黄永玉新作展在广东美术馆展出

他的一生“如此漫长，如此浓郁”

文/羊城晚报记者 梁善茵 朱绍杰 图/主办方提供

12月9日，“如此漫长，如此浓郁——黄永玉新作展”在广东美术馆白鹅潭馆区展出。

展览由广东美术馆和北京画院联合主办，集中呈现黄永玉九十岁后创作的近150件新作，将展至2026年3月15日。

这批作品题材包罗万象，笔墨恣肆挥洒，原本是黄永玉生前便在谋划筹办的“百岁画展”的作品，要向观众呈现“与以往不同的绘画面貌”——

“广东女婿”最爱以文衬画，以画缀文

吴洪亮在展览现场讲解黄永玉作品《李时珍先生随想》

《小夜曲》里互相依偎着柔声歌唱的男女、笑得腮帮子鼓起的《胜利兔》、30多个细圈的铁锚打向鲨鱼的《春潮》……走进色彩浓郁的展厅，三大板块以其作品题跋为线索层层展开，无论是笔下的寓言动物，还是生活琐细，皆被赋予鲜活的生命与哲思。既有“开口笑”的诙谐生肖画，也有生机勃发的水仙、玉簪花、荷花等“花花世界”，与暖冬下的花城相呼应。

一进展厅便能看到的作品《小夜曲》描绘了一对相互依偎着的青年男女在藤蔓下共读乐谱的情景。黄永玉的女儿黄黑妮告诉记者，该幅画创作于黄永玉生命的最后一个月，因不满意反复画了三张。画中的乐谱根据真实五线谱而摹画。“这是父亲当年认识母亲时唱的歌曲，歌词是法国文豪雨果的诗。他在病中还会播放这首曲子，边听边画。”

黄永玉的妻子张梅溪是广东人，因此黄老是“广东女婿”，他在广州和香港生活过很长一段时间，学会了地道的粤语。黄黑妮说，父母相恋于羊城，年轻时经常带她去广州看花市。“他回到广州跟亲戚朋友讲，粤语很有气氛，处处都很热闹。”此次展出的作品《去年元月时》描绘的正是新会春节鱼灯如昼的场景。

父母相处的温暖点滴，让黄黑妮想起那个尽管有些佝偻，直至晚年仍伏案作画的背影。黄黑妮说，90岁后的黄永玉依然对身边的一切保持着好奇心与新鲜感。

他对生活中的新事物细心观察，敏锐捕捉，家里随处摆放的鞋子、书籍、可乐，新种植的宝莲灯和水仙花，乃至于朋友送来的龙虾，都被他即兴入画。

“想到好的题材和角度后，父亲几个小时就能完成一幅画。他把题跋的文字内容想好了，才会动画笔。”黄黑妮指出，为寻找文艺互通的最佳表达方式，黄永玉经常“重画”，带有“黄氏幽默”的金句要配着画看才过瘾，只看画而忽略题跋则有如画龙未点睛，少了许多乐趣。

黄黑妮回忆，这种以文衬画叙事风格的形成，与黄永玉毕生阅读的习惯有关。中外古今书籍，只要有兴趣，他都会认真阅读，并根据自身理解在绘画创作中发挥。黄永玉画集中有关《庄子》的作品，是其九十五六岁时所作，可见他晚年仍在孜孜不倦地读书。

黄永玉《小夜曲》纸本设色 2023年

（左上）黄永玉《相思一张，闲愁万端》纸本设色 2018年

（左下）黄永玉《去年元月时》纸本设色 2017年

与岭南艺坛的情愫炽热且深厚

黄永玉以率真坦荡的性情与横跨国画、版画、文学等诸多领域的创作视野著称于世，曾言“画家想怎么画，就怎么画”，不受学院教条或传统窠臼束缚，亦不迎合流俗。其笔墨随情感而动，以简驭繁，在看似随意的笔触中投射内心本真。

黄永玉与广东渊源颇深。他与广东美术界一直保持着密切的联系，早年作为同时代的版画先锋，他与广东木刻家黄新波在艺术探索上相互激励，共同推动了新兴木刻运动的发展。黄永玉曾评价广东美术界同仁“有很多精彩的艺术见解”，并认为广东美术家接触外界较多，思想更为开通。广东美术馆馆长王绍强表示，黄永玉与岭南艺坛惺惺相惜，他与广东的联结已超越地域，升华为一种文化共鸣。

据王绍强介绍，广东美术馆藏有黄永玉先生创作的十余件艺术精品，其中《羊城忆往》《红棉谣》《南国春深》等代表性力作，不仅长年亮相馆内各类展览，成为观众耳熟能详的经典展品，更凝结着先生对羊城的深厚眷恋与炽热情愫。

值得一提的是，1999年，黄永玉亲赴广州筹备跨年大展《黄永玉跨世纪艺术展》，在广东美术馆二沙岛馆区展出。

“驻地二沙岛的11天，先生为展览创作出13件雕塑，其中包括陈列在其居所‘万荷堂’里的《自塑像》，先生的艺术热忱令人感佩。”王绍强说，26年光阴流转，此次黄永玉的作品重回广东美术馆，更增添新作，为观众呈现自由、幽默、浓郁的艺术世界。

“不服老”，艺术生命跨越世纪

“黄先生给我们留下的各种作品，数量众多，一生几乎将所有的精力和时间，都用在了创作上。”画册《永玉100》的前言中写道，黄永玉90岁后到去世前所作的多幅白描人物、花卉作品中，那些由细密线条缠绕而成的复杂构图，很难让人相信是位近百岁老人的手笔。

黄永玉在创作中不断对自己提出挑战。在早年的版画作品《春潮》中，打向鲨鱼的铁锚本是一条抛物线就可以勾画的，他却一刀刀地刻下30多圈细线，以呈现力与美的结合。

而在本次展出的白描作品《李时珍先生随想》里，70多种植物、昆虫、药材的铺叠在主体人物李时珍周围，画面被细若游丝的线条布满，繁而不乱，极具视觉冲击力。人物长袍上还写有800多个正楷小字的长题，字体工整严谨，可见黄永玉“不服老”的挑战精神。

“展览主题‘如此漫长，如此浓郁’，出自黄永玉在1979年12月写下的文章《太阳下的风景——沈从文与我》。在文中，这八个字之后，还写有六个字‘那么色彩斑斓’。”展览总策划、北京画院院长吴洪亮表示，这句话似乎是在说黄永玉自己，跨越一个世纪的生命，浓郁而色彩斑斓。

“我的半辈子是一刀一刀地铲，一笔一笔在画，后来，一个字一个字在写。”展厅里贴有黄永玉曾说过的一句话。正如他的自白，此次展览不仅是对黄永玉艺术生涯的深情回望，也是一位百岁老人对青春的回忆，以及对人生的感悟。

“消失的名菜”创新升级，广东文旅融合有新招

“文化溯源+美食复刻”为粤游猛圈粉

文/图 羊城晚报记者 黎存根
实习生 杨宇明

上午，在“五岭以南第一楼”广州博物馆（镇海楼）里，听专家娓娓道来的讲解穿越百年，探寻广府饮食文化的源流与变迁；中午，一起移步至承载无数广府人集体记忆的中国大酒店，品尝一席依据珍贵民国老菜谱精心复刻的午宴，在舌尖与历史的对话中，重温岁月深处的温情记忆。

12月10日，一场名为“寻味旧时光·重拾老味道”的沉浸式文化寻味之旅，标志着“消失的名菜”IP五周年的全新升级，也开创了广东“文博+餐饮+银发旅游”的文旅融合新范式。

在广东，“美食+文旅”的融合早已不是新鲜事。在流量至上的旅游市场中，当游客不再满足于“打卡式”观光，转而追求有温度、有深度的文化体验时，广东美食主题文旅体验恰好踩准这一需求痛点，将味觉体验与文化记忆深度绑定，从“网红”变“长红”。

跨界实验五年，“美食考古”获市场认可

2020年，由广州博物馆与中国大酒店联合启动的文旅融合创新品牌“消失的名菜”，就像一场“跨界实验”，最初的目标很简单：活化饮食文化遗产。依托广州博物馆馆藏民国老菜单、菜谱等文物资源，联合餐饮团队进行菜品复原研发，堪称“美食考古”。

自首季推出以来，“消失的名菜”以“复原一道道消失的名菜，唤醒一段段城市记忆”为使命，累计推出了超过70道令人回味无穷的上世纪早期佳肴。五年间活动足迹横跨粤港澳大湾区，并通过海外文化交流活动将之推向世界，成为致力于挖掘并重现百年前广州经典菜肴的文化使者。这个IP已从一个简单的菜品复原项目，成长为涵盖书籍出版、文创衍生、国际展览的综合性文化品牌。广州博物馆相关研究人员李明晖介绍，五年来，“消失的名菜”直接经济收益达1200万元，间接的经济收益有600万元，一个由博物馆策划、活化的项目得到了市场的认可。

依托“消失的名菜”IP，这场由旅行机构广州森旅行打造的“寻味旧时光·重拾老味道”活动，看起来像一场精心策划的“复古大片”。它不是简单的“博物馆参观+吃饭”套餐，而是一次有完整叙事逻辑的沉浸式文化体验：明代青花缠枝莲纹碗同步关联广府早茶“一盅两件”的餐具演变；清代广彩花鸟纹盘顺势引出“和顺锦盒”中点心的摆盘美学，让文物从玻璃柜中“走出来”，成为可味觉感知的文化符号。

65岁的退休教师陈阿姨在品尝“消失的名菜”后动情地说：“这就是我小时候跟着外婆去‘大茶楼’吃的味道，几十年没尝过了，一口就把我拉回了童年。”森旅行认为，这种“文化溯源+美食复刻”的深度体验模式，正在旅游市场中凭借文化内涵与情感链接实现“品质突围”，一启动召集就吸引了30多位会员报名，今后产品还会继续销售成团。

游客品味『消失的名菜』

美食+文旅，不是新鲜事却是新引擎

最近几年，广东美食主题文旅彻底“支棱”起来了！从广州的“民国名菜复刻”到顺德的“花园美食节”，从潮州的“非遗小吃暴走路线”到中山的“养生食宴”……以吃为核心的文旅产品大火特火。在广东省文化和旅游厅提供的数据中，2024年广东接待游客飙破8.7亿人次，旅游总收入超1.1万亿元，美食相关消费占比也是连年看涨。

曾经的“食在广东”只是句口碑俗语，现在直接变身为拉动文旅经济的“流量引擎”。

广东美食文旅产品在市场上能一路开挂，离不开政策和市场的双重增益。国家层面，国务院办公厅今年印发了《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，广东立刻跟上，出台《广东省促进服务消费高质量发展若干措施》。现在，不仅有“广东美食地图”，还有四季美食旅游精品线路和“跟着美食去旅行”十二条主题线路。同时，广州“银发经济十条”、顺德“新时代人文经济学”等地方政策也接连上线，给企业创新托底。

市场需求的升级则成为产业发展的内生动力。在流量至上的旅游市场中，游客不再满足于“打卡式”观光，转而追求有温度、有深度的文化体验。广东美食文旅恰好踩准这一需求痛点，将味觉体验与文化记忆深度绑定，成为这场融合浪潮的最佳见证。

仅在佛山市顺德陈村，这个有着“千年花乡”美誉的地方，连续三年举办的粤港澳大湾区（顺德）美食文化周已经成为现象级文旅产品。今年，在公布招商信息后，美食摊位瞬间被报满。陈村的做法是打破“景点壁垒”与“城乡界限”，创新推出“花卉+美食+非遗”的融合模式，将花卉世界、周边花场、村居市集、展馆空间串联成“全域文旅网络”：醒狮表演与顺德烧鹅相映成趣，动漫市集与非遗点心同台亮相，实现了“全龄友好”的消费场景构建。

用本地美食留住外来客

现在的广东美食文旅，不再是单点“爆火”，还走上组团“上分”的轨道。但如何让“食在广东”的流量真正沉淀为文旅留量，值得深思。

森旅行相关负责人告诉记者，他们计划持续携手更多文博机构与老字号，深入挖掘大湾区乃至全国的饮食文化遗产，推出一系列深度产品。紧随其后的三大主题线路：春日“流溪河畔寻味游”，让长者漫步从化万亩李花海，在碧波边品鉴本土名宴；夏季“清晖园园林美食游”，深度体验佛山顺德古典园林艺术，在伦教678文化街回味旧时光，品尝非遗名菜纸包鸡；秋季“中山沙溪养生游”，在金钟湖天然氧吧健行后，尽享沙溪十大经典名菜盛宴。旨在逐步构建一张独特的、“可品味”的广府文化核心区城市文化味觉地图。

针对“美食+”的诱惑，广东各大旅行机构都在美食文旅赛道上各显神通。聚焦“美食+微度假”，江门新会打造出人气爆棚的“新会陈皮文化寻味之旅”，游客不仅能在新宝堂生物科技公司参观陈皮发酵车间、试喝陈皮百香果气泡水，还能亲手制作陈皮月饼。潮州更是凭着“世界美食之都”的头衔，把牛肉火锅、腐乳饼等非遗手艺都融进古城游，游客在韩江边涮肉的同时，也把潮汕文化拿捏了。

在资深旅游产品研发专家曾义看来，“消失的名菜”IP的五年成长，恰恰印证了广东美食主题文旅产品与文博活化“双向奔赴”的新逻辑——文博不再是自说自话的场馆，美食也不是孤立的味觉产品，二者以“文化共通、体验互补”实现价值倍增。这种融合早已突破“文博借美食引流”的浅层模式，形成“文博出内容、美食做载体、旅游搭桥梁”的闭环，“成为市场的亮点和增长点”。

以旅行做载体，从“打卡尝鲜”到“复游消费”，广东能走出一条以美食为锚点的留客之路，让“食在广东”的招牌越擦越亮。更多人在品尝美食的瞬间，读懂广东的烟火与温情，从“到此一游”变成“常来常往”。

地址：广州市黄埔大道中315号，邮政编码：510655 广告热线：(020)87138888 广告发布登记通知书：440100190065 订报电话：(020)87133333 全国零售价2元 新闻记者证查验、举报电话：(020)87138800。查验网址：http://press.gapp.gov.cn