

光影戏

李润泽

张思

大幕将启，青灯如水。王熙透过侧幕望向座无虚席的北京市通州区文化馆剧场，这是她最熟悉却也是最紧张的时刻。二胡的第一弓细得几乎听不见，仿佛一缕凉风顺着廊钻进去又慢慢顺着脊背往下滑，紧接着是钹的加入，占据了剧场的单皮鼓找准间隙，“噔”地一落，振得人四肢百骸都颤了一下。三声叠起，由低转高、由缓变急，声线被拉得越来越长，突然收束，全场屏息，下一秒，雷鸣般掌声炸开。

龙在天皮影艺术剧院原创皮影剧《运河神话》的首演，就这样拉开帷幕。尽管排练过十几次，直到此时团长王熙才稍稍松了一口气。站在侧舞台陪“孩子们”一起演出是她雷打不动的习惯，“看我在，他们心里踏实。”王熙口中的“孩子们”，在社会上有一个更广为人知的称呼——“袖珍人”。

灯影初生

王熙的童年是在打谷场的灯影里度过的。那时的皮影戏，是村里最热闹的文化活动之一，打谷场成了天然的露天剧场。摇晃的煤油灯照亮白色幕布，人群围坐四周，老人叨着烟袋、脚上踩着布鞋伴着唱腔打节拍。出生于皮影世家的她，对皮影有着天然的亲近，一张幕布的光影里，她认识了刀马将军、听懂了骏马嘶鸣，也第一次感受到这门中国最古老的“电影”所带来的震撼。

然而，皮影戏的舞台逐渐冷清，艺人脊背佝偻，搭台的人老了，愿意学艺的人更少。王熙记得，父亲王光福常举着泛黄的皮影不住摩挲，“这是老祖宗留下的东西，但可能传不到孩子手里了。”

父亲的话让她开始思考：“是不是有些事儿比挣钱更重要？”2006年，王熙和丈夫林中华作出了一个在旁人看来“难以理解”的决定：先后辞去在北京的高薪工作，租下1000多平方米的房子，自费近20万元打造了一个皮影博物馆。“那会

儿，我们几乎把全部积蓄都砸进去了。”王熙说。

现实格外沉重。老艺人的唱腔观众听不懂，年轻人更是提不起兴趣；团队人手紧缺，演出寥寥，亏损越来越严重。“有段时间，两个人30元的门票都没几个人来。”林中华苦笑。最窘迫的时候，房东连着打电话催他：“林经理，再不交房租，我们真不能再租给你们了。”

何去何从？当过记者的林中华想起了曾经采访过的“袖珍人”，他们因为个子矮小，在社会上生存得非常艰难，但演皮影靠的是手上功夫，对身高几乎没有限制。于是，夫妇俩有了一个大胆设想：请“袖珍人”来演皮影戏！这一选择，成了龙在天皮影艺术剧院真正意义上的转折点。“我们想给他们一个机会，没想到是他们给了皮影一个机会。”王熙回忆。

影中有梦

北京昌平白浮泉的都龙王庙、海淀昆明湖的铁牛、通州区的燃灯塔、沧州的铁狮子、扬州的雄鸡……将这些散落在运河沿岸的神话意象串联起来的人，是最早加入剧团的袖珍人鲁德峰。

加入剧团前，鲁德峰摆过摊、做过仓库管理员，1米35的个头让他吃尽了苦头。旁人冷嘲热讽，质疑声像一块石头把他死死压住。看到剧团的招聘信息，鲁德峰反复读了几遍；随即，他毫不犹豫买了车票，带着行李直奔北京。

鲁德峰的初次登台来得很快，那是传统剧目《鹤与龟》，乌龟浮潜、白鹤亮翅，几个并不算复杂的动作，却让台前的孩子们惊叹连连。“哥哥，哥哥！白鹤怎么飞起来的？”“教我演皮影好不好？”演出结束，鲁德峰被孩子们团团围住。灯光透过幕布打在他脸上，他感觉整个人像被点亮了。

被看见、被认可、被需要，让鲁德峰有了前所未有的动力。

制作皮影是项繁杂的技术活：制皮、画稿、镂空、敷彩、熨熨……一般剧团只演不做，但鲁德峰逼着自己从头学起。他有一个厚厚的笔记本，密密麻麻写满了心得，他能准确说出某条技巧在哪一页：“看得多了，它就印进脑子里了。”如今，鲁德峰是剧团的艺术总监，负责编剧、制作、演出，硬把自己“逼”成了全才。

幕布上，哪吒、蛇夏激战正酣，忽听“铛”的一声，矛戟相交，震得幕布竟也微微颤动，再看两人，已然转身交错，甩镗离鞍，缠斗在一起。打斗场面是整部剧的难度桥段，但对演员殷文礼来说已是游刃有余。

台上一分钟，台下十年功。与身高正常的皮影艺人相比，殷文礼面临更多难题。一般艺人能一手握住5根控制杆，而袖珍人的手太小，根本抓不稳。殷文礼想了个办法——把沉重的皮影杆全部换成轻便的筷子。为适应这种新“兵器”，那段时间，她每天都捏着筷子练习，长时间反复动作，手指磨出了茧子。“别人握

五根杆子，我握五根筷子。”殷文礼笑着说，“但效果一点不差。”

一个“袖珍人”介绍另一个“袖珍人”，一个演员教会另一个演员，一双手牵起另一双手。正是这些鲜活的灵魂，为光影中的人物注入了温度。

殷文礼最喜欢的皮影角色是夸父，不畏艰难、不屈不挠；演员李煜煜，最喜欢的角色是素女，素女的温柔与才情，契合了她内心的柔软与艺术梦想，她希望自己能像素女一样成为一只自由飞翔的百灵鸟，传递希望与美好；演员孙玉玺，对哪吒情有独钟，脚踏风火轮，手拿混天绫，敢拼敢闯一身的倔劲，在方寸之间杀出一方天地；演员于海瑞喜欢不挣不抢的土地公，平安喜乐，做自己世界里的平凡英雄……20年间，龙在天皮影艺术剧院先后培养出286名“袖珍”演员，光与影的火种在他们的手里接续传递，也让他们被越来越多的人看见。

2017年6月，“京西皮影非遗园”落地海淀区上庄镇白洼村。曾经从乡村走出的艺术，如今重新回到乡村，像一株返土的老树，重新从土地深处汲取了养分，迸发出新的时代光芒。

幕外有路

王熙最为关注皮影的创新表达，在她看来，“要让这门古老的艺术被更多人接受，就得为它披上一件贴合时代审美的外衣，用与时俱进的创新激活皮影的现代生命力。”源源不断加入的年轻力量，成了她的好帮手。

曾经做过平面设计师的演员陶鹏眼光毒辣。第一次翻看剧团的皮影箱，他忍不住直言：“你们的皮影戏形象线条刻板、形象简单，我都提不起兴趣，更别提观众们了。”辛辣点评道出非遗与当代观众间的认知隔阂。

在陶鹏的参与下，一场针对皮影戏的“形象翻新”如火如荼地展开。灯泡下，牛皮被摊在长桌上，铅笔反复勾勒，刻刀落下，镂空的线条点点显现，桀骜灵动的哪吒、温润俊雅的许仙，融入现代流行的镂空雕刻技法的电影角色就这样被搬上了皮影舞台。一批脑洞大开的新剧目，演出了年轻观众爱看的新故事。

有了新角色、新剧目，陶鹏很快又抛出了一个新点子：“一场演出最多坐500人，可一场直播，可能有几千人、几万人在看。这个风口，皮影戏不能缺席。”很快，幕布前后的世界被搬进了手机屏幕。“龙在天皮影”“影儿姐姐”“小鲁哥”……演员们陆续注册账号，每晚7点准时上线，轮流直播。

有人演经典折子戏，有人拆解动作、手把手

教操控技法，有人将镜头对准幕后，揭开皮影后台的神秘面纱，还有人干脆放飞自我——配上动感音乐，让手里的皮影跟着节奏“尬舞”，翻跟头、扭腰、比心，皮影戏真正“皮”了起来！

现在，往往还没开播，直播间就先热闹起来。“今天谁上？”“等了好久，啥时候开播？”“小鲁哥快来！”弹幕刷个不停。演员们成了“明星”，皮影戏也有了粉丝群。

2018年底，龙在天皮影艺术剧院的演员们开设了“皮一下很开心”话题活动，一起拍摄“皮影尬舞”的短视频。短短1个月时间，该挑战的总播放量已超14.6亿，话题总播放量已经超过46.8亿次。

2025年10月25日，北京通州区文化馆剧场。灯光暗下，舞台仿佛被水波悄然铺满，光影一层层晕开。龙王踏浪而出，蛇夏破幕而来，下一秒，皮影竟“走”下舞台，出现在观众身边。有人下意识往前探了探身子，孩子的眼睛一下子亮了。

这是龙在天皮影艺术剧院所做的一次新尝试——把皮影戏与舞台剧、木偶表演放在同一个空间里。皮影在幕后演绎神话意象，真人演员在台前推进情节，木偶穿梭其间放大戏剧张力，几种表演形式彼此嵌合，原本平面的影戏变得立体生动。“我们想让皮影走出那一张幕布。”王熙觉得，只有不断尝试，皮影戏才能和当下的观众重新建立链接。

对王熙夫妇而言，皮影戏早已不只是舞台上的一门技艺，而是一段与人生彼此缠绕的旅程；对剧团里的“袖珍”演员来说，这束光影同样为他们丰富了人生。

戏在流转，人也在成长，唯一不变的，是始终向前的脚步。天津、上海、杭州……《运河神话》会走进新的城市，那些关于梦想与希望的故事，悄然续写。

近日，山东美术馆一只“潦草小马”——“马彪彪”走红。鬃毛蓬松炸开、神态略带愁拙、造型“放荡不羁”，被网友取名为“马彪彪”。与此同时，线条简约、毛发凌乱的“潦草小狗”，在短视频平台凭借10多亿播放量跻身文创圈“顶流”。

从“潦草小马”到“潦草小狗”，看似“不走心”的文创产品频频破圈，本质是一场精准捕捉大众心理需求的商业创新。其背后的逻辑是：情绪价值正成为文创经济的核心竞争力，“潦草”文创走红，源于对情绪消费风口的精准把握。“飘逸不羁、极具张力”的小马，透着“潦草但自由”的独特气质，吸引消费者肆意摆弄它的一头秀发。拥有一匹“比我奔放，替我张狂，解放天性”的潦草小马，买家就解锁了发型自由。

而跨界联动与场景渗透，则让“潦草”IP形成了商业闭环。“潦草小狗”从绘本形象出发，通过与咖啡、巧克力品牌跨界合作，渗透到日常消费场景，再以线下展览为载体，吸引不同年龄层观众参与，形成“内容种草—产品消费—社交传播”的完整链条。这种“IP+场景”的融合模式，不仅放大了文化符号的影响力，还带动了设计、生产、文旅等关联产业的协同发展。文创产业比拼的，早已不是单一产品的创意，而是IP生态的构建能力。

名为“潦草”，但绝非粗制滥造，其内核是去繁就简的智慧。优秀的“潦草”文创，往往是对文化符号的精准提炼而非随意简化。“马彪彪”灵感来源于齐白石大师的《如此千里》画作，“潦草小狗”绘本作品则以质朴笔触记录宠物日常。

返璞归真的创作逻辑，传递出真挚的情感力量。既降低生产成本与传播门槛，又保留文化与情感的关键价值，避免陷入文创产品常见的同质化竞争困境。相比简单堆砌文化符号的“流水线产品”，“潦草”文创以真诚换共鸣，印证了文创的“创”，本质不是复杂的设计，而是与消费者的情感链接。

“潦草”文创的火爆，不是偶然的。它证明了文创产品的竞争力，终将回归到对人的情感关怀与价值认同。当文创不再执着于精致的“完美主义”，转而拥抱真实的人间烟火，当商业逻辑从“卖产品”转向“卖体验”，文化与经济便实现了同频共振。毕竟，最能打动消费者的，永远是那些贴近生活、直抵人心的价值共鸣。

老沈与小颜的“阳光账本”

刘成

清晨，冬日的阳光洒在青岛即墨一汽-大众华东基地的厂房屋顶，一片深蓝色的“海洋”泛起粼粼波光。

站在光伏板间，项目负责人沈江涛对年轻技术员颜浩然说：“你看，这里白天是汽车工厂，晚上还能‘攒阳光’。”颜浩然笑着点头：“当初咱们投1.6亿元建光伏，不少人觉得不划算，如今这阳光还真成了‘真金白银’。”

走进车间，机械臂挥舞交错，平均54秒就有一台新车驶下生产线。屋顶上，41.5万平方米的光伏板正在有序工作——相当于58个足球场大小的“屋顶电厂”，项目规划年发电量超4000万千瓦时，而2025年实际发电量近6000万千瓦时。

“这些电不仅能‘喂饱’工厂，每年还有15%余电‘上网’。”沈江涛走进系统运维中

台，大屏上的数字实时跳动：不到3小时，发电量已达2.3万千瓦时。

“就像庄稼人‘看天吃饭’，咱这是‘看光发电’。”颜浩然说，“咱还有技术底气——单晶硅板捕光能力强，就算阴天，每天也能稳发3万千瓦时到5万千瓦时电。”

项目总装机容量35.88兆瓦，不仅是企业中全国最大的光伏项目，也是山东分布式光伏中的“巨无霸”。智能运维分级预警、远程断电排查隐患……在沈江涛看来，这片“蓝色海洋”不仅是能源站，更是工厂的“安全卫士”。

投入这么大，划算吗？

沈江涛掏出“阳光账本”，“1年发电6000多万千瓦时，白天用电自给自足，余电上网增收，电价波动风险小了，预计5年内回本。”他顿了顿，“但这本账不能只算钱。”

光伏项目每年可为工厂减少二氧化碳排放4.8万吨，相当于节约标准煤1.8万吨，减排量占工厂总排放的25%。对于正推动“绿色”与“无废”联动发展的基地而言，这既是环保责任，也是提高竞争力的体现。

“每一缕阳光都是大自然的馈赠。”沈江涛说，“企业从2018年投产就开始绿色转型，如今政策支持、政府服务跟进，政企同心‘双向奔赴’！”

在现场跟进服务的即墨区发改局节能科科长张亚敏接过话茬：“在即墨，这样的绿色工厂现在还真不少！区里一方面提供政策支持，另一方面鼓励企业转型绿色生产。”她拿出更实在的数字：去年区里新上马的光伏发电项目，规模差不多17万千瓦，到现在为止，全区新能源“家底”已经

攒到108万千瓦，发电占比超过了97%。“我们还得跟企业一起继续铆足劲干，让‘即墨制造’这块招牌绿意更浓、成色更足。”张亚敏说。

从2023年9月开工到2024年3月全容量并网仅用7个月时间，一汽-大众光伏发电项目跑出了“青岛速度”。如今，这里不仅是汽车智造高地——千台机器人协同、日产最高1408台整车；更是绿色能源样板——拉动光伏产业链集聚、培养技术运维人才，为区域工商业转型探路。

离开厂房时，夕阳余晖映在光伏板上，仿佛为这座“双面工厂”镀上一层金边。颜浩然回头望：“以前觉得工厂耗电，现在它也成了‘发电站’。”“思路一转，屋顶就能生金。”沈江涛拍了拍他的肩膀。

你喜
活中的经济
学
潦草
文创

梁婧