

探访“10后”乞巧小传人黄奕铮：

马面裙少年的“丝袜花”

文/图 羊城晚报记者 周欣怡 实习生 王申昊



黄奕铮正在制作丝袜花



2025年，黄奕铮与潘剑明合作完成的作品《一河两岸》

七夕之际，珠村宗祠供案上摆放的乞巧工艺品

当英歌小女孩火遍全网，醒狮小女孩也萌出了圈……越来越多非遗小传人正以他们年轻可爱的形象闪耀屏幕，在传统与现代之间搭建起新的桥梁。

日前，在探访广州珠村乞巧活动时，羊城晚报记者遇到了一名非遗小传承人——13岁的黄奕铮，他从小浸润在乞巧文化的氛围中，跟着妈妈逛祠堂、听故事，并在“天河乞巧习俗”市级代表性传承人潘剑明的启蒙下，一步步从好奇的旁观者，成长为动手创作的“乞巧”小传承人。

他不仅修炼出精湛的手工艺，更有各种新奇又超乎年龄的思考。他的指尖，既有千年乞巧的温柔，也闪烁着面向未来的光芒——

乞巧文化吸引巧手少年

广州珠村被称为“乞巧文化之乡”，每年七夕前后，这座城中村便迎来最热闹的时刻。潘氏宗祠内外张灯结彩，宗祠正殿明德堂前的供案上陈列着琳琅满目的乞巧工艺品。这些工艺品有鹊桥相会的场景搭建，也有七夕公仔、珠片制成的瓜果、斋塔（用五谷粘砌而成的模型塔）、手作花卉等精巧物件，种类繁多、工艺精巧。周边群众和外地游客纷纷慕名而至，有的虔诚祭拜，有的观赏打卡。

在潘氏宗祠旁的乞巧文化博物馆的公共活动区内，羊城晚报记者见到了正低头专注制作的黄奕铮。他身着

藏青色马面裙，铁丝与彩色丝袜在他的指尖灵活地上下翻飞，一片片花瓣渐次成形，一朵精巧的“丝袜玫瑰花”一会儿就做好了。

黄奕铮今年13岁，在清华附中湾区学校读初二。从小学开始，他每年都会跟着妈妈来到珠村祈福，沉浸于浓郁的乞巧氛围中。

“天河乞巧习俗”市级代表性传承人潘剑明常常热心地给他讲述乞巧的传统传说和珠村巧姐的故事。珠村那些年过半百还坚持亲手制作乞巧工艺品的巧手、巧心的形象，悄然在这名少年心中埋下了非遗传承的种子。

“难的不是技巧，而是耐心”

2022年，黄奕铮正式开始跟随村中老一辈手艺人学习乞巧工艺，并完成了他的第一件作品《蝶恋花》。

回忆起刚入门的情景，黄奕铮表示：“乞巧最难的并不是技巧，而是坚持下去的耐心、决心。”他说当时启蒙老师潘慧君一直坐在他身旁，一步一步示范，及时指出他的偏差。“很多细节需要反复调整，要花费不少功夫。但只要静下心来去做，其实谁都可以完成。”

很多人都好奇“男孩为何会对手工艺感兴趣”，经常被问及这个问题的黄奕铮打趣道：“这都什么年代了！古代社会才是男耕女织，现在男女都一样。”

在采访现场，记者还见到了黄奕铮的妈妈简玲。她身着新中式连衣裙，佩戴的螺钿胸针正是出自黄奕铮之手。她介绍，这件“马卡龙”配色的胸针就是黄奕铮独立搭配出来的。

“长期接触手工艺对他的审美有很大提升。”简玲欣慰地说，“让孩子接触非遗不一定在于未来要从业，更重要的是耐心的培养、对传统文化的关注。”这种潜移默化的影响，已经渗透到黄奕铮的学习和生活中，他学会了与“繁琐”共处。“通过学习乞巧手工艺，我后来在学校遇到复杂的科目和难题，也能静下心来学习了。”黄奕铮说。

拿创意园做实验，用儿童戏剧缓解家长焦虑，把电子游戏搬进博物馆

文旅主理人，当热爱变成事业……

羊城晚报记者 黎存根

去年，“主理人”一词从80亿的字符中脱颖而出，成为“新华网年度十大网络用语”；小红书关键词浏览量达1.8亿；广东文旅兴趣营发布的《“主理人经济”青年洞察报告》显示，在近一年的百度区域搜索热度上，广东“主理人”位列全国第一。

“主理人”是指将个人特质与品牌深度绑定的创业者。以独特个性、小众审美和强烈的人格化为特征的“主理人经济”，吸引着新一代消费者，甚至重塑着商业逻辑与消费体验。日前，在广州白鹅潭大湾区艺术中心举行的2025广东文化和旅游产业招商暨投融资对接会“主理人经济”专场，多位文旅“主理人”现场分享了在“根植热爱”的“小而美”赛道上如何走得更远的故事。

要好玩的事，做属于自己的“实验室”

她从外资银行主管变成创意产业园主理人——在外人看来，广州创智未来运营管理有限公司总经理、VLAB型方181创意产业园主理人郑子斐的职业跨度似乎有点大。

但她“主理”的广州市白云区沙太南路的VLAB型方181创意园，仅仅凭一个旋转楼梯的巧妙设计，居然已办过演唱会、戏剧演出，还获得过“上海金外滩年度大奖及低碳设计金奖”。创意园也因此成为一道风景线，成为社交平台上的网红打卡点，被誉为近年来拯救“城市负空间”、让旧地盘焕发新活力的鲜明案例。

郑子斐的英文名叫Vivian，她的园区则叫VLAB，有人问VLAB是不是“Vivian的lab（实验室）”？她总是大方地回答：“某种程度上，是的。”她说，园区就像一个大的孵化器，里面有很多不同的创业者，以及一些新型商业在进行自己的创新与尝试。她希望去

寻找一些有共同特质活力、多元文化、有愿景的人，一起根据共同的价值观来营造一个有氛围的创业基地。

郑子斐如今不只是VLAB创智未来园区运营品牌创始人，她还是多个餐饮品牌和艺术项目以及新零售品牌联合创始人。“我喜欢跨界，喜欢尝试新的事情，现在更是喜欢跟很多不同的‘主理人’合作共创。”她通过引进和共创艺术文化、社区创新、生活美学、体育娱乐等业态，破解了“许多商业体依赖连锁品牌和标准化运营，缺乏独特性和内容深度，难以吸引年轻消费群体和优质租户”难题，与大家一起盘活了这片超过8万平方米的创意园空间。

当然，理想的实现过程并不简单。郑子斐认为，主理人经济在提升空间存量价值方面有着突出优势，主理人品牌自带内容属性和忠实社群，通过策展、沙龙、快闪等各类内容持续创造话题，减少了对自然流量的依赖。主理人应对空间有极高的审美和个性化改造能力，能将空间转化为具有文化质感的体验场所，形成“打卡-消费-社群”的闭环。同时，园区主理人之间也会有频繁跨界合作，比如“餐饮+市集+展览”。“我们还会协助主理人落地原创IP活动，共同形成互补共赢的生态，增强园区整体吸引力。”

郑子斐认为，一个城市只有主理人商业发展得起来，这里的文旅业才会有更多的创新和更多的机遇。“希望更多的主理人进入园区，一起共创，一起做好玩的事情。”

在“小而美”的赛道上，实现自己的社会价值

广州吾悦文化艺术发展有限公司运营总监、吾悦儿童戏剧主理人之一张健芬，中文系毕业之后，做了7年公益项目。但是“理想很丰富，现实很骨

感”，她说：“我发现没有办法依靠自己的能力，把它（公益）变成自己的事业。”因此，她做了另外一个选择，“延续艺术的发展方向，加入吾悦儿童戏剧，和同样社会价值驱动非常强的团队一起，在一个‘小而美’的赛道上，做自己的耕耘，实现价值”。

张健芬和团队率先关注到一个社会现象——80/90后家长普遍有“我们的孩子怎么了”的焦虑，他们希望孩子的成长不用那么“累”。通过调研实践，团队发现，在中国，儿童戏剧市场有非常大的潜力。“在我们身边，越来越多家长愿意为孩子寻找优质的内容与体验，让他们的孩子长成不一样的样子，这恰恰为艺术和戏剧提供了知行合一的市场空间。”在过去几年里，儿童戏剧或者儿童剧场演出市场增长规模相当可观，数据增长非常快。但他们也发现，中国本土原创儿童戏剧供给严重不足，内容过度灌输的教育方式也导致了戏剧创作不了解孩子真实需求的困境。

“从2017年开始，我们每年都在做自己的原创剧目，一年有100多场演出，这个数量可能并不多，但对我们这个小团队来讲已经非常理想了。”因此，在目前仍没有盈利的情况下，张健芬与她的团队仍满怀希望。“我希望有更多的团队可以了解我们，让我们的原创剧目可以去到更多的地方，让更多的小朋友和家长看到。”

让大家看到游戏的“正向”，搭建互动桥梁

广州有一个叫“万物破元电子游戏博物馆”的地方，馆长梁铁欣的自我介绍很特别：“大家好，我的网名叫拼命玩三郎，从小就喜欢玩游戏。”

万物破元电子游戏博物馆是全国第一家集展出、体验和活动于一身的综

合电子游戏博物馆，也目前华南地区唯一的综合电子游戏博物馆。作为主理人，梁铁欣和搭档聂俊都是电子游戏行业的KOL(Key Opinion Leader，营销学概念，意为“关键意见领袖”)，行内很多中小型开发者都知道他们，梁铁欣的“游戏年龄”已经超过40年。

梁铁欣说，他做这个博物馆的初衷很简单，就是接待网友。“全国各地的朋友经常不预约就直接跑到公司来找我们，搞得我们非常尴尬。他们很多是粉丝，我们不接待不好，但接待也没有时间、没有地方。”因此，他们尝试做了一个“档案馆+咖啡店”。这正是如今这家博物馆的雏形。

简单的“档案馆+咖啡店”显然不是梁铁欣最希望的形态，打游戏几十年来，他听到过不少人的负面评价，他说：“我们不服气，需要有一个地方能让大家看到游戏正向的那一面！”于是，档案馆慢慢变成了博物馆——从2021年开始，他们的馆藏包括各种的游戏机、游戏以及游戏周边，还有书籍，已超过6000件。在这里，游戏成为打破任何领域间“次元壁”的媒介，向大众展示了电子游戏文化的多样性。

“广州是一个游戏文化非常深厚的城市，几乎可以说广州是中国电子游戏文化的发源地之一，这里有着广阔的空间。”梁铁欣解释道，“表面上我们是一家游戏博物馆，其实我们是一家活动公司。通过创新的活动体验，我们可以高效地连接到包括游戏玩家、研发商、发行商，形成一个互动桥梁。玩家可以自己带上设备，带上游戏内容，来我们的活动里面展示。”

目前，这家另类的博物馆已经实现了盈利。梁铁欣说，他的终极目标是希望在10年之后能做一个游戏主题的养老院。他美好地憧憬着：“那时中国内地第一批的游戏玩家已经是退休年龄，可以在这个养老院里打游戏，自己玩玩cosplay……”

爱乐高也爱非遗，兴趣是原生态的

黄奕铮并不只是埋首制作，他对乞巧文化的传承传播也有自己的思考。

“像乞巧这样的传统文化已经传承了上千年，要如何吸引我们这样的‘10后’呢？我觉得关键在于它是否足够让我们感兴趣。比如让我做航空模型，那我‘一百个愿意’。”说到这里，他眼睛一亮，流露出少年活泼的一面。他告诉记者，自己从小就是乐高迷，爱拼积木，或许正是这些经历，培养了他的动手能力和空间思维能力。

“不过机械模型需要太多零件，真正让它动起来也很难，我之前就失败过。作为乞巧作品来说，也不太现实。”但他依然想让传统文化被更多人看见，并积极想办法。今年，他尝试将乞巧与科技结合，并在乞巧节前

与师傅潘剑明一起，完成了一件创新之作《一河两岸》。

这件作品将3D打印技术融入乞巧工艺，选用新型环保材料制作出海心桥、广州塔、牛郎织女形象、十五运吉祥物及广州龙舟等一系列组件，再将它们巧妙组合，形成了一幅生动的珠江江景图。它承载着这名“10后”的匠心坚守，更寄托着他让传统焕发现代活力的初心。

潘剑明对此有感而发：“我们传承乞巧，既坚守传统，也拥抱现代。将古老七夕文化以当代方式重新演绎，正是当今孩子们的使命。我们这代人爱上了乞巧、龙舟、舞狮、舞龙，都源自从小根植于心的文化种子，这些兴趣的产生都是自发的、原生态的，将来更能转换为传承的动力。”

“有中国标识，才会真正被世界看见”

对于当下的“非遗热”现象，黄奕铮更有着超乎年龄的敏锐观察。

“如今国家大力推广非遗，效果很好，但我们要避免让文化内核变‘浅’。”他直言不讳地举例道，“珠村村民已经熟知乞巧文化，经过宣传后，外界可能只会记住乞巧这一习俗的表面形式。”

他尤其关注传播渠道的局限。位于珠村内部的乞巧文化博物馆，被施工区和居委会围住，“藏得太深了，谁会想到进入城中村重重转弯后，还有一个博物馆？”对此他提出设想，应该在更靠近马路的乞巧广场设置分馆，让遛弯的老人，玩耍的孩子不经意间就会与乞巧传统相遇。

在他看来，传播不能仅仅依赖传统

方式。“老一辈有其传统的传播方式，但要让文化真正深入人心，还需借助年轻人熟悉的渠道，那就是互联网。”他期待在抖音、B站看到更多轻松有趣的乞巧相关的视频。

但黄奕铮也明白传播只是手段，面对日新月异科技发展，文化传承才是目的，他坚信文化是一个民族不可替代的“身份证明”。“中国是四大文明古国之一，我们的文化传承从未间断，是区别于其他国家的特色。如果一味追求革新而丢了传统，没了自己的特点，终究只是普通的存在。”他举例，就像机器人，带有中国特色才更让人眼前一亮。

他坚定地说：“中国崛起后，更要有中国标识，才会真正被世界看见。”

第三届“亦雅·中国现代水印版画作品展”开展

雕版之“刀”遇上水墨之“韵”

文/羊城晚报记者 李娇娇 图/主办方提供

9月16日，第三届“亦雅·中国现代水印版画作品展”在广州市青年文化宫开展。

展览展出来自全国22个省份69个市区的82件作品，其中包含10件获奖作品。

水印版画是中国版画艺术体系中极具文化辨识度的重要门类。在数字图像主导视觉生产、快餐式审美盛行的当下，水印版画坚守“纤维吸水、时间留墨痕”的创作方式，这种对材料特性的尊重、对创作过程的敬畏显得尤为珍贵。

此次展览不仅是对前两届“亦雅”品牌学术脉络的延续，更以多元创作实践，呈现水印版画这一古老技艺在当代艺术语境下的鲜活生命力。

从创作语言来看，参展作品呈现出两类风格：一类作品聚焦水印版画的“技艺本体”，以精细的刻工、层次丰富的晕染，强化其“形式美”与“视觉张力”，展现这一技艺在细节表达上的独特优势；另一类作品则突破“技艺展示”的局限，将个人情感、文化思考融

入创作，通过符号化、叙事性的表达，赋予水印版画“思想深度”与“文化隐喻”，实现从“技艺载体”到“观念媒介”的跨越。

水印木刻自诞生之初，便以“纸水相融、刀韵共生”的独特语言，成为中国传统文化的重要视觉载体。它发轫于民间实用美术，后在文人书斋中完成审美升华，雕版的“刻”与水墨的“晕”形成辩证统一，既记录山河岁月的自然之美，也承载人间悲欢的情感温度，堪称一部“以版为媒”的流动文化史。

本次展览入选作品具有广泛的地域分布，深度融入地域文化基因。北方创作者的作品常带雄浑厚重之气，南方创作者则偏爱清雅灵动之韵。不同地域的民俗符号、自然景观、文化记忆通过水印语言得以呈现，构建起“地域文化与水印艺术”的关联研究样本。

据悉，展览期间还将同步举办小型学术研讨活动，进一步推动水印版画领域的学术交流与思想碰撞。展览持续至10月17日。



季赞《国粹·京韵》



马加庭《刀杆闹时》