了一股复古风潮,将年轻人的目光引向了传统香文化。与此同时,短视频平台的兴

起,也让信息传播加速。市场的骤然火热是一把双刃剑,它带来了关注度,也引来了大量想“挣快钱”的人局者。市场上出现了低质香和假香,价格甚至低至9.9元包邮。刘金权叹了口气,说道:“我们买来这样的9.9元包邮香品一看,这不就是石膏加点色素和香精吗?假香品的香味刺鼻劣质,与合香柔和清雅的香气天差地别。可是一般消费者只看外观分辨不出,久而久之,劣币驱逐良币,这给真正的香文化传播带来了很大负面影响。”

为了坚守古法香养技艺、传播正确的合香知识,他作出了许多取舍,甚至为了筹集研发资金,卖掉了家里的房子。面对制香行业在网上的疯狂“内卷”,他选择主动收缩,将主要精力放在线下活动和自我沉淀上。

一方面,每年4月到7月,刘金权都会进山数月。这不是追求文艺生活的隐居,而是锤炼手艺的自觉。在追求传统文化中,香、药同源。刘金权每年都要亲自采集中草药,因为有些药材市场买不到或者药性不足。在山上,他住石头房,睡土炕,日出而作,背着背篓,拿着小耙子进山寻觅,所得完全靠大自然的馈赠,有时满载而归,有时一无所获。采回的药材,需经过清洗、切片、晾晒等多道工序,刘金权都亲力亲为。这种远离现代都市生活、近乎苦修的经历,是保证香品纯粹与效力的根基,也是刘金权对传统文化的一种坚守。

另一方面,刘金权将传播的主阵地放在了大学课堂和文化雅集上。他与天津工业大学合作,



香品

捐赠了香道系列作品,在大学里建了一座“香舍”,并从本学期开始,在那里开设“香养”系列课程,将这们古老技艺带入现代大学的教学体系。

在课程规划中,他预留充足的时间让学生动手实践。课程将从识别香材、捣药、碾药开始,直到和香泥、出成品,目标是让每位学生最终能独立主持一场“香席雅集”。“这不仅是在制香、品香的过程,更是对一个人内在心性在外在仪态的塑造过程。”他强调,香文化引出的不仅是某种仪式,更是“中华文明的一种积累和积淀”,身处其中,能让人自然生发出一种文化自信与对传统文化的敬仰。

坚守与对话

尽管强调“慢”与“传统”,但刘金权的创作并不守旧。相反,在课堂上与年轻人的交流,给了他源源不断的灵感。曾有学生提议:“您能做一个《黑神话:悟空》主题的香塑吗?”这一问,催生了以游戏道具“辟尘片”和主角“悟空”为灵感的香品。他还鼓励有绘画天赋的徒弟,用香粉创作出《飞天》《千里江山图》等香画,让古老的技艺在全新的艺术形式上焕发光彩。

为了贴近年轻市场,他研发了更符合年轻人使用习惯的檀香、香丸、香丸、口红纸等产品。他敏锐地捕捉到,传统文化正以“国潮”的形式在年轻人中形成新的时尚。他的香水不含酒精,留香可达4—6小时,味道是“古香方的本味”,更柔和、更具东方韵味。

在刘金权看来,当下的香市场呈现一种“两极分化”:懂行的人觉得古法香真材实料,物有所值,不懂的人一听价格就被劝退,中间地带几乎不存在。因此,他更坚定地选择了通过线下活动、课堂体验进行“文化浸润”的路径。“把文化做成一种互动,让人们有沉浸式的体验……体验者亲自参与了制香过程,心里就大概明白了,古法香品不可能是9.9元包邮的东西。”

刘金权的理想不是做一个商业帝国,而是守护一个“小而美”的工坊。“我可守挣一点钱,但是这种模式可以让我有精力去精洗手艺,去源源不断地研发新品。这是一个细水长流的过程。”他反复强调,“我是奔着传承走,不是奔着收割走。”

采访结束时,工作室内的香气似乎更馥郁了一些。那香气里,有山野草木的精华,有古方复原的执着,有对抗世间浮躁的耐心,也有与现代生活对话的巧思。这缕馨香,正在飘向更远的未来。