

文/本报记者 王艺宸 图/本报记者 刘冰

4月9日下午，由徐州报业传媒集团文创团队研发，全国第一、徐州唯一“城宠”餐仔IP正式亮相。央媒省媒、文史学界、文旅部门以及热心市民、汉服爱好者等齐聚一堂，共同见证这一融合两汉文化与彭祖饮食文化的城市新名片揭开面纱。

发布会在悬念迭起的街采视频中拉开序幕。徐州是两汉文化发祥地、彭祖文化根脉所在，什么样的“城宠”才能代表这座城市的特色呢？此前一周，“TA是谁？”系列短视频在全网社交平台持续发酵，引发市民对“城宠”形象的广泛猜测。

随着市文广旅局、徐报集团相关负责人以及文史专家、热心市民共同揭晓，餐仔以灵动鲜活的形象出现在大屏幕上。它以上古神兽“饕餮”为原型，既保留了汉代饕餮纹饰的神秘与庄重，又融入了现代卡通设计的圆润与亲和，成为徐州千年文脉的全新表达。



发布会现场与餐仔合影留念。

# 徐州「城宠」餐仔正式亮相

以饕餮为形、汉风为魂，打造徐州文旅新名片



## 文创产品“五一”见

发布会现场还播放了一段由AI技术制作的“餐仔诞生故事”短片，生动还原了从汉代纹样到数字IP的转化过程，让与会者直观感受到传统文化与现代科技的融合。

而最令现场观众兴奋的，是文创团队缪艺凝带来的未来场景规划——餐仔将不只是一个静态形象，而是以多元形态融入徐州城市肌理。此外，以餐仔为原型的文创产品系列——包括毛绒公仔、汉服联名款、彭城美食手账等，预计将于“五一”前后与市民见面。

“承两汉风华，做一城萌主。”这句定位语在发布会现场被多次提及。现场媒体

表示，餐仔的发布不仅是一次文化IP的亮相，更是徐州探索“以文塑旅、以旅彰文”的重要实践。在文旅消费日益注重体验与情感的当下，一个有人设、有故事、有情感连接的城市IP，能够有效拉近历史与游客的距离，激活城市文旅消费潜力。

随着相机快门声响起，徐州“城宠”餐仔正式迈出了它走向城市、走向游客、走向未来的第一步。大家对“城宠”未来充满信心：“餐仔是徐州送给世界的一份礼物。我们希望每一位来到徐州的游客，都能通过餐仔了解两汉文化、感受彭城烟火、记住这座有温度的城市。”



文史专家的解读为这一IP增添了厚重的学术支撑。徐州市苏轼文化研究会特约研究员李六如表示，餐仔这一IP，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。

“餐仔不只是旅游吉祥物，更是徐州现代化、年轻化的人格化象征。”中国电影衍生产业研究院院长、北京电影学院教授张杰从城市精神角度进行了解读，餐仔有望像“创意酵母”一样，激发本地文创产业活力，形成“汉风国潮”特色生态，为城市经济注入可持续新动能。

## 内涵解读

“餐仔不是简单的卡通形象，而是从两汉饕餮纹中‘长’出来的文化符号。”餐仔文创团队主创赵婉君在阐述设计理念时介绍，团队历时数月走访徐州汉墓、徐州汉画像石艺术馆等地，从数百件汉代文物中提取饕餮纹的核心元素，同时结合彭祖饮食文化中“食之祖”的烟火气息，最终确立了“礼之神、食之祖、城之守护”三重文化定位。“我们希望餐仔既能承载历史的厚度，也能走进日常的生活。”

“餐仔IP是基于历史文化资源再创造的鲜活成果，令人耳目一新。”江苏师范大学教授王健表示，餐仔的诞生激活了古老图腾的潜在价值，是文化继承创新，也是传统创造性转化的成功实践。

