

灯会到达80多个国家和地区、占据海外92%灯展市场

自贡彩灯闪耀五湖四海

本报记者 李凯旋

新春的四川自贡是座不夜城。遥望去，城市仿佛披着缤纷彩灯织就的华服，光影流转，似在翩然起舞。

中华彩灯大世界景区，第30届自贡国际恐龙灯会现场热闹非凡——2月2日开园亮灯，截至2月11日入园游客已达37.35万人次。

彩灯是这座城市的名片，也成为当地经济发展的重要引擎：制灯售灯、策展办会，彩灯相关企业上千家，年产值约60亿元，国内灯展市场占有率达85%。30余年来，自贡灯会已在80多个国家和地区举办。

发挥优势 建链扩销

自贡龙腾文化艺术有限公司生产车间，烟花飞溅，一条中国龙的骨架正在成形。另一侧，裱糊工将龙鳞拼贴上色，彩灯渐显神韵。

从设计形象、绘制图纸，到选用合适的材料做出造型、布置光源与传动设施，再到完成裱糊、粘贴和彩绘……彩灯制作流程繁多，对熟练工人的需求大。“自贡彩灯行业节日期间加上临时用工，可以带动10万人就业。”公司董事长邓培林说。

早在1964年春节，自贡首届春节灯会亮起，这座城市从此与灯结缘。“我们以盐业、化工、机械为主要产业的工业城市，工业门类齐全，能工巧匠云集。”自贡彩灯行业协会会长沈宏跃告诉记者，早年间灯会由政府主办、企事业单位做灯参展，“美工、钳工、电工等多个工种协作完成。灯会不只为节庆娱乐，还可以向群众展示生产建设成就。”

经过多年发展，如今的自贡彩灯在设计、制作、展出等环节分工日渐细化，催生出专业团队，积聚了产业潜力。不断完善的产业链上，上千家相关企业分工分类齐备，各自发挥作用。“玻纤、工艺灯等彩灯所需的原材料，本地都能充分供应，生产没有后顾之忧。”邓培林所在的企业专攻彩灯设计与制造，利用工艺优势，业务范围已扩展到夜间造景、仿真恐龙等多个方向。

车间管理看板上，订单密密麻麻，不少来自国外。“自贡灯会有了知名度，推动彩灯产品在广交会等重要展会及各大国际销售平台亮相，好产品有了好销路。”邓培林说。

成立行业协会、制定自律公约、设立职称专业、发布从业人员薪酬指导价……近年来，自贡市多措并举引导彩灯产业健康发展。“企业间无序竞争减少，营商环境更好了。”沈宏跃对彩灯产业的未来很有信心。



彩灯节。▲自贡灯彩集团在美国纳什维尔举办的中国

创新技艺 坚守匠心

烟花灯效映照下，巨大的机械年兽摇头晃脑，时不时发出吼叫声。本届自贡国际恐龙灯会上，科技范儿十足的《年兽贺岁》灯组吸引了不少观众驻足欣赏。

“灯组以彩灯工艺结合仿真恐龙机械传动的方式制作，别看它重达10吨以上，却能灵活地完成十几个动作。”本届灯会总策划人钟逸介绍，年兽还搭载了“AI大脑”，能与游客进行语音问答互动。

每年的灯会，既是自贡彩灯产业的“期末考试”，更是推广会。优秀的工艺技术、制灯材料和设计理念，在灯会上集中展现在观众、客商面前。

新材料不断引入，“万物皆可成灯”。美轮美奂的《如梦飞天》灯组凝聚了多项创新尝试。为提升视觉效果，首次尝试采用水溶性树脂塑形，使人物面部几如真人；仙子脚下的云彩则开创性地全部用聚氨酯发泡剂做外饰，轻盈亮丽。

设计理念也在迭代更新。热门游戏和潮玩IP角色坐上灯车，“潮”起来的灯会受到年轻观众喜爱。不拘泥于红、黄等暖色系，灯会尝试多样化色彩，使用喷枪、喷笔描摹色彩渐变，营造出流光溢彩的视觉效果。

据介绍，自贡彩灯全行业已拥有160余项专利，7000余项彩灯著作版权。“创新是灯会的灵魂，也是产业竞争力的源泉。”钟逸说，2023年，自贡市彩灯企业在各地承接彩灯项目200余个。

持续创新，离不开人才支撑。依托四川轻化工大学成立全国首个彩灯学院，在自贡职业技术学院等院校设立彩灯专业，自贡完善“中职—专科—本科—研究生”的四级彩灯人才培养体系，每年能培育超过2000名“彩灯工匠”。“源源不断地造血，文化传承、产业发展就有了不竭动力。”中国彩灯博物馆副研究员张方来说。

彩灯样式多变，匠人本色不改。本届灯会

上，一只璀璨精致的彩灯孔雀备受瞩目，它的创作者是58岁的工匠刘俊才。为将孔雀做得逼真，刘俊才和工人一剪剪做出细如发丝的羽毛，单一片尾羽就要3000多剪，手上磨出厚厚的茧子。“能出好作品，花再多心血都值得。”刘俊才说。

扬帆出海 交流互鉴

2月11日，一场名为“奇幻世界、幻想之旅”的中国彩灯节在法国蒙特邦市落下帷幕，来自遥远东方的彩灯吸引观众超过30万人次。参观人数多，今年又恰逢中法建交60周年，这让参与举办此次法国灯会的自贡灯彩集团海外工程队队长黄明述很有成就感。

去年9月，黄明述与团队前往法国办展。“我们80多个人，包括彩灯设计、制作和安装所需的全部工种。”制灯的材料和半成品通过中欧班列或海运送达，团队到场后进一步加工，用3个月左右的时间，将灯组制作完善。

1990年，自贡彩灯首次走出国门赴新加坡展出。从此，自贡灯会扬帆出海，足迹到达80多个国家和地区，占据海外92%的灯展市场份额。2023年，自贡彩灯企业开展境外彩灯项目90个，实现文化出口5061万美元。

从事海外灯展工作20多年，黄明述去过不少国家，也积攒了很多心得：各国技术与安全标准不同，中国工匠需要下功夫适应；不少海外观众更注重彩灯的设计和工艺细节，所以作品容不得半点马虎。自贡成立彩灯元宇宙研发中心，将全息投影、激光水幕电影等技术广泛应用于海外灯会。“一定要把灯会办得安全、惊艳。”黄明述说。

不久前，灯彩集团收到一封来自法国观众阿兰卡的邮件。阿兰卡说，她连续多年在法国各地参观灯会，是中国文化的忠实“粉丝”。她今年举办婚礼，很希望现场能摆上中国的大熊猫彩灯。

“我们答应了阿兰卡的请求。”灯彩集团国际市场部总经理李仲文说，“要让更多外国观众喜欢中国彩灯，不仅要讲好中国故事，也需要用彩灯艺术表达当地的文化。”

本次在法国举办的灯会上，游客可以在一顶神奇魔法帽的带领下走进浩瀚星海、神秘森林等场景组成的奇幻世界，中国风光、大熊猫等元素穿插其间，中西文化元素成功联动。“我们在灯会上引入史努比、彼得兔等卡通形象，还将外国作家的绘本作品用彩灯诠释，这些展品深受外国观众喜爱。”李仲文介绍。

出海路上，有坚实的后盾支持。针对彩灯企业面临的法律纠纷多、融资难等问题，近年来，自贡市向企业精准提供涉外法律服务，创新推出“彩灯文化经营快贷”“彩灯e贷”等专属信贷产品，累计向彩灯企业发放贷款26.22亿元。

2023年，自贡成功创建国家对外文化贸易基地，迎来更多发展机遇。“我们将在企业集聚发展、知识产权保护等方面持续发力，不断壮大彩灯产业，让自贡彩灯更明亮。”自贡市文化广播电视和旅游局局长陈金洪说。

2月12日正月初三18时30分，中国文字博物馆馆内灯火通明，游人如织，“一字千年·博物馆奇妙夜”龙年夜场系列活动正在这里举行。

领取“护照”、收纳袋后，游客们穿梭于“说文解字”“龙舞九州”“众志成城”“拓古传今”等14个打卡点，识甲骨文字、玩文字拼图、制作龙灯、拓印、投壶……玩乐之中体验汉字民俗，感悟文字魅力。来自济南的游客李庆伟在通关成功后高兴地说：“这趟来安阳，真是不虚此行啊！要感受中国汉字之美，就得来安阳，我已极力推荐亲朋好友来这里打卡了！”

创新推出特色活动

中国文字博物馆所在地安阳，是世界文化遗产殷墟所在地、甲骨文的故乡。今年春节期间，安阳策划了丰富多彩的文旅活动，为广大游客“上新”。

到安阳，殷墟是必须打卡的地方。2月2日腊月二十三，北方传统小年，殷商祈福大典暨点亮殷墟夜游活动正式开启，这是殷墟景区首次在夜间开放，并推出“点亮殷墟”系列文旅互动活动。景区亮化以“天、地、人、文”为主题，以甲骨文字构成光影造型，结合殷墟宗庙遗址公园考古遗址点位，意象化表达“天人合一”“自然而然”“和合共荣”等中华优秀传统文化理念。活动中不仅有盛大的祈福仪式、歌舞表演，同时也有沉浸式互动体验，让游客穿越到商代，与古人来一场时空对话。

在暖意融融的新春氛围中，2月12日13时30分，一场华美璀璨的新春时装秀在殷墟博物馆南广场上演。展出的80余套殷墟文化系列时装，均由中国社会科学院考古研究所专家王苹担纲设计。时装秀立足殷墟深厚的历史文化，提炼出“熔金凝华”“活力绽放”“玉佩琼琚”“萃图成字”“凤归滨滨”“山海无拦”等6个主题，巧妙地将殷商元素融入现代时装。有的以殷墟的自然环境和生机勃勃的景象为灵感，有的借鉴了殷墟出土的玉器纹饰，有的将甲骨文字融入服装设计。

殷墟博物馆常务副馆长赵清荣表示，模特们身穿传统文化与现代元素互相融合的时装，传承了国风服饰的盛大与华丽，展示了伟大的商文明。“在殷墟博物馆新馆开馆之际，我们将深度推动服装等文创产业发展，助力殷墟甲骨文保护传承与活化利用。”

各具特色的活动吸引众多市民游客前来踏古寻今。据统计，今年春节期间，安阳累计接待游客403.53万人次，与2023年同期相比增长195.97%，与2019年同期相比增长249.98%；累计旅游收入22.86亿元，与2023年同期相比增长97.6%，与2019年同期相比增长79.46%。

打造文化新地标

火热文旅的背后，是安阳文旅融合战略的持续深入推进。近年来，安阳聚焦“汉文字”这个独一无二的文化优势，积极融入“行走河南·读懂中国”品牌体系，全力擦亮“殷墟甲骨文”历史文化标识，走出一条文脉传承创新、文旅深度融合的发展新路。

为高水平打造形象标识体系，安阳启动实施了一批重大文旅项目：安阳市文体中心建成并投入使用，中国文字博物馆续建工程及汉字公园项目开馆开园，殷墟考古文旅小镇一期工程建成并投入使用，曹操高陵去年“五一”前对外开放，殷墟博物馆新馆即将开馆，殷墟国家考古遗址公园、安阳古城保护整治复兴工程取得重大进展。同时，深入发掘安阳古城、周易、红旗渠、岳飞庙、二帝陵、大运河等历史文化资源以及太行大峡谷、“中国画谷”等优势文旅资源，打造出一大批彰显安阳特色的文化新地标。

此外，安阳还推动考古研学、红色研学、航空研学、写生研学等项目；推出一大批交互性精品文化旅游活动，如“点亮殷墟”“淮河夜游”“一字千年”等；将汉文字元素融入城市规划建设、市政设施标识、百姓日常生活以及旅游活动各个环节。

“今年春节，在安阳夜游了殷墟，打卡了仓巷街，观看了殷墟文化系列时装表演，体验非常棒！”来自天津的游客张美芳说，“下次有机会我会再来，带着朋友一起来。”

安阳的文旅“出圈”，让殷墟甲骨文这个中华文化标识更加闪亮。

下图：中国文字博物馆“一字千年·博物馆奇妙夜”现场。

安阳市宣传部供图



■ 图片新闻

“浙中第一古街”展新韵

位于浙江省金华市金东区岭下镇的坡阳古街，有“浙中第一古街”之称。近年来，金东区探索村集体联建共建模式，助力坡阳古街建设。逛文旅市集，赏民俗表演，看春光好景，这些带着浓郁乡土人情的活动，让游客在古街中感受文化韵味和时代脉动。今年春节期间，坡阳古街成为金东人气最旺的打卡点，吸引游客41.08万人次。图为游客从坡阳古街上绘有戏曲脸谱的入口处经过。

陈方恺摄



(作者系北京师范大学艺术与传媒学院教授)

传递相守相助的温暖力量

杨乘虎

同一屋檐下母女如何更好地友爱相处？初入职场如何适应全新环境？人到中年如何面对婚姻危机……2024年龙年春节热播的电视剧《烟火人家》探讨的这些问题、讲述的普通人故事，引发亿万观众的共鸣。在荧屏内外万家灯火的浓浓年味中，烟火人家的情感故事，传递着中国式家庭相守相助的温暖力量。

《烟火人家》选取“一家三姐妹”的人物群像设置，以鲜明的女性视角，细腻入微又颇具深意地解读了中国家庭追求中国式幸福的人生思考。在年夜饭、生日宴的典型生活场景中，《烟火人家》生动展现了当代中国家庭一幕幕较有代表性的现实图景。一家三代人其乐融融，也有各自需要面对的生活焦虑、情感困惑、婚姻危机：以家为阵地的姥姥乔海云，操心着女儿们与孙女儿的婚姻生活；全力维护家庭和和睦睦的长姐孟明玮，愈发焦虑女儿的工作与恋爱选择；二姐孟菡青在商界游刃有余，也得打起精神面对着小肚鸡肠无所事事的丈夫；生活选择更加果敢洒脱的三妹孟以

安，虽然离婚了可也必须正视女儿球球的教育大事；还有初入职场与学业打拼的孙女李衣锦、陶姝娜，都到了需要在感情面前寻找自我定位、在竞争中面对生存与发展的人生阶段。

她们的故事，折射了当代女性普遍面对的社会议题与人生议题；她们的悲欢，展现着中国女性在家庭与社会多重角色中的复杂关系；她们的抉择，反映着当代女性由封闭到开放、从家庭走向社会的思想状态。她们是母亲也是女儿，彼此肩负的“孝亲慈幼”家庭责任始终在线，共同祈愿子女“此生安好”的人生期盼从未放弃，这也是最终达成“家和万事兴”的亲情和解的精神支撑。

以爱之名，也可能为爱所困。《烟火人家》中大姐孟明玮所代表的母亲极具典型性，对待家庭全心全意，爱护子女含辛茹苦，但却一次次以爱的名义，对女儿李衣锦的生活、工作、情感施加影响，横加干涉。日益捆绑的亲情成为母女二人的情感束缚和道德压力，不断紧张的亲子关系时不时引发争吵。《烟火人家》没有回避当前普遍存

在的家庭代际之间的沟通障碍问题，也没有夸大亲情冲突的戏剧性，而是以真切克制的笔触，展现了亲情相处的现实与理想模式。母亲孟明玮与女儿之间激烈碰撞的相处状态，令人嗟叹；同为母亲的孟菡青与女儿做朋友的和睦相处模式，值得赞赏；主人公们从疏离、对抗到和解的心路历程，发人深思。

“家是软肋，也是盔甲”，家是讲爱的地方，需要以爱相待的理解力、能量感与包容度来支撑。作为软肋的家是爱的港湾，打造盔甲的家是爱的加油站，二者共存，方能赋予每一个家庭成员成长所需的温暖、护佑与力量。这或许正是《烟火人家》希望表达的主旨，从对抗走向和解、理解，构成了故事的温暖与亮色。

在“家庭”之于人类普遍的文化价值与功能意义上，《烟火人家》既在“家和万事兴”的中华文化肌理上展现了中国人珍视的家庭温暖，也在“人间烟火气，最抚凡人心”的时代观照中刻画了中国人质朴坚韧的情感力量。来自普通人小事的“中国式烟火”，既有物质层面日常生活的获得感，也有精神层面美好生活的幸福感。它是一家人因血缘、婚姻而不可分割的生活紧密性，更是同在一个屋檐下彼此包容、相守相望的情感共同体。