

徐州“城宠”饕仔来了 专家学者解读背后的文脉传承与创新

文/本报记者 张瑾 图/本报记者 刘冰 冯耀

4月9日,徐州“城宠”饕仔IP在徐报传媒大厦正式发布。从良渚玉琮到汉画像石,从《史记》中的“贪于饮食”到苏轼笔下的《老饕赋》,这一“化腐朽为神奇”的文创项目,引发了学界的广泛关注。多位专家学者通过视频和现场演说,分别从历史学、民俗学、文学等角度,对饕仔IP的学术依据、文化内涵与产业价值进行了深度解读。

一个创意符号,撬动沉睡的文化资源
中国电影衍生生产业研究院院长、北京电影学院教授 张杰:

在文化创意理论中,我们常常探讨“符号的转译”与“意义的再生”。饕仔这个IP,正是这一理论的一次精彩实践。在表达层面,它完成了“文化符号的现代化编码”。徐州最核心的文化资产,是厚重的两汉文化与独特的彭祖养生美食哲学。但这些都是“源代码”,是典籍、是文物、是思想,与大众特别是年轻一代,存在天然的认识沟壑。饕仔所做的,就是一次精准的“文化编码”。



张杰

它将威严的、作为礼器纹样的饕餮,通过萌化、宠物化的设计,转译为当代视觉语言。更巧妙的是,它将“贪食”这一古老传说创造性转化为徐州“彭祖饮食文化”的载体。这个编码过程是一次深刻的意义重构:它让博物馆里的一个学术符号,变成了一个承载着“好吃”“会生活”“有历史”等丰富联想的情感IP。

在带动层面,它探索了“IP价值的三级产业化路径”。一个好的文化IP,绝不能止于形象。它必须能贯通产业,实现价值裂变。我对徐州“城宠”饕仔的观察是,它正试图构建一个三层结构的文旅带动模型:

第一层是内容吸引层,通过影视剧、短视频、动漫、表情包等数字内容,建立情感连接,完成线上“种草”;第二层是体验融合层,将IP植入线下空间,规划徐州“城宠”“饕仔寻味”主题游戏,在博物馆、景区开发实景猜谜游戏,在节庆打造主题市集;第三层是产业衍生层,通过授权联名,渗透到潮玩、食品、文具乃至数字藏品等消费领域,让游客将“徐州记忆”实体化、商品化地带走,形成持续的、移动的城市宣传。

从城市发展的宏大视角,饕仔IP的终极目标,是成为驱动城市“文化力”向“城市综合竞争力”转化的一个核心变量。

期待饕仔能超越旅游吉祥物的范畴,成为徐州现代化、年轻化、友好化的“人格化象征”。当人们想到饕仔,联想到的不仅是汉堡,更是有趣、有味、有活力的城市个性,这能有效更新城市品牌资产,吸引人才、投资与关注。

期待饕仔能像一个创意酵母,激发本地的设计、制造、数字内容、活动策划等一系列文创产业的活力,不仅带动文旅消费,更孵化出一个以“汉风国潮”为特色的本土创意生态,为城市经济注入新的、可持续的动能。

“城宠”饕仔的探索,其价值在于向我们展示:一座历史名城的未来发展,不仅可以建立在它的“过去”之上,更可以建立在对过去进行创造性诠释的“创意”之上。这是一场关于如何用创意激活文化遗产,用故事连接大众,用产业延续文脉的城市创新实验。它为我们理解传统文化资源的现代转化,提供一个极具参考价值的“徐州样本”。

江苏师范大学教授 王健:

突破思维定势,激活古老图腾潜在价值



王健

徐州最新推出的饕仔这个文创项目,是基于历史文化资源再创造的鲜活成果,令人耳目一新。总体上说,其文化创新之思路、方法值得赞许,是文化解释学意义上的一次突破。

我们知道,饕餮文化是源远流长的,既是历史传说,又是古代民族的图腾和护佑神,形象早就被定格了。先后有民国名家常任侠、当代海内外李学勤、李泽厚、张光直、巫鸿等人从历史、考古、文化、美学等角度解读。

饕仔IP打破了既往思维定势,依托于夏商周文化的这个古老图腾,通过从一般到特殊的再建构,将宏大叙事落实到在地文化,重塑转换为上古徐州的贪吃、好奇、驱邪、佑福的文化IP形象,可谓化腐朽为神奇,激活了古老图腾的潜在价值,有着与时俱进的意义,有很高的文化创意价值。从方法论上看,是文化继承创新,也是传统创造性转化的成功实践。

其看点,一是历史学的根据比较充分。《史记·五帝本纪》明确提到饕餮“贪于饮食”,让饕仔IP的赋予和放大就有了立足根据,逻辑上能够自洽,合乎情理。在文化功能上,打破了暴力美学的旧模式旧套路,转入生活美学新境界。此外,饕仔IP还广泛吸收了学术界关于饕餮纹饰、祥瑞文化以及饮食文化的丰富成果,基础扎实。

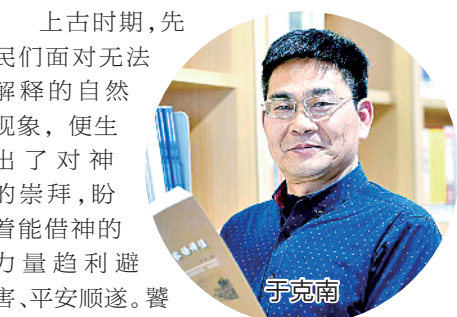
二是完成了由特指、泛化到再特指的意义更新。饕餮自古经历了由特指到泛化的历程,《左传》中有特指类记载“帝鸿氏有不才子”。后来,《吕氏春秋》载“周鼎铸饕餮,有首无身”,可见,从春秋战国以来,饕餮就泛化为一般意义上的全民族的神话图腾和守护神。这为饕仔IP再度特殊化、地方化提供了条件。

三是把握住了在地文化的接榫点。彭祖被认为是烹饪技艺、饮食文化厨祖,可以与饕餮天然联系起来,浑然天成。两汉的王陵文化也有饕餮的印记和基因,抓住图腾纹饰本身所蕴含祥瑞避邪消灾的民俗意义再解读,其意义有了创新。还有,苏轼的《老饕赋》名篇,延续了饮食文化基因,呼应了彭祖文化。

四是对于发展文创和文旅产业具有非凡价值。在各地竞相推出独具地域特色的文创之际,饕仔IP文化基因深厚、融汇古今,依据充分、寓意活泼,生活气息爆棚,具有号召力,必将脱颖而出,一跃登上网红龙门,为本地文化旅游产业创造新气象。

徐州市徐国历史研究会副会长 于克南:

延续文化印记,变守护神为“可爱的吃货”



于克南

上古时期,先民们面对无法解释的自然现象,便生出了对神的崇拜,盼着能借神的力量趋利避害、平安顺遂。饕餮,就是在这样的时代背景里诞生的,反映在装饰方面,就成了那些藏着吉祥寓意的图案。

上古传说中,伏羲是人首蛇身,炎帝是人首牛身,饕餮也有着类似的形态。《山海经》中说饕餮是人面羊身,《神异经》中说饕餮是人面牛身,最显眼的是它那一对大眼睛,仿佛能看穿世间万物。不管是哪种模样,饕餮后来都被定格为守护神,赋予了震慑邪祟、守护神圣空间的意义。

早在4000多年前的良渚文化时期,饕餮纹就已经出现。3000多年前,商代铜鼎上也有了饕餮纹,承载着先民驱邪避凶、护佑祭祀的心愿。到了汉代,饕餮纹更是广泛出现在汉画像石中。徐州出土的汉画像石中最典型的便是铺首纹饰,口含圆环,藏着古人镇宅、守护家园的期盼。

随着文明的进步、文化的繁荣,饕餮连同那些古老的信仰,一起被定格在了历史长河里。它的形象依旧粗犷,甚至带着几分令人畏惧却依然散发着独特而强大的魅力,渐渐变成了人们心中“可爱的吃货”。

苏轼一生有很多篇诗文千古流传,他的得意之作有一篇是自己以“老饕”身份写的《老饕赋》,字里行间满是对美食的热爱与对生活的热忱。在如今的生活里,也常常会用“饕餮大餐”“饕餮盛宴”来形容丰富多样、令人满足的美食。

从远古的守护神,到徐州“城宠”饕仔,饕餮文化在徐州也有了新的发展与延续。“城宠”饕仔IP形象,让传统文化焕发新生,带着乘风破浪的勇气,成为徐州鲜活的文化印记。



焕发文脉活力,融合彭祖与苏轼的智慧
徐州市苏轼文化研究会特约研究员 李六如:



李六如

北宋时期在徐州当过两年知州的苏轼,一生名号纷呈,“东坡居士”藏隐逸情怀,“铁冠道人”显狂放风骨,而“老饕”二字,最能诠释他于烟火饮食中体悟天地、洞察人生的独特美学。他仕途颠沛,辗转八州、屡遭贬谪,却将坎坷人生路,酿成了一幅纵横南北的美食地图。徐州,便是这幅美食地图中的重要节点。

宋元丰元年清明前后,苏轼在徐州写下《春菜》一诗,细数蔓菁、韭芽、荠菜、青蒿等九种时令蔬菜,秉持顺时而食的理念,践行彭祖千年养生之道。徐州的市井烟火,让他读懂食材本真滋味,懂得饮食里的温情坚守,为“老饕”人生奠定初心底色。家喻户晓的东坡肉,雏形便源自徐州抗洪后的“回赠肉”,此后岁月流转,他的美食智慧也在一路沉淀升华。

被贬黄州,生活困顿,他发掘平价猪肉的妙处,摸索出慢火少水、密封焖炖的诀窍,一篇《猪肉颂》道出“火候足时他自美”的人生真谛;流放惠州,家境清贫,他巧用无人问津的羊脊骨,浸酒撒盐、小火炙烤,将边角食材化为人间珍味,还在家书中幽默打趣,尽显苦中作乐的通透心境。晚年贬儋州,天涯海角,物资匮乏,苏轼依旧随遇而安,就地取材发现生蚝之美,独创酒煮、炭烤两种吃法,鲜美的滋味慰藉了流放岁月。他还叮嘱儿子切勿告知朝中同僚,生怕众人争相南迁、分走这份美味,把人生困顿化作舌尖欢愉与闲情雅趣。

一生漂泊,一路寻味。历经徐州高光、三地贬谪、尝遍四方风味,苏轼总能在平凡食材中发掘惊喜,于逆境之中安顿身心。最终,他在儋州写下千古名篇《老饕赋》,重塑了“老饕”的精神内核:古时饕餮贪多求饱,而苏轼赋予其全新境界——求精求真、品味品心。即便身处绝境,他亦在文字里臆想山河盛宴,嫩肉鲜香、蟹螯肥美、鲜果甜润、羔羊醇香,纵情抒怀“盖聚物之美美,以养吾之老饕”。至此,饮食彻底超越果腹之本,成为安顿心灵、超越苦难的精神修行,一代风雅苏“老饕”就此真正成型。

苏轼的“老饕”智慧凝练为四重人生境界:一是苦中作乐,以美食疗愈心境,笑对人生风雨;二是随遇而安,顺应四方水土,达成身心和谐;三是敬畏食材,应季而食、贱材巧用,珍惜自然馈赠;四是坚守清欢,摒弃奢靡浮华,守护食材本真初心。

如今,徐州打造“城宠”饕仔IP,正是为传承这份千年文脉,将彭祖养生之道与苏轼豁达通透的生活哲学相融,打造鲜活独特的城市文化符号,让千古智慧焕发时代活力,让经典文脉薪火相传、生生不息。



中国工艺美术大师、一级美术师陈毅谦: 以汉韵饕餮,塑造徐州城市新名片

本报记者 张瑾

以上古神兽饕餮为素材原型设计的徐州“城宠”饕仔IP由徐州报业传媒集团出品,深度绑定徐州城市文化。

一座古城,如何通过一个创意符号,激活沉睡的文化资源?本报记者电话采访了天津泥人张彩塑工作室一级美术师、中国工艺美术大师陈毅谦,评价饕仔IP的创意与转化。

上古神兽变身现代萌宠

记者:徐州是汉文化的发祥地和集萃地,饕餮文化元素在汉代被广泛应用。饕仔IP作为徐州文旅年轻化、IP化传播的全新载体,您认为有哪些文化契合点与优势?

陈毅谦:饕餮纹蕴含着汉代雄浑大气、祈福纳祥的精神内涵,与徐州作为汉文化发祥地的城市特质高度相符。将其打造成年轻化的IP,既能够使古老的汉文化走出博物馆,走进年轻群体,又能够凭借独一无二的地域符号打造城市文旅新名片,达成传统文化创造性转化与城市品牌年轻化传播的双赢局面。

记者:徐州出土的两汉文物中,饕餮纹被大量应用。作为工艺美术大师,您如何看待饕餮纹中聚财、纳福、镇宅的寓意?

陈毅谦:的确,徐州出土了大量两汉文物,饕餮纹广泛出现于食器、礼器、玉器饰件以及建筑构件铺首之上,这正是汉代先民精神世界的直观呈现。在汉代文化语境里,饕餮纹摆脱了早期狰狞威慑的单一功能,被赋予了强烈的吉祥与守护内涵。

饕餮凭借其威严雄健的形象镇护家宅、驱邪避灾,守护家宅的安宁;凭借其对称庄重的礼器属性象征家族繁荣昌盛、福运长久绵延;因它出现在宴饮食器相关器物上,寓意物产丰富、衣食无忧;因它附着于建筑构件,承载着为子孙祈福、聚敛财富、纳取祥瑞的质朴心愿。

将饕餮定位为守护家宅、聚敛财富、接纳福气的祥瑞神兽,既符合徐州出土文物的历史语境,也高度契合汉代崇尚祈福、追求安康富足的文化核心,是对徐州地域文化最为真实、最为贴切的传承与表达。

记者:徐州是彭祖故国,彭祖是中华烹饪鼻祖,古代工匠经常将饕餮纹应用于与“食”相关的器皿上。您如何看待饕餮纹的现代属性?

陈毅谦:彭祖饮食文化着重于养生与调和滋味,寓意福寿长久;饕餮之于饮食文化,强调丰饶的盛宴,象征吉祥纳福。二者相辅相成,共同构建了徐州既有深厚历史底蕴又富时代活力的饮食文化体系,对推动城市文旅发展有着积极意义。

符合现代人的审美取向

记者:饕仔原创IP的推出,您认为其文化切入点有哪些独特的地域辨识度与时代感?

陈毅谦:打造饕仔原创IP的核心文化切入点,并非“凶兽”,亦非简单的“贪吃”,而是建立在三个层面递进的文化锚点之上,从而完成自古老图腾到现代城市符号的华丽转身。



中国工艺美术大师陈毅谦

第一个是文化根脉切入点:汉式饕餮区别于所有通用饕餮形象。该IP不采用商周时期狰狞可怖的造型,而是专门选取徐州汉代王室玉器、青铜器上的饕餮纹,更加简约、大气、中正,威严却不具凶相,蕴含着镇宅辟邪、祥瑞护佑的文化基因。这一选择赋予了饕仔IP最不可替代的文化底色。

第二个是地域绑定切入点:彭城双福——守文脉、享烟火。将“饕餮”二字直接与徐州绑定,传递镇宅、守财、护城、守护的文化脉络,让人联想到饕餮盛宴、丰衣足食等美好场景。

第三个是时代转化切入点:传统符号吉祥化。依据当代社会对饕餮纹的接受逻辑,重新赋予其国潮审美,使其既不失传统神韵,又符合当代年轻人的审美取向。

突出“汉韵饕餮”的独特性

记者:您对饕仔IP与徐州地域文化融合发展有哪些建议和期许?

陈毅谦:首先,要精准锚定徐州本土饕餮纹,深入提取徐州博物馆馆藏汉代玉器、金器、青铜器物上的饕餮纹特征。汉代饕餮纹相较于商周时期,更加简约、雄浑,线条流畅,兼具威严与温润的特质。要突出“汉韵饕餮”的独特性,明确标注“徐州汉玉饕餮纹”的文化溯源,强化地域专属标签。

其次,要强化辨识度,打造多核记忆点。深化多色体系的造型逻辑,以汉文化与彭祖美食文化为内核,塑造风格互补、寓意清晰的多色IP形象,实现视觉识别与文化内涵的双重记忆效果。同时,对形象线条进行优化简化,提升IP的视觉延展性,全面覆盖文创衍生品、城市雕塑、表情包、盲盒潮玩、公共景观等多元载体。该IP既可开发为博物馆文创产品,也可落地于公交、地铁、景区等城市公共空间,真正实现“可看、可玩、可用”的全场景渗透。

期待以徐州汉代饕餮纹为文化根基,打造兼具历史底蕴与时代活力的原创IP,让古老礼器符号走出博物馆、融入城市生活,真正实现传统文化的创新性转化、创新性发展,让饕仔IP成为彰显徐州文化魅力、讲好彭城故事的崭新名片,助力城市文化软实力持续提升。