

打造“崇明样本” 让非遗文化 在新时代“火起来”

今年7月举行的第46届世界遗产大会上,上海崇明东滩候鸟栖息地被列入《世界遗产名录》。至此,上海实现了世界自然遗产零的突破。在崇明这片生态绿洲上,不仅自然风貌令人赞叹,更以其丰富的非物质文化遗产(以下简称“非遗”)让人沉醉。从自然遗产到文化遗产,千百年来,崇明以其独有的方式,讲述着关于生态、历史与人文的动人故事,也为我们今天的生活增添了精神滋养。

为传承崇明文脉,以文化软实力全面提升赋能崇明世界级生态岛高质量发展,当前崇明区正努力打造习近平文化思想最佳实践地的“崇明样本”,并制定实施方案。其中明确提出:2024—2027年,以提升崇明精神凝聚力、崇明文化影响力、公共文化服务力、文化产业竞争力等为主攻方向,全面实施“凝心铸魂”“崇德明礼”“融合提升”“文化赋能”四大计划。到2027年,理论武装不断增强,文明风尚更加浸润人心,主流思想舆论更加强劲有力,崇明文化品牌影响力显著增强,逐步走出一条具有中国气派、江南文脉、崇明特质的文化建设之路。

传承保护



崇明区现有非遗项目40个,包括国家级项目3个,市级项目17个和区级项目20个,各级传承人总数为96人。一批具有崇明特色、富有市场竞争力的非遗产品正不断涌现。新时代背景下,崇明非遗的保护与传承不仅是对传统文化的守护,更通过创新与融合,让其融入现代生活、焕发新活力的重要实践。

坐落在崇明港西镇北双村的上海阳刚民间音乐馆创办于2008年5月。今年,这座音乐馆入选成为了上海市非遗示范点。音乐馆的主人杨刚是一位民营企业家。他从小热爱民

乐,改革开放后,他“下海”经商,并获得了成功。“有了一定资源后,我就想自己收集民间音乐史料,既完成了自己的夙愿,也是对家乡和社会的一种回馈。”已越古稀之年的他,依然腰板笔直、声音洪亮,充满了激情。

这栋建筑面积达1800多平方米的音乐馆,以江南丝竹和琵琶艺术(瀛洲古调)国家级非遗项目及相关民间音乐的抢救、整理、编创、演绎、传承、传播等为主要内容。馆内存放了杨刚历年在全国各地搜集的各类民间音乐曲谱、文论、唱片、手稿、乐器等一万多件。



“瀛洲古调派琵琶”也称“崇明派琵琶”,由于历史原因,如今能演奏瀛洲古调的人屈指可数,曲谱也已流失不少;江南丝竹(牡丹亭)是一种丝竹加锣鼓的独特的民间音乐演奏形式,“崇明派琵琶”大师王东阳创于新河镇。为了把收藏的上百年的古谱、工尺谱保存好,再“翻译”为现代简谱,供后人演奏,阳刚民间音乐馆还专门建立了音乐数据库,通过古本扫描、影像资料,正以电子形式悉数入库,永久留存。因此,这里也成为了众多音乐专业学生和教师撰写民间音乐研究论文考据

的重要资料库。

“民乐不仅要保护,更要传承创新。”杨刚说,为推动江南丝竹音乐新作品创作,目前有近三十首作品面世,其中《东滩晨曲》被上海音乐学院出版社编入中小学拓展型课教材,《美丽瀛洲》被编入国家“十二五”项目——全国学前教育专业音乐教材。

近年来,崇明通过文教结合的方式开展“非遗进校园”活动,不断加强非遗传承人队伍建设。阳刚音乐馆也成为崇明青少年民乐传承基地,在孩子们心中埋下非遗的种子。音乐馆还联络发起成立“长三角江南丝竹音乐联谊会”和“江南雅韵”微信公众号,通过网络传播演奏视频,在长三角地区乃至海内外产生广泛影响。乐团还频繁走进社区、农田,以鲜活的演出形式让非遗文化触手可及,吸引了众多观众,尤其是年轻人的参与。这种互动不仅增强了公众对非遗的认识与保护意识,也让传统音乐在年轻一代中找到了新的生命力。

杨刚深知,传统不是陈旧或僵化的象征,而是文化的延续与再生,它承载着历史的记忆,滋养着当代文化的发展。十年间投入千万,他无悔守护这份文化遗产。“虽然传统音乐文化不能直接创造巨大的经济价值,但它所蕴含的历史文化信息是无价之宝。”杨刚如是说。他将音乐馆视为自己的第二个家,一个向所有人敞开大门的家,他希望让更多人了解、喜爱并参与到民乐的保护与传承中来。

焕发新生

非遗要在新的时代找准一席之地,实现“活化”传承,其前提在于不断拓宽自我“造血”功能。在这一背景下,非遗不仅是文化领域的焦点,也在经济发展中崭露头角,崇明老白酒便是这一趋势下的鲜活例证。

“老白酒”不仅是崇明人特有的酒品,更是崇明的象征与符号。老白酒又称“米酒”,以纯糯米酿制,味道甜润,有别于一般的白酒和黄酒。祖先们利用崇明优越的自然条件,发酵、贮存、生产这种酒,作为上海地区独有的酒种,它渗透在崇明发展的沧海桑田中。

上海大陆酿造有限公司(以下简称“大陆酿造”)可以称得上是崇明岛上历久弥新的一棵“老树”。它的前身是同德酒坊,创办于1919年。1950年联合五家酱园,合营为崇明大陆酱酒厂。历经百年风雨,始终坚守着崇明老白酒的传统酿造技法。2009年“崇明老白酒传统酿造技法”被列入“上海市非物质文化遗产”目录,大陆酿造有限公司也获批“非物质文化遗产保护单位”。

然而,面对日益激烈的市场竞争,大陆酿造并未止步于传统。企业结合百年

古法工艺和现代酿造技艺,近年陆续开发出老白酒、威士忌、米酒、米露、甜酒酿等36种产品,其品牌“公鸡”也于2011年被国家商务部认定为“中华老字号”品牌,在市场上享有一定声誉。

和很多老字号一样,在当前国际和国内品牌竞争空前激烈的大环境下,大陆酿造也面临着激烈的市场竞争压力。为了提升品牌影响力,就在今年夏天,大陆酿造打造的直营店“大陆优选”在崇明万达广场开业,实现“非遗+商圈”的双向赋能。“区别于传统的经销商模式,在直营店里,产品可以和消费者直接见面。”公司负责人告诉介绍说,把直营店开到繁华商圈是创新也是一次大胆的实践,希望能让企业更快掌握市场信息,更好地适应市场并得到反馈,从而打造出性价比更高的产品,让老品牌焕发出新活力。

对此,区文旅局有关负责人表示:“我们鼓励非遗融入多种消费场景,不断拓宽产品销售渠道。同时,也鼓励企业顺应消费升级趋势,进行产品、技术、营销等各方面的创新探索。只有这样,才能让非遗在消费市场的竞争格局中有立足之地,引领市场风潮。”



走出国门

为了让更多年轻人关注、了解非遗文化,不断壮大人才队伍,在崇明,一批非遗传承人主动创新,积极探索非遗保护新模式,同时政府部门和社会各界精准施策,形成传承保护强大合力,推动非遗文化“活”起来“传”下去。

土布曾是崇明的支柱产业,享有“衣被天下”的美誉,至今已有700多年历史。过去,崇明姑娘出嫁时,母亲都会拿出压箱底的土布给女儿做嫁衣。这种传承了数百年的土布文化,见证着一代又一代女子一生中的重要时刻。2015年,崇明土布传统纺织技艺被列入市级非遗项目,土布抢救工作就此开展,记忆中的土布也重新走入人们的视野。举办土布纺织大赛、推出文旅扶持政策、组织行业探讨……用崇明土布制作而成的产品,在各类文化展览、民俗活动等平台上的“露脸”频率越来越高。

“布布瀛”非遗生活馆和木棉花开创意工坊,是崇明岛上知名度较高的土布文化传承基地,两家基地的负责人决定做这份事业的理由很相似:很喜欢,值得做。“从小就看老一辈人织布,家里也有妈妈传给我们的不少土布,想到这么美的土布以后会失传,就想让它‘活’起来。”“布布瀛”(以下简称“布布瀛”)非遗生活馆负责人周勤说。

随着近年来国风的兴起,土布文创类产品广受关注,“传承人”们干劲十足。“木棉花开”创意工坊的土布产品在网上传布后,受到不少大品牌的关注,今年和“野兽派”合作,推出的香囊产品成为热销款。“布布瀛”非遗生活馆设计出精致又时尚的手袋、玩偶、挂饰等土布产品,令人耳目一新。

今年,“布布瀛”带着土布工艺品“勇闯”法国,参加了“法国图尔首届中国非遗文化节”。土布茶包、饰品、平安鹿等工艺品一经亮相,就得到了众多外国友人的喜爱。短短几天内,这批来自中国上海市崇明区的土布产品就卖空了。最近,“布布瀛”还接到了来自海外多家企业的合作意向。来自泰国的知名皮具品牌和饰品企业,都有意愿与“布布瀛”合作,打造融合土布元素的时尚单品。

“希望通过这些桥梁和纽带,让崇明非遗走出国门,让更多外国朋友了解崇明的土布文化。”周勤说,未来,他们会以更加国际化、市场化的视角,将富有崇明特色的传统技艺与现代设计理念相结合,让传统手工艺在国际舞台焕发新的生命力。女儿周雨昕从小在母亲的耳濡目染下,对崇明土布产生了兴趣。如今,她从国外留学归来后,选择回到崇明,和母亲一起经营这份美好的事业。

崇明区文旅局表示:为深入践行习近平文化思想,近年来崇明区扎实做好非物质文化遗产的系统性保护,充分挖掘历史根脉、文化价值、精巧工艺和品牌故事,推动非遗传承与时代潮流融合共生,真正让非遗“活起来”“结硕果”。通过非遗工作室和文化资源配送,开展非遗在社区活动,建设多个非遗文化主题展示体验馆。依托重点文旅活动,打造系列非遗节庆,促进文化交流。同时,以“非遗+文创”“非遗+科技”赋能产业,开发现代特色非遗产品,融入新消费场景;加大人才培养力度,弘扬工匠精神,让非遗文化世代传承,惠及后人,让崇明非遗在新时代焕发新光彩。(解敏)

