

浓浓年味，就在我们内心深处

方翔

新民眼



孙绍波画

如何过好年，每个时代都有不同的内容，但唯一不变的是人们对于美好生活的期待和梦想；无论是往门上贴福字，还是用手机扫福字，都是人们对未来生活的一种美好期盼；无论是乘地铁，还是坐高铁，只要是能够回家的，都应该与父母及亲人团聚，让长辈早一点多一点享受天伦之乐；无论是纸质红包，还是微信红包，都是长辈对晚辈健康成长的美好祝愿……即使是普通的饺子在春节也赋予了团圆的内涵。年味其实从来没有因为物质的丰富而淡过，淡的只是因为对于我们对于生活没有了梦想。

春节给我们留下的回忆和带来的幸福感是源源不断的，她不会因生活的变化而改变。过去，人们期待的生活是“天天像过年一样”，因为“年”已经成为人们心目中美好生活的代名词。今天，人们对于美好生活依然有着强烈的期待，也会让春节依旧成为中国人最重要的传统节日。

现在我们常常听到“营造浓浓的年味”，但如果一个人从内心没有对于春节文化的认同，没有对于生活的梦想，即便节日氛围再浓，也不会产生年味。曾经有人问冯骥才，年该怎么过？冯骥才的答案是，从来年是情人节，谁想过年谁想辙。

城市的钢筋水泥不会阻隔人情往来，过节的形式肯定会改变，唯独不变的是中国人对于春节的那份难忘情结。一代人有一代人的春节，也都有属于自己不同的年味。生活中有喜悦，也有苦恼。站在一年的终点上，面对新的未知的生活，每个人都会拥有梦想。当生活与梦想交织在一起的时候，便有了年的味道。

再过两天，我们就将迎来农历狗年。如今，每逢春节，人们总会有一种担忧，就怕年味越来越淡，就怕传统从我们身边离去。曾经有人说，随着生活水平的提高，年夜饭失去了吸引力，因而年味也失去了吸引力。但你有没有想过，每当过完母亲询问你，年夜饭想吃什么的时候，您的回答又是什么呢？

著名作家、民俗专家冯骥才曾经说过，我们不必忧虑中国有没有年味，关键是自己有没有把我们的文化当一回事，这才是最重要的，只有热爱自己的文化，才能让春节的年味保持下去。

对于上了岁数的人来说，小时候特别盼着过年，有新衣、新裤，还有丰盛的年夜饭；对于80后、90后来说，第一次和父母一起“熬一宿”，还要挨家挨户去拜年，是春节满满的回忆。记忆中的年味，不仅是一种欢喜，更是一种期待。

梁漱溟先生曾经把文化的特性概括为，“文化并非别的，乃是人类生活的样法”。年味在哪里？年味其实就是在我们的内心深处。今天，我们的生活水准已经较我们的父辈提高了许多，大可不必用旧的标准来衡量过年。我们不缺少对于春节的感情，关键是要真正理解春节的意义。

上世纪五、六十年代，人们期待的是年夜饭餐桌上的鱼和肉；到了上世纪八十年代，到饭店吃年夜饭曾经是许多人梦想的过年方式；今天，更多人愿意在家里团聚，亲自下厨房烧上一桌丰盛的菜肴，好好犒劳一下经常被

外卖“敷衍”的胃。

过去，人们通过贺年卡来互致慰问。后来有了传呼机、电话，现在大家都是通过发微信来致祝福。虽然现在不少人觉得“拷贝+粘贴”的方式来群发拜年信息有点敷衍，但如果你在除夕没有收到一条拜年微信，估计也会觉得不太适应。

得不太适应。

从逛庙会、集市，到出国旅游，再到现在春节中寻求精致生活，人们在春节的活动也发生了很大的改变。从古到今，年俗一直在变，有的产生了，有的却消亡了。但唯一不变的是，每个人都是春节的主角。

这般“文化活化”：既接“地气”，又上“档次”

文创产品传递中国传统文化精髓

本报记者 方翔

狗年新春近在眼前，而市场上各类文创产品也让过节的气氛越来越浓。

文创融入新春记忆

“春节快到了，我们在浦东机场的艺术品商店中，‘博乐狗’生肖变形颈枕卖得特别火。”上海博物馆艺术品公司总经理胡绪雯表示，“这件颈枕的原型是上海博物馆馆藏东汉绿釉陶狗，创意来源于上博儿童绘本系列《乐游陶瓷国》故事中的小主人公‘小博乐’形象。它性格活泼、勇敢好动，探索未知的世界。随着人们生活水平的不断提高，不少人已开始选择外出旅游过年，而这种创意变形颈枕，不仅随带实用，送人亦佳，更是一款集取馆藏文物元素并与中国传统文化中的农历生肖相结合的产品，深受商务客与游客欢迎。”

据胡绪雯介绍，去年上博推出的原创文物游戏绘本《乐游陶瓷国》，书中除了全套陶瓷海运棋和贴纸外，还加入了AR游戏，通过下载专用的“上海博物馆文物游戏绘本”APP，手机扫描自己的涂色作品，就可以看到能够三维旋转的陶瓷瓶。上海博物馆还同时发布了与本书配套的亲子陶瓷课程及衍生IP产品，涉及生活、玩具、食品等多个种类。

“我们狗年生肖文创产品基本上都是从‘小博乐’入手进行设计的，像毛绒玩具、U盘等。”胡绪雯



▲ 各色创意红包
▶ “博乐狗”生肖变形颈枕变化过程
(上海博物馆供图)

说，“你别看像‘小博乐’U盘工艺好像不复杂，但是考虑到不少小朋友都会接触，因而在硅胶的选择上，采用的是安全等级最高的原料，避免儿童误食带来的危害。”

“除了生肖变形颈枕之外，我们推出的儿童披肩也是一款结合了文物与生肖的文创产品。”胡绪雯说，“在2016博物馆产品与技术博览会上，这款披肩一亮相，就受到小朋友和家长的喜爱。全棉毛巾布材质，适合身高140cm以下的儿童。连帽披肩，亦可作为浴巾包裹使用。彩色机绣图案，来源于上博青铜器父乙觚，提取文物上的鹿角、兔耳、龙身、凤

鸟等多种动物元素。今年我们正在紧锣密鼓地加快设计狗年生肖的儿童披肩，希望在春节之后就能够与广大消费者见面。”

传统文化内涵丰富

这两天，“上海的年味——百年小校场年画复兴展”正在豫园商城华宝楼举行，同时亮相的还有新春城隍庙福年画礼盒。据豫园商创创意设计总监陆徐滨介绍，礼盒中不仅有城隍祈福春联、福字和门神，而且准备了福、禄、寿、禧、财和福字红包各2个，共6对，红包祝福语用上海话来标注发音，趣味十足，帮你留

住本帮年味。

“此次我们的礼盒包装也非常有特点，它不仅是一套喜庆的礼物，更是可以讲给孩子们听的传统和礼节。礼盒包装上的图案装饰，皆取意于百年小校场年画珍品。”陆徐滨说，“发源于上海豫园旧校场路的小校场年画，历史已有一百多年，目前存世的画作仅有1000多幅，是上海文化发展形成中的重要篇章。一份年礼，找回贴年画的新春记忆；一份年礼，演绎上海的城市文化传承。”

春节期间，如果你去国家图书馆，就可以参加“看《永乐大典》迎戊戌新年”——《永乐大典》展览临摹

抄写活动。国家图书馆从馆藏《永乐大典》中挑选出一些寓意吉祥、贴近民众的书页，制作成抄书纸，供大家誊写临摹。比如：表达新年祝福、愿望。“今天是西方的‘情人节’，我们的抄书纸中也有宋诗人令狐挺诗《题相思铺壁》中的诗句，‘谁把相思号此河，塞垣车马往来多。只应自古征人泪，洒向空川作逝波。’”国家图书馆古籍馆副馆长、研究员陈红彦说。

文创是一种“再创作”

上海博物馆早在近二十年前，就开始大胆探索，依傍馆藏文物精华，在坚持做好馆藏文物复、仿制品的同时，秉持古今融会、以人为本、贴近生活的创作理念，开发出形形色色以文物为蓝图的各类艺术纪念品，大到青铜器复制品，小到绘有古画或者古瓷器纹饰的文具、手袋，现已超过万余种，“去年大英博物馆百物展巡展中，芭丝特和阿努比斯玩偶一跃成为‘网红’，这对于我们触动很大，如何既‘接地气’，又‘上档次’，是我们一直在思考的问题。因此我们在推出春节主题的文创产品的时候，不仅要文化内涵展现出来，更要从消费者的需求入手进行设计和生产。”在胡绪雯看来，一个好的文创产品的延续不仅在视觉上要有创新，注重使用体验中的契合是产品乃至品牌的生命力。

前两年，“朕知道了”胶带一问世便“火”了，直到今天依然是台北故宫博物院最受欢迎的文创产品之一，但是从典藏文物的数据库中找到合适的供应商，并且置于台北故宫博物院商店的柜台，被消费者买走，这样的过程，看似简单，却是既与原有文物相关联，又有“再创作”的过程，更是兼具艺术性与生活实用性，有助文化教育推广。