

一只神兽的穿越，一城烟火的共鸣 “城宠”餐仔解锁徐州文化新表达

文/本报记者 张瑾 图/本报记者 刘冰

“古有神兽，名为饕餮，因其异相，世人避之。直至彭祖将其收入扳指，日常伴其左右……”4月9日，伴随着这段充满奇幻色彩的AI动漫旁白，徐州“城宠”餐仔由徐州报业传媒集团正式发布。

近日，随着“苏超”火热开赛，“我餐仔是龙”等一系列AI视频再度引发关注。视频将江苏十三市的地方美食汇聚于一张菜单，打出“美食第一，友谊第十四”的幽默口号，让这只古老又新生的神兽热度持续攀升，在专家学者与市民游客中引发热议与广泛关注。

考古学者说餐仔 承载着三千年审美变迁

随着徐州城市虚拟宠物餐仔的正式发布，这只脱胎于古老饕餮形象的神兽引发了越来越多人的好奇。徐州的两位考古专家从考古与文献的角度，深挖餐仔背后的文化根脉。

关于餐仔，徐州博物馆（徐州汉画像石艺术馆）馆长原丰从文物角度给出了界定：“饕餮从最初的威严形象，逐步发展为一种守护、纳福、驱邪意义上的瑞兽。它的形象被广泛用于古代器物上，比如良渚文化玉器中的玉琮上面就有这种纹饰。饕餮纹的广泛流行，是在商周时期的青铜器上，可以说是国家威严的象征，主要寓意招财纳福、丰衣足食，同时也具有镇宅辟邪和招财的功用。”

很多人对餐仔的第一印象，要么来自“饕餮盛宴”这个词，要么来自商周青铜器上那双威严而神秘的大眼睛。在原丰看来，这恰恰体现了中国古代文化的精彩演变过程。“从纳福的角度看，饕餮盛宴代表了生活富足、福寿安康。”原丰解释道，“这实际上正是古

代文化演变的缩影。如今，饕餮已经成为中国人现代生活中非常常见的一种形象。”他认为，此次徐州推出餐仔作为“城宠”，正是这一古老形象在当代的一次自然延续与创新表达。

那么，文献中的饕餮又是怎样的呢？江苏师范大学历史文化与旅游学院副教授吕健从典籍中找答案。

“‘饕餮’这个词，目前看最早出现在《吕氏春秋》里。”吕健介绍，“书中讲到周人祭祀时用鼎，鼎上就有饕餮纹。”他进一步描述了这一纹饰的特征，“它有突出的眼睛，对称分布，还有眉毛。可以说，它是一个神与兽结合的纹饰。”

吕健强调，饕餮纹在上古时期主要用于宗庙祭祀这样极其隆重的场合。他引用了《左传》中的名句“国之大事，在祀与戎”，也就是打仗和祭祀先祖。正是在这样庄严的仪式上，饕餮纹出现了。“它是当时比较主流的纹饰，用线条或图案来表现，突出的是一种威严。”



餐仔发布会现场。

民俗专家说餐仔 在人间有着多重寄托

从考古现场转向民间记忆，徐州民俗专家李世明为饕餮的起源提供了另一条线索。“饕餮是咱们中国古代神话传说中的一个神秘的怪兽。”他介绍，“早在《山海经》中就有它的描述，它的形象集合了多种动物的面貌，比如狮子、老虎、羊，慢慢被人们赋予某种神权和威力的形象。”

那么，饕餮与狮子、老虎这样的真实猛兽有何不同？李世明解释道：“饕餮同狮子、老虎不同之处在于，饕餮完全是虚拟的瑞兽，现实世界并不存在。但正是这种虚拟，给了古代工匠无限的创作空间。”



民俗专家李世明。

市民游客说餐仔 希望它能走进更多场景

漂亮的装饰图案，更是国家权威与文化自信的体现。”

作为一名资深媒体人和文化观察者，林刚对餐仔的设计理念有着更深层次的思考。他认为，设计不仅是造物与叙事，更是一种文化创造与更新，它能提升美育的社会渗透力，助力实现美育的理想目标。

传统艺术的现代符号化再设计，既要符合现代审美，也要传递历史的声音。而餐仔真正的生命力，或许恰恰体现在市民游客那一句句朴实的话语之中。

“好可爱啊，把徐州的汉文化体现得特别好，不光是年轻人喜欢，各年龄层的人都喜欢。”一位市民这样评价道。她的

在家中，希望释放一种神威、起到护卫与祈求的功能。”

谈到当代，李世明认为饕餮形象已经完成了彻底的转型：“历史延续到了现在，在流行的习俗文化中，像电影、视频、文创当中，变成了一种驱邪避凶、勇敢无畏的形象，而且成为充满祈愿的神兽。”

说到这里，李世明将话题投向了当下正在进行的“苏超”比赛：“2026年‘苏超’已经开赛，徐州队又将驰骋赛场。”他满怀期待地说，“希望咱们徐州队在多场‘苏超’比赛中，运动员们能在饕餮神兽勇敢无畏的形象激励下，在球场上守护底线、奋勇冲锋，朝着夺冠的目标顽强拼搏。”

感受代表了许多人对餐仔的第一印象。更多人则表达了对餐仔未来文创开发的期待，“希望咱们能继续推出更多类似的文创创意”“希望下次来徐州能找到餐仔的打卡点”。

在具体偏好上，不同的人有着不同的选择：“我喜欢那款粉色的餐仔，它很可爱。”“我喜欢青色的餐仔，期待它能推出一款冰箱贴。”一位对饮食文化特别感兴趣的游客说：“餐仔的玩偶很贴合徐州饮食文化，可以推出更多的周边。”

随机采访中，更多人约而同地表达了同一个愿望：“希望它未来能够陪伴我们的更多生活场景，成为徐州一张亮丽的名片。”

文化创意， 不能止于符号搬运

张瑾

一只圆眼灵动、憨态可掬的餐仔，成为徐州的新晋“城宠”。4月10日《徐州日报》《都市晨报》的相关报道，初看不过是一个IP的发布，细读之下却触及一个深层次命题：在传统文化“活化”蔚然成风的今天，我们究竟该如何对待那些令人敬畏的古老符号？是原封不动地供奉，还是敢于进行脱胎换骨的意义重构？

餐仔给出的答案是：真正的文化创意，从来不是对传统的简单搬运，而是一场从“符号”到“意义”的创造性转化。

中国传统美学蕴含着深厚的文化底蕴与审美智慧，然而一些设计师对传统文化资源开发利用时，容易陷入两种误区：一是“博物馆思维”，将文物与当代生活隔绝，仅供远观；二是“贴标签思维”，将传统符号生硬嫁接在现代产品上，徒有其表。餐仔的突破在于，它没有止步于单纯地提取饕餮纹的视觉元素，而是对饕餮这一形象进行了整体性的意义重塑。正如中国工艺美术大师陈毅谦所言，餐仔的核心锚点并非通用的高周饕餮，而是选取徐州汉代玉室器物上“简约、中正、威严”的汉式饕餮纹，延续了传统的生命力。

更值得玩味的是餐仔从“守护神”到“可爱吃货”的身份转换。江苏师范大学教授王健认为，这一转变激活了古老图腾的潜在价值。设计师敏锐地捕捉到它与彭祖饮食文化、苏轼《老饕赋》的精神关联，将其重新编码为“纳百味、容四方、迎天下客”的城市美食代言人。这种转换看似大胆，实则有着扎实的历史依据和文化逻辑。徐州市苏轼文化研究会特约研究员李六如评价，苏轼在《老饕赋》中所传达的“求精求真、品味品心”的乐观豁达，恰与餐仔“萌化”造型的设计内核一脉相承。

然而，文化创意的真正考验，不在于一个形象能否“一炮而红”，而在于它能否真正嵌入城市肌理、带动产业生态、实现价值裂变。中国电影衍生产业研究院院长张杰提出的“IP价值三级产业化路

径”，为餐仔的未来提供了清晰的方向：从线上内容种草建立情感连接，到线下实景体验实现沉浸式消费，再到衍生品开发让文化记忆实体化。这一路径的关键，在于餐仔能否从一个视觉符号成长为一个有故事、有情感黏性的“活”IP。项目团队计划涉足小说、游戏、影视等全产业链

开发，令人期待，但IP的扩张不能以稀释文化内核为代价。餐仔的根在徐州，它的魅力在于它与汉代饕餮纹、彭祖饮食、苏轼风骨的独特绑定，脱离了这层文化根基，它便与市面上千篇一律的“萌宠”无异。

从更宏观的视角看，餐仔的探索为历史文化名城的当代转型提供了一个有价值的“徐州样本”。传统文化资源丰富的地方，未必天然拥有文化竞争力；真正的竞争力，来自于对传统进行当代转译的能力。餐仔的诞生证明，那些看似“过时”的古老符号，只要找到恰当的切入点，完全可以焕发新的生命力。

当然，餐仔刚刚亮相，未来的路还很长。它能否真正为徐州注入持久的“文化力”，还取决于能否持续深耕内容、能否真正融入市民生活。每一次成功的文化创意，都是对传统的重新发现与意义赋予。从饕餮到餐仔的变迁昭示我们：传统不是封存化石，而是不断生长的生命体。让古老“活”起来，首先要敢于让它“变”起来。



▲“城宠”餐仔与徐州美食相遇，惬意十足。



▲“城宠”餐仔邂逅“苏超”，透着精气神。



粉色餐仔是很多女生的最爱。



徐州“城宠”餐仔发布会现场。