

非遗焕新·青春季

杨学聪

泥塑流光

在北京宋庄的工作室，胡鹏飞是与梦想共度晨昏的人。阳光漫过靠窗的工作台，手稿上几笔勾勒出的形象，是这位北京泥彩塑第四代传承人新近收获的奇思妙想，夜深人静的时光，则是他构思新品、打磨设计的最佳时刻。

从陕西乡间的泥塑艺人，到让老北京兔儿爷被更多消费者所喜爱的北京工艺美术大师，胡鹏飞带着关中人特有的倔强执着，让古老泥彩塑技艺在创新中传承。

从关中到京城

到访工作室的人，都会在吉兔坊展厅中流连忘返。满满当当的展示柜中，不仅有造型庄重、带着庙堂之气的传统兔儿爷，更有眉眼柔和、花式翻新的新款兔儿爷，还有融入敦煌配色、萌趣醒狮元素的新潮文创……

“摆满了就要收拢封箱一批。这些封存的作品，就是吉兔坊的‘档案’。二三十年后，如果要搞个回顾展、弄个博物馆，大家就能看到，兔儿爷是怎样一步步改进创新的。”琳琅满目的作品映着他发间银丝，离家20多年，这个关中汉子低沉的语调中还夹杂着陕西方言特有的咬字方式：“每天都在搞创作，累计做了大几百个作品。”

1982年，胡鹏飞出生于陕西凤翔的泥塑世家，打小习得一手泥塑手艺。彼时传统手工艺不景气，长辈劝他换个行当。2000年，他决定出来闯一闯。

“年轻人总要干点啥。”初到京城，在潘家园旧货市场摆摊卖凤翔泥塑的他，认识

了不少手艺人，也结识了一位制作老北京兔儿爷的老先生，自此与北京泥彩塑结缘。

兔儿爷是北京男女老少喜闻乐见的吉祥物，它不仅是孩子们心爱的玩具，也是民间传说故事中“玉兔”形象的拟人化。

“每个做兔儿爷的师傅自有追求，我觉得兔儿爷最吸引我的是它背后的故事，精彩、浪漫、充满想象力。”胡鹏飞说，兔儿爷在北京有400多年的历史，传说中，它是天官药剂师、嫦娥的玉兔，幻化成人形下凡救济染上瘟疫的老百姓。

每年中秋，不少北京人会请一尊兔儿爷到家里以祈求吉祥平安。过去的兔儿爷，采用蓝金红黑几种传统吉祥色，有庙堂之气，表情严肃，而胡鹏飞手下的兔儿爷发生了微妙的变化：线条更圆润，色彩面带笑意，让人如沐春风。

“现在很多年轻人喜欢兔儿爷，造型上饱满一些，色彩上明快一些，使用强烈的撞色，让它能走进大众市场。”2007年，胡鹏飞注册了专注于兔儿爷制作与文创开发的品牌“吉兔坊”，逐渐从家庭作坊转型为市场化运营企业。

保留兔儿爷经典造型的同时，吉兔坊的产品类别不断丰富，色彩、纹饰与形态不断优化；新推出的“和合如意”兔儿爷，像泥娃娃般乖巧讨喜；醒狮系列萌趣生动，连续两年成为市场爆款；敦煌配色的十二生肖，则将敦煌经典色调与生肖形象结合，让古老审美重焕生机……

创新须有源头

创新的背后，既有对传统工艺的坚守，更有对文化内涵的深度挖掘。得空时，胡鹏飞就外出采风，逛博物馆、走古寺院、考察山野民居……

他去山西看砖雕上的蝙蝠寿桃纹样，到苗寨寻鱼龙造型，从民间吉祥图案的组合中汲取灵感，将传统纹样、民间故事融入创作。他不愿意“生造”东西，因为在他看来，没有文化根脉的物件，消费者

是读不懂的。

“生造的东西消费者看不懂，也不会买。只有从传统文化中挖掘提炼，才能让消费者一眼看懂背后的寓意，创新才有生命力。”

胡鹏飞将产出清晰分为非遗与文创两类。占比超过60%的非遗作品好比树的树干，坚持纯手工，恪守古法，保留全套古法工艺；手工塑形，砂纸打磨让泥坯光滑，手工蘸白、分层上色。为克服老工艺阴干开裂问题，他们在特制的泥巴中加入棉絮增加韧性；自主研发颜料配方，解决老工艺颜料龟裂、脱落的问题。不论市场如何起伏，非遗作品始终得到消费者偏爱。

而另一边，文创产品则如树的枝叶，更新快、品类多，采用现代材料和工艺，材质多样，成为非遗传播的另一载体。“非遗是树的树干，文创是枝叶，枝叶可以不断修剪，主干必须向下扎根。”

“大家能看到的，是吉兔坊的东西好卖，看不到的，是他们背后下的功夫。现在做东西，不光造型色彩好看，还要把文化脉络梳理出来。有了想法灵感，手工塑形，设计稿完成后制作素胚观察立体感与疏密关系，然后才是开模制作。”

受材料、工艺限制，泥彩塑也有边界，更擅长表现中国传统文化相关的民间、神话故事、瑞兽、人物形象，难以承载插画、动漫类的新形象。胡鹏飞深知，市场需要符合现代人审美的传统艺术品。创新的前提是传承，把老物件弄明白，才可能有被认可的创新，不要过度。

“向前一步”的有限创新既守住了文化根脉，又让兔儿爷融入了现代生活。从最初的摆件到冰箱贴、盲盒、手账本……兔儿爷的形象延伸到各类生活场景；为开学季设计“旗开得胜”兔儿爷，为毕业季打造“独占鳌头”文创，为企业定制专属IP形象，让非遗产品成为兼具情绪价值与文化价值的载体。

跟上审美潮流

“坐象兔儿爷寓意平安吉祥、太平有象，麒麟兔儿爷寓意麒麟献瑞，坐虎兔儿爷寓意国富民强、国泰民安……”胡鹏飞的作品力求老少咸宜，在老北京兔儿爷之外，还有吉祥瑞兽、十二生肖、醒狮系列等30多个文创系列。马年春节，他在东城区隆福寺新春市集的兔儿爷摊位，大火了一把。

从两三个人的家庭作坊，到如今拥有近

20人的设计团队、50人的河北生产基地，吉兔坊每周发货供应全国100多家经销商，工艺流程高度细化却不失手工温度。

“做非遗创作最难的，是要把文化背景、工艺材质与现代人的审美取向相结合。”胡鹏飞说。展示柜中不起眼的素坯，藏着他的梦想。这些落了款、写了字、画了开模线的素坯上，有笔墨勾画的痕迹，流畅的曲线勾勒出兔儿爷的眉眼轮廓。“塑好形后用毛笔勾一遍，就能看出来作品的立体感和疏密关系。”

有些设计稿出了五六年，至今仍未投产。不仅因为工厂排期满，更是因为谨慎，需要优中选优把有限产能让给市场潜力大的作品。“在当下有些浮躁的大环境里，‘做什么新东西’成为口头语。”胡鹏飞觉得，人们从物质需求转向精神追求，消费者需要提供情绪价值、赏心悦目、陶冶心灵的产品，对文创产品审美和文化内涵的要求都在提升。

他不断尝试新材料、新形式，让非遗跟上年轻群体的审美潮流。“我想通过自己的努力，让老北京兔儿爷不仅是中秋团圆、新春纳福的吉祥符号，更希望让更多年轻人喜欢非遗，把泥彩塑技艺推广开，甚至有文化出海的机会，让更多人感受中国民间美术的魅力。”

非遗传承从来不是一成不变的复制，而是生生不息的创造，作为非物质文化遗产代表性传承人，胡鹏飞能做的，就是继续守着这份热爱，既保留传统工艺、材料、神韵与文化内涵，也要不断创新，让老北京兔儿爷走进更多人的生活里。



更多报道请扫二维码



陶然

来稿邮箱: fukan@jirbs.cn

生活中的经济学

不爱做饭可能不是因为懒

史书一

“天天就知道点外卖，懒得连饭都不做！”类似的话，相信不少年轻人都是从爸妈口中听过。把不爱做饭归因于懒惰，但事实果真如此吗？同样是高频家务，为什么一些年轻人愿意将一日三餐交给外卖和饭店，却很少有人将日常衣物清洗全部交给洗衣店呢？面对同样的家务作出不同选择，背后可能有基于经济学的理性考量。

常下厨的人都知道，小家庭的饭不好做。三四口人的家庭炒两个菜，肉菜蛋等原料可能要买七八种。对于做饭新手而言，很难精确买到一顿饭的用量，而下一顿也不一定能用尽这些食材，更别提那些因一时兴起购置的面包机、酸奶机等烹饪器具，用了几次便在柜中“吃灰”。这些都成为在家做饭的沉没成本。

反观餐饮商家，通过批发采购压低食材价格，分工协作与标准化烹饪流程提升效率，用餐时段动辄上百份的订单，更将人工、水电气、厨具房租等固定成本摊薄。即使多了一道配送环节，大数据也早已为骑

手匹配批量配送的最优路线。当多做一份外卖的边际成本被压到较低水平，其价格优势、时间优势、种类优势就更加明显，一些消费者偏爱外卖也就不难理解。

而洗衣这类家务的情况则有所不同。洗衣店洗衣按件收费，家用洗衣机一旦购置，平摊到单件衣物的清洗成本几乎可以忽略不计。如此看来，当代人在家洗衣的习惯基本未变，在家做饭的习惯却在逐渐变迁，背后的重要原因还是规模化生产与家庭自给自足在不同家务中的效率与成本差异，并非单纯的人变懒了。

事实上，做饭的成本还不止于此。从经济学角度看，一项选择的真正成本，除了付出的金钱，还有为其支付的机会成本。即便是一位精通厨艺的老手，从构思菜单、采购食材、切配烹饪到洗碗擦桌，全程耗时至少要一两个小时。对于工作了一天的上班族而言，下班后的时间是稀缺的自由支配资源，既能用来学习职业技能，发展副业增加收入，也可以搞搞兴趣

爱好释放压力、陪陪家人获得精神满足。当用节省下来的时间创造的物质回报与情绪价值，远远超过一份外卖的价格时，仍选择继续在厨房挥汗如雨切菜颠勺，反倒成为一种并不划算的坚持。

不只是外卖产业持续红火，社区食堂、小饭桌乃至上门做饭等业态也红红火火。这是社会分工日益精细与家务劳动社会化的结果。过去“家家开火”，是因为大家生活水平与餐饮服务发展水平有限。随着收入提升，家庭规模小型化、生活节奏加快、家庭成员工作上学时间不同等一系列新情况的出现，把做饭这件事交给效率更高的经营主体，让每个人都能将宝贵的时间和精力投入自己更擅长、回报更高的事情上，不仅能将人从家务中解放出来，客观上也有利于社会整体效率的提升。

当然，在这个快节奏时代，亲手点燃那缕人间烟火，仍然有其无可替代的价值。自己动手，从原材料采买到烹饪全过

程可控，吃的是一份看得见的安心。许多曾经靠外卖下馆子度日的年轻人成家后，开始学着为宝宝做辅食，为爱人做营养餐，这些舌尖上的滋味化为记忆里的味道。洗手做羹汤也成为现代人表达关心与爱意的独有仪式：游子归家，平时“简单对付一口”的父母总要张罗一桌好饭；挚友拜访，不善厨艺的主人哪怕怕顿火锅也想留人吃个便饭；留学在外，“留学生饭”水平参差不齐但都饱含着一样的思乡情。这些不计成本的心意，承载着烟火人间里最动人的底色，也成为现代人再忙都不愿割舍的温暖。

可以说，将做饭这件事交给专业的人代劳是现代生活效率提升的题中应有之义。而仍有人守着灶台、愿意为你做一顿家常饭，则是不计成本的爱意付出。毕竟，经济学能解释为什么我们做饭频率降低，却无法计算出一粥一饭里的温情。

从农事伊始，一种新的风景正在天山南北悄然铺展。没有拖拉机的轰鸣，没有人背机打的辛劳。有的，是无人机的低沉嗡鸣——在麦田精准施肥，在棉田穿梭“化控”，在果园监测病虫害……从“人背机打”到“云端种田”，低空经济“飞”进新疆农田之后，改变的不仅是生产方式，更是一代人的理念与生活。

春耕时节，在新疆各大农机具交易市场，最火的当数植保无人机销售点。极飞无人机销售代理商孙健跑前跑后地忙碌着。“春耕前是销售高峰期，每年新疆区域销售量大概是1500架。”新机培训、旧机售后、以旧换新，不时有人前来询问。“最大载重已达85公斤，10分钟几十亩地，非常轻松。”在孙健看来，无人机操作简单、效率高、不受地形限制，应用前景广阔。

5月，昌吉市二六工镇光明村的麦田边，一架植保无人机在马明的操作下轻盈升空。3年前，马明还是普通农民。“过去人工打药，一天顶多30亩，累得腰都直不起来。”当他看到无人机植保进村作业，站在田边看了半天，心中顿生一念：这玩意儿，我也想学。1个多月后他拿下执照。去年，仅靠给周边村民做植保，他就挣了8万元。今年，妻子苏喜梅也加入进来，夫妻俩一起开上了“飞机”。

真正的“机长”此刻正在塔城上空作业。侯正祖是新疆通用航空有限责任公司运5机长，他的“座驾”是一架绿色双翼飞机，诞生于20世纪90年代，至今仍仍是新疆农业航空的主力。“运5开展农林作业时最低飞到3米到5米，播撒50多米，每秒45米至50米，可以持续作业6个小时。”侯正祖拍着机翼说，运5最适合大面积作业，一架次200亩到400亩；灭蝗一架次2000多亩。

侯正祖的飞行轨迹遍布天山南北。如今，随着无人机普及，有人机作业量减少，他所在的企业也在转型，播撒草籽、林业病虫害防治让他们有了更多的舞台。最让侯正祖有成就感的还是飞播作业：草籽洒落覆着白雪的戈壁荒滩，来年慢慢变绿。

如果说侯正祖代表“飞的传承”，那么新疆维吾尔自治区农业科学院棉花研究所研究员林涛代表的则是“飞的智慧”。林涛团队借助“空—天—地”一体化相关技术，已经开展了棉田墒情快速感知、大田出苗数快速识别、棉田地表残膜识别、棉田株高和生物量的高精度反演等应用研究。“最难的是把数据变成农民能用的东西。”林涛说，“农业技术得飞到地里去，飞到农民身边去。”

天山南北，低空经济正以一种温柔而坚定的力量，渗透新疆农业的每一寸肌理。而那一声声旋翼的嗡鸣，正带着希望，掠过每一块田、每一片林。