

捧回文华剧目奖 舞剧《醒·狮》焕新再出发

羊城晚报记者 黄宙辉 李娇娇

经过十年淬炼，广州原创舞剧《醒·狮》今年终于捧回文华奖最重磅的文华剧目奖。

该剧是国内第一部以国家级非遗项目“广东醒狮”为主题的大型原创舞剧，以鸦片战争为背景，讲述了两为舞狮少年在爱恨情仇与家国大义间的抉择，展现南粤儿女的精神觉醒与抗争，以今人的视角去看百年前广州人的城和事，带出醒狮文化生生不息、华夏文化源远流长的民族复兴梦圆的愿景。

鼓励“十年磨一戏” 精益求精二度参评

舞剧《醒·狮》筹划于2015年，首演于2018年9月28日，是本届文华剧目奖15部获奖剧目中首演时间最早的剧目。它一度在2019年冲刺文华奖，却失之交臂。2025年，在文华奖评审条件调整后，舞剧《醒·狮》终于如愿以偿，荣膺殊荣。团队成员对此感慨不已。

广州市文化发展集团副总经理、舞剧《醒·狮》艺术总监、总导演史前进，在主创主演见面会上深情回顾了《醒·狮》十年创作演出的艰辛历程。他说，《醒·狮》2018年9月首演当年年底，即获得中国舞蹈最高奖——荷花奖，并被市场赞为“最燃舞剧”。2019年，该剧由广东省文化和旅游厅选送，代表广东参评“文华大奖”（文华剧目奖的原名），也获得了“文华大奖”提名，但未能获奖。到2025年，如果按文华奖以往的申报评选办法，该剧首演已经过了5年，本来无法再次参评。因本届文华奖评审条件做出了调整，放宽至10年，该剧这才有机会二度参评。

据了解，本届文华奖是为了鼓励各地持续加强对作品的打磨提升，提倡“十年磨一戏”的精品意识，所以将参评

剧目首演时间从近5年拓宽至10年，但明确要求年均演出场次必须超过十场。这显然是更加重视剧目生产的投入与产出比值，鼓励作品开展常态化演出，实现社会效益和经济效益的双效统一。《醒·狮》也正是经过十年磨砺，边演边改，才有了这次获奖机会。

“好的作品是靠磨出来的，靠观众的口碑赢来的。”总导演史前进介绍，从2018年首次立到舞台上并获得“荷花奖”之后，舞剧《醒·狮》就开启了300多场的巡演展演和国际艺术交流。在这个过程中，主创团队多方听取各界评价，特别是广大粉丝的评价，并根据大家提出的中肯建议，不断对作品进行打磨提高，精益求精。

《醒·狮》凤儿饰演者梁琦琦、醒狮饰演者刘星月、舞狮人饰演者李奥等主演都表示，他们深切地感受到，这部剧越修改、越演，就越让他们感动。每次演出完，他们都深切地感觉到，无论是思想上还是技艺上都得到了升华。

一直“活”在舞台上 焕新版巡演在即

广州粤剧院董事长、《醒·狮》原制作人林凯彬及广州歌舞剧院副总经理、《醒·狮》运营总监刘飞彬认为，《醒·狮》



舞剧《醒·狮》剧照（广州歌舞剧院供图）

最大的特点也是最大的成功之处，就是社会效益和经济效益的双效统一。据说，这部舞剧在全国巡演300余场，几乎场场爆满，甚至一票难求。有的观众拿着巡演日程表，追着《醒·狮》全国跑；还有观众表示，自己已连续观看《醒·狮》超过31次。

对此，广州文学艺术创作研究院副院长、舞剧《醒·狮》编剧罗丽说：“奖项或许会迟到，但观众的掌声从未缺席。何赛飞老师曾经提问，现在有很多作品没有生命力，好戏都到哪里去了？我觉得，《醒·狮》正是用‘十年磨一剑’的精神，用将近8年的坚持巡演，回答了她这个‘时代之问’。好的作品是为观众、为人民而创作的，一部作品最重要的是能够一直‘活’在舞台上，而不是获奖以后就销声匿迹。”

舞剧《醒·狮》获奖，不仅是对主创人员的鼓励与认可，也给文艺创作本身带来启示与影响。广州市委宣传部文艺处副处长余

莉莉认为，文华奖通过这部作品，肯定了文艺创作在艺术创新与本体坚守之间取得平衡的创作路径，是在为舞剧艺术的健康发展指明方向。《醒·狮》的获奖，而应看作对当前舞剧创作生态的良性调节。真正优秀的作品，既要勇于探索新的艺术表达，更要扎根于艺术本体的深厚土壤。这对于构建更加健康、可持续发展的文艺生态具有深远意义。

值得一提的是，焕新版《醒·狮》即将再次出发。今年，剧组对舞蹈特别是重要舞段进行了认真细致地优化，并对音乐、舞美、服装、灯光、道具等都进行了较多的修改提升。2026年1月24日至25日，《醒·狮》将在广州红线女大剧院连演两场，以最昂扬的激情、最饱满的热情和最真挚的深情反哺羊城观众。2026年新年伊始，该剧还将于长沙梅溪湖国际文化艺术中心大剧院开启新一轮的全国巡演，并陆续抵达佛山、珠海、东莞、上海等地，为全国观众再次献上传统与创新兼具的岭南文化盛宴。

台湾文化学者薛仁明携新作亮相广州 赞广东人务实，活得安稳

羊城晚报记者 梁善茵

11月5日下午，台湾文化学者薛仁明携新作《教养不惑》亮相广州。新书发布会上，他结合其三个子女的成长经历，与读者共同探讨如何通过教育承继礼乐文明、通过行为与环境氛围带来文化熏陶等教育话题。讲座现场气氛热烈，座无虚席。

现在的孩子怎么越学越累？孩子是否需要父母的陪伴？读书更多是循序渐近还是惯性驱动？讲座伊始，薛仁明抛出了几个当代家长普遍关心的话题。

他以自己在大陆讲学期间以及三个子女在成长过程中遇到的教育困惑为例，讲述了西方个人主义教育被搬到中国教育体系后的“水土不服”，强调回归礼乐文明根基的重要性，以及如何从“中国式教育”中获得从容与力量。

“接上”老祖宗的礼乐文明

“站在全国视角上看，广东地区的礼乐文明根基是独具优势的，广东的祭祀文化、婚嫁习俗都被相对完整地保留下来。”薛仁明以广东人过年“封红包”为例，他说，广东红包的金额相对其他省份较少，这是广东人务实底色的鲜明体现，“分寸拿捏得好”。

薛仁明表示，礼乐文明建立在“各人正其位”的基础上，人与人之间有良好的流动。“广东人好相处，状态松弛”，他认为，听戏曲、吃早茶等老广生活习惯都是“乐”的体现。在本土传统文化的滋养下，广东人通常能活得安稳，活得踏实，活出精气神。

而针对如今不少家长或“鸡娃”或“躺平”带来的焦虑，他表示，礼乐文明是一套行为模式，既讲究规矩也讲究自在，在某种程度上可

以跳出这“二元困境”。

薛仁明还用大女儿主动从北京回台湾照顾长辈的例子，说明中国礼乐文明的根基在家庭，应通过家庭教育使孩子获得能量。他说：“孔子倡导的‘仁’指的是生命的生生不息，跟人生关系才有办法‘仁’，应让孩子接上老祖宗的礼乐文明，眼里有人，跟人有亲。”

阅读的本质是惯性驱动

在新版《教养不惑》中，薛仁明另辟“儿女回响”一章，收录其三个儿女的9篇文章。据他介绍，三个孩子如今均在大学读书，自幼接触传统戏曲、古诗词和中医药，引导孩子在家庭和乡村里观察自然和社会。“我们小时候的家庭和村子，就是孩子最好的礼乐文明的熏陶场所。”他在《教养不惑》一书中写道。

自小生活在城市里的孩子，如何亲近农村，走近自然？对此，薛仁明表示，重要的不是寻找山清水秀的风景，而是让孩子去见“通情达理的风景”。在他看来，带孩子去名胜古迹旅游，对性情的陶冶可能没有人们想象中有帮助，最大的世面，是去见中国礼乐文明下的人与事。

论及孩子的阅读问题，薛仁明则指出，阅读的本质是惯性驱动，而不是循序渐近。他倡导家长应该培养孩子深阅读、读文字书籍的习惯，不要过分依赖绘本。

他以亲身教养子女的经历为证，引导子女研读经典名著、观赏京剧《四郎探母》《平贵别窑》等传统剧目，使孩子们在文学与戏曲的熏陶中，与书中人物及戏剧角色产生情感共鸣。“戏曲教化我们如何保持平常心，做个光明喜气的中国人。”他说。

向北四千里： 到北京环球度假区来一场 “老广”的情绪迁徙

文 / 刘星彤 图 / 受访者提供

在放声尖叫与开怀大笑之间，广东的年轻人掌握了一种独特的情绪平衡术。

广州的程序员小陈和同事踏入“鬼屋”，在一场精心编排的“失控”中尽情尖叫。走出“鬼屋”，秋日阳光迎面洒落，他们对视放声大笑，仿佛刚刚完成了一场只有彼此知晓的冒险。

“把积压的代码和KPI一口气喊出来，整个人都轻松了，回去又能专注‘肝’上三个月。”小陈笑着说。

从广府早茶“一盅两件”的悠然闲适，到海岛度假的精致格调，再到如今升级为一场追寻深度情绪与文化共鸣的自觉之旅——“会玩”这个属于“老广”的地域标签，正被赋予全新内涵。

而凭借对情绪的精准洞察与对身份认同的巧妙构建，北京环球度假区正成为这场追寻的标志性目的地，引发一场跨越四千里的季节性迁徙。

会玩的老广：从“去过哪里”到“成为谁”

旅游消费的变迁，在数据中清晰可见。当沉浸式体验热度不断攀升，情绪价值已成为主题公园吸引与留住游客的核心竞争力。

正如中国旅游研究院院长戴斌所说：消费者越来越重视消费过程中的体验、文化价值和情感连接。《中国购物旅游发展报告》显示，近四成游客购物是为了“旅行留念”，“情感记忆”正成为驱动旅游消费的深层动力。

这一趋势在广东游客中尤为明显。他们正从物质享受转向精神满足，不再只问“去过哪”，更在乎“感受到什么”“成为了谁”。一位资深旅行社从业者如是说。

对务实的“老广”而言，情绪消费绝非简单的释放，而是一种高效、安全、能为现实生活正向赋能的“情绪代偿”。

“举起魔杖念出咒语的那一刻，那种‘身份转换’带来的释放感，是普通度假无法给予的。”深圳的90后年卡游客王磊已数不清几次披上巫师袍走进哈利·波特的魔法世界。每年他都会抽空重返这个最爱的地方，“一定会带上魔杖，哪怕只是在橱窗挥动两下，晒晒太阳。”

最令王磊难忘的，是与同事一同体验霸天虎过山车的极速俯冲，随后与擎天柱合影的瞬间：“四周仿佛形成一个强大的‘共鸣场’，那些‘活’过来的IP唤醒了我们共同的往日记忆，原本关系普通的同事成了共享情感记忆的伙伴。”在他看来，这正是旅游消费最珍贵的“附加值”。

在广州带领90后团队创业的互联网公司负责人何亮深有同感。去年他



北京环球度假区霸天虎过山车



全球独有的功夫熊猫盖世之地景区

组织员工前往北京环球度假区团建：“三天的行程，效果远超以往的海岛游或温泉度假。大家一起尖叫、欢呼、打卡，回到广州后，团队间的沟通壁垒明显消融了。”

何亮认为，“老广”文化注重人情味与社群联结，主题公园的体验恰如高效的社交催化剂——通过共享强烈体验，形成牢固的“集体记忆”，快速增强凝聚力。

“在这里，我可以暂时关闭手机，抛却所有疲惫与冗余信息，完全沉浸于霍格沃茨的魔法或小黄人的萌趣中，就像为大脑运行了‘一键清空缓存’，归来时已是‘满格电量’。”28岁的广告策划经理KK感言，对每日追逐KPI的湾区打工而言，北京环球度假区提供了一个完美的“现实暂停键”。



到北京环球度假区开心度假

身份认同构建：在故事中遇见自己

为何“老广”愿将千里之外的主题公园，内化为个人与家庭生活的一部分？

1、文化认同：在亲切与骄傲中找到归属

身处中西文化交汇前沿，广东人既有深厚的传统文化底蕴，又具备开阔的国际视野，对文化表达既挑剔又包容。北京环球度假区在保持国际化IP原汁原味的同时，进行了恰到好处的在地探索，恰好契合了这一特质。全球独有的“功夫熊猫盖世之地”景区，成为文化认同的生动注脚。一位来自佛山的母亲分享：“我的孩子说他在哪里会觉得自己就是神龙大侠。看到阿宝这样一个源自中国文化的角色在世界级的舞台上鲜活呈现，那种文化自豪感是任何说教都无法替代的。”

文旅专家认为，这一“中国内核，国际表达”的模式，为游客提供了既新奇又熟悉的体验，更增强了文化自信与认同感。而在今年秋季的“惊彩”环球主题活动中，灵感源自《聊斋志异·画皮》的惊吓空间“画皮幽宅”，更让中国古典的奇幻故事，与主题公园的沉浸式体验碰撞出惊艳火花。

来自惠州的历史爱好者梁先生评价：“这样的场景极为难得，可以看作是国际主题公园对于东方志怪故事进行解读后，进行的创造性文化转化。

这种文化上的尊重与理解，会让游客备感亲切与共鸣。”

2、长期价值：高频重游背后的情感投资智慧

务实的“老广”向来看重长期价值。不少湾区家庭不远千里购买北京环球度假区的年卡，视其为一项理性的“家庭情感投资”。

深圳工程师陈先生表示：“我们每年至少来三四次——春天参加狂欢派对，夏天蹦‘水迪’，秋天体验‘惊彩’环球，冬天感受节日氛围，每次都有新发现。每次归来，全家状态都像被刷新了一次。”他与爱人达成共识：将这笔开销视为“情绪维护费”与“成长教育基金”。

曾有数据显示，广东游客选择北京环球度假区“两日票”“多日票”“门票+酒店套票”等深度体验产品的比例，明显高于全国平均水平；“与家人同游”则是“老广”造访北京环球度假区最热衷的方式。

3、社群归属：在精神家园中找到“同频”伙伴

大湾区作为移民热土，“老广”对“家”的概念有着超越地理的开放。在广阔世界中找到拥有共同文化密码的“同好”，一直是他们津津乐道的事。“和你一起在奥利凡德魔杖店挑选魔杖、在城堡前观看灯光庆典的陌

生人，可能下一秒就因为一个咒语或一个角色梗相视而笑，甚至成为现实中的好友。”来自珠海的资深“哈迷”浩宇，已连续两年身穿斯莱特林学院的巫师袍参加“重返霍格沃茨”活动。

对他而言，手持魔杖参与这场“巫师归家”的盛会，有种投身全球化社群的归属感。“这种基于共同热爱产生的瞬间亲密，源自‘同好’之间的魔法，是当下快节奏生活中的年轻人极度缺乏和渴望的深层社交连接。我愿将这里称之为全球‘哈迷’的线下精神家园。”

【结语】

对见多识“广”的“老广”而言，往北四千里，早已超越单纯的地理位置与娱乐消费，而是一场结合理性与情感的定期“大迁徙”，不断为生活注入文化共鸣、情绪共振和精神同频。

而对于北京环球度假区而言，成功之处或许在于成为优秀的旅游目的地之外，也生长为一个与游客情绪需求及人生轨迹同步演进的“生命体”。人们从这里带回来的，不只是一段快乐记忆，或九宫格朋友圈，更是一种被刷新后的生活姿态——在高效务实的人生节奏中，为自我开辟一片意义非凡的“情绪新大陆”。