

敦煌的“局”

赵梅

“局”，在唐代壁画中意指宴会，现代语境里代表着办理某些业务的机构。而今在敦煌，“局”则被赋予了新内涵——连接古今、融合文化与生活的创新空间。

敦煌书局、敦煌印局、敦煌食局，如同3把各具特色的钥匙，以文脉传承、特色创意、人间烟火的生活浸润，通过全新的方式让高悬于窟壁、尘封于经卷的敦煌文化融入人们的日常生活。

文脉绵延

漫步于党河风情线妙街，最引人驻足的莫过于静静伫立在河岸边的敦煌书局。

“一‘最’在于融入了无处不在的敦煌元素装修风格；二‘最’是全国首家以敦煌为主题的书店；三‘最’在于敦煌工美文化创意有限责任公司成立之初研发产品数量之多，至今仍流通于市面两三千个文创产品。”敦煌工美文化创意有限责任公司副总经理何慧敏以3个“最”概括了敦煌书局的特色亮点。

踏入书局，读者购买的不仅是一本书，更是一张通往千年文明的门票。这里的设计元素全部取材于敦煌壁画，从外观到内景，从图案到色调，无不彰显着敦煌的美学基因。

书局二楼的藏经阁参照莫高窟第16窟、第17窟采取“窟中窟”形式。第17窟，即闻名于世的藏经洞，而书局的这一空间，目前收录了1200余册敦煌遗书影印版，成为全国首家拥有最全敦煌书籍的“纸上窟”。

“为了拉近读者与敦煌遗书的距离，我们又设计了一个‘阁中阁’。”敦煌书局店长马瑞说，这里收藏了一些发行量极小、市面上难以寻迹的珍贵敦煌遗书，供读者研读学习。

书局开业之初，就从500多家出版社收集了2100多种25000多册敦煌主题书籍，其中70%以上的书名中都带有“敦煌”二字。这些书籍按照敦煌概论、敦煌史话、敦煌壁画、敦煌藻井、敦煌飞天、敦煌乐舞、敦煌雕塑、敦煌书法等一一分类陈列。

来自河北的大学教师吴英走过二楼的玻璃栈道时，被地面上“这不是书，这是敦煌文化的海洋”“这不是书，这是敦煌文化的土壤”的文字所触动，感慨道：“这不只是一家书店，是原来的历史时光。”

书局的面世，源于原敦煌文旅集团董事长孙晓强的坚持。起初，于西北小县城打造大规模书局并不被看好。“书局是秉承向弘扬敦煌文化参与者

致敬的初心，以历史的责任担当和特有的敦煌情怀筹建建造的。”孙晓强说。

何慧敏仍清晰记得2022年5月那个感人的早晨。八旬高龄的胡春生老先生来到书局门口，用纯正的敦煌话说：“我是土生土长的敦煌人，写了一本书叫《敦煌情缘》，想把我的书免费捐赠给你们。”

讲述这件事时，何慧敏一度哽咽。“胡老先生听力下降，语音很高，在场的人都感受到了他对敦煌的热爱。”正是这样的小事，让团队坚信他们所做的是值得的。那个暑期，书局突然火爆起来，游客纷至沓来。

今天的敦煌书局，本质上是面向公众的开放式“现代藏经洞”。书架设计隐含着洞窟的层叠与深邃感，灯光布局营造出专注而宁静的阅读氛围。游客或学者在此的每一次翻阅，都不只是消费行为，更是一场与古代先贤跨越千年的精神对话。

在这里，不仅可以触摸敦煌经卷的温度，还可以在敦煌遗书中，畅享千年的盛世繁华，品味1900咖啡和独一无二的文创故事。

截至目前，敦煌书局累计参观人数已超32万人次，成为集敦煌字画、文创、咖啡、文化活动于一体的高颜值复合型现代生活美学空间。当飞天壁画跃入书页，千年的风沙都化作了墨香。

独具创意

如果说敦煌书局是敦煌初体验，那么敦煌印局更以“沉浸式”方式将体验引向深入。

与书局相隔千米的敦煌印局，由闲置了十几年的自来水清水池改造而成。这座形似蒙古包的建筑里，陈列着4000余枚精心设计的敦煌特色印章，以“印”为切入点，让游客通过“集章打卡”这一颇具仪式感的方式，沉浸式体验敦煌文化。

走进印局，负一楼传来的铃铛声引人探寻。声音来源于印章装置墙——印局深度体验设计引流的关键所在。五颜六色的彩砂小球装满朱砂红、青金石等敦煌色，游客拉下印章时，小球起落，“叮叮当当”的铃铛声汇成悠扬驼铃。

九色鹿、飞天、三兔共耳、藻井……莫高窟壁画的精彩片段，经现代设计浓缩于方寸印章之上。朱砂红、青金石、姚黄等敦煌色组合盖出的彩色套印，更让壁画图案活色生香。

北京到敦煌2330公里、喀什到敦煌1500公里……印局的200个地标印涵盖各地到达敦煌的距离。而百福印、百财印因融入了藻井等敦煌图案，显得更为独特传统。

除了300个免费印章，游客还能体验多彩敦煌色的彩色套印，以及地名印、凸版印、丝网印等。印章不仅可以印在集章册上，还可以“印万物”，T恤、帆布包等都可以成为文化的载体。

“‘360行，行行有敦煌。’每一枚印章的基因都是敦煌文化。”敦煌印局设计师姚彦落说，“我们

以‘一物生万变’的理念，围绕敦煌文化这一核心内容进行再创作。”

盖印章、做手作、品一杯带有敦煌味道的咖啡……在这里，时间慢了下来。生活的烦恼，在这一刻被治愈。

这种亲手参与创造的体验，使文化从被动的“观看”对象转变为主动的“参与”过程。在追求效率的数字时代，敦煌印局反其道而行之，以“慢社交”的方式，出人意料地俘获了年轻群体的心。

数据显示：2024年，在敦煌印局参与集章活动的游客中，18岁至35岁的年轻人占比高达77%，颠覆了“传统文化对年轻人缺乏吸引力”的刻板印象。集章活动不仅延长了游客的停留时间，更显著提升了面对面社交的互动频率。

在印局的茶饮空间，调饮师张巧芬正用茉莉茶汤底和米酿，精心调配“茶酒论”茶饮。“这款新茶饮的创意来自莫高窟藏经洞文献《茶酒论》的记述。”她一边制作一边向游客讲解，“通俗来说就是关于茶与酒的辩论赛。”

西域葡萄、鸣沙山下杏花林、鸣沙暖阳、壁上观春、罗布麻茶……印局菜单上的每一款茶都诠释着“一杯可以阅读的茶”的内涵。而在咖啡空间，敦煌1900咖啡在保留咖啡本身醇厚与香气的基础上，研制出桃花拿铁、杏皮茶美式等具有地域特色的品种，通过敦煌特色的拉花图案，形成味蕾与文化共舞的品质体验。

“对于文创公司来说，每个人都会有自己的一点小心思、小巧思。”何慧敏说，创意是敦煌印局最珍贵的财富，也是游客最看重的价值所在。

随着越来越多人涉足敦煌文创行业，何慧敏坦言：“有竞争才有动力，行业才能向前发展，百花齐放更有利于弘扬敦煌文化！”所有的文化与创意，都会落入敦煌独特的人间烟火中，将这穿越历史的鲜活和温暖表达得淋漓尽致。

烟火千年

当暮色笼罩莫高窟和鸣沙山，敦煌城东南角的夜市灯火渐起。

由红墙绿檐的仿古楼阁构成的敦煌食局，集敦煌非遗美食、特色小吃于一体，已成为沉浸体验美食与文化的新地标。

一层市井烟火缭绕，敦煌本土的羊肉粉汤、胡羊焖饼阵阵飘香；二层雅集意趣盎然，陕西肉夹馍、新疆烤包子的香气与烤羊肉的气息交织。廊桥下，手持杏皮水的游客凭栏驻足，欣赏中庭舞台上的敦煌乐舞表演。

在古色古香的“钟家精糕”档口，51岁的马桂兰正用精糕制作莫高窟九层楼的造型。从一辆三轮车的地摊到亭台楼阁的档口，28年的时光，马桂兰见证了一脉烟火从市集到“食局”的历程。“食局成为一道美丽的风景线，游客来打卡拍照，我们在景区里工作，心情都是美美的。”马桂兰说。

关于敦煌夜市的记忆可追溯至1983

年。那时的驴肉黄面摊、杏皮水车，用质朴的滋味串联起丝路旅人的味觉乡愁。随着摊贩汇聚成“名吃广场”，敦煌味道逐渐声名远扬。

今年的改造升级，让这舌尖上的体验完成了一场时空对话：唐代壁画中的建筑元素被巧妙转化为廊桥勾连的立体空间，水电燃气、消防排污等系统的全面更新，让千年烟火气融入了现代文明的温度。

敦煌文旅集团沙洲夜市景区运营管理有限公司经理王晶伟说：“食局名称中的‘食局’二字，本身便藏着跨越时空的巧思。文献记载，古代官署设有掌管膳食的‘食局’；而今，‘局’字在网络语境中自带社交属性，与‘食’结合，既呼应敦煌‘书局’‘印局’系列文化品牌，又暗合年轻人‘组局吃饭’的潮流。”

每天清晨6点，吴彦龙都会去市场挑选最嫩的牛肉，回来绞碎后浇上菜籽油锁住水分。醒面、制作面皮、备货……一系列准备工作完成后，他前往敦煌食局的档口开始售卖沙葱牛肉饼。旅游旺季时，档口前更是早早就排起了长队。

吕菊玲和丈夫刘军10年前从婆婆那里接过熬制杏皮水的技艺，如今也已入驻敦煌食局。“我们不仅卖美食，更在讲述文化。”吕菊玲说，他们在原来只有杏干、杏皮熬制的基础上进行了改良，加入了海棠果、山楂、枸杞，口味更加丰富。随着女儿刘佳慧的加入，印有敦煌壁画元素包装的茶饮包、便利杯也新鲜出炉。

作为能容纳近千人同时就餐的复合空间，敦煌食局的突破在于“场景重构”。二层开放式餐区与飞天彩绘穹顶相映衬，仿石窟设计的包间内，壁画灯影摇曳；NPC（非玩家角色）身着唐装汉服穿梭其间，逢节庆时更化身“丝路商队”，与食客互动。

“过去游客逛夜市多为‘吃完即走’，现在他们在食局拍照打卡、参与活动，平均停留时间延长了1.5个小时。”王晶伟说，食局开业首月带动周边民宿预订量增长30%，成为激活夜经济的引擎。

对于敦煌食局的运营者、有多年餐饮经营经验的陈家辉而言，敦煌食局不仅要满足游客的味蕾，还要有感官上的认同，更要提供情绪价值。“只要游客感受到‘吃的不是食物，而是文化’，就是成功。”

当月光照亮食局飞檐下的铜铃，麦香混合着香料的芬芳在夜空中升腾，穿越千年的炊烟已化作更具韧性的文化纽带，在杯盘的碰撞声中，续写着人间烟火与文明交融的文化自信新篇章。“越来越多的人来敦煌，喜欢敦煌文化，就是我最大的心愿。”马桂兰说。

让静止的历史遗迹继续它从未中断的文明之旅，对于每一个入“局”之人而言，心愿何尝不是如此呢？

清晨5点半，天刚蒙蒙亮，青海省西宁市城东区“青禾宁”拉面馆就开门了。49岁的拉面馆老板马忠义和妻子韩秀兰忙个不停，烧水、揉面、洗菜……面积不足30平方米的拉面馆里顿时白雾升腾。

韩秀兰19岁的侄子韩尔德睡眼惺忪，在店里做学徒的他忙着收拾碗筷。“我刚学会揉面，看着简单，其实是个技术活。”韩尔德笑了笑说，“没入行的时候觉得容易，真正开始学才发现要下的功夫多着呢！”

与此同时，在青海本地及全国其他地方青海人开的拉面馆中，众多像韩尔德这样的小伙子也忙碌了起来。在青海方言中，“尕”是“小”的意思，常用来表示亲昵或谦称，这些小伙子们又被亲切地称为“尕面匠”。

“20世纪80年代，第一批青海海东市人揣着青稞面闯厦门，用自行车驮着炉灶沿街叫卖。”青海拉面协会会长马军海说，海东市是青海拉面的重镇和主要输出地，化隆、民和、循化三县居多。经过40多年的发展壮大，“青海拉面”品牌越来越响，成为一个稳定性极高的富民产业。青海省餐饮行业协会数据显示，截至2025年1月，青海人在全国开设的拉面店超3万家，年产值逾200亿元。

中午饭点，小店里坐满了顾客。马忠义用力揉着案板上的面团，额角渗出汗珠。“面团要醒足3遍，拉出来的面才筋道。”他边说边将面团甩开，手腕一抖，细如发丝的面条便从案板上弹起来。灶台旁，韩秀兰往沸腾的牛骨汤里撒香菜末，韩尔德忙着跑堂。“青海人吃面讲究‘一清二白三红四绿’——汤清、萝卜白、辣油红、蒜苗绿。”韩秀兰舀起一勺汤，浓郁的香气混着花椒与草果的辛香扑面而来。

马忠义曾经也是“尕面匠”，跟拉面打交道将近20年。在很多人的印象中，拉面馆面积普遍较小，有的店面只有五六张桌子，开拉面馆挣不了多少钱。实则不然，一个“尕面匠”月工资在4000多元到7000多元，还包吃包住。一个拉面馆年纯收入在8万多元到30多万元，连锁店收入更高。

下午2点多，客人少了，韩尔德可以坐在门口休息一会儿。虽然还是个跑堂打杂的“尕面匠”，但韩尔德对未来充满信心。去年以来，顺应新的消费趋势，当地出台了一系列有力政策措施，推动拉面产业升级。海东市化隆县职业学校还开设了拉面培训班，不少“尕媳妇”也来学艺，包括拉面技艺、菜品、互联网、营销等课程，培养更多新一代“尕面匠”就业创业。

晚上10点多，小店打烊。第二天早上，韩尔德又要开始新一轮揉搓摔打。无数个像他一样的“尕面匠”正用手中的面团，拉扯出一条从脱贫到振兴的绵长之路。