解读徐州『城宠』饕仔背后的文脉传承与创新

专家学者站台

本报记者 张瑾

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。

中国电影衍生产业研究院院长、北京电影学院教授 张杰：

一个创意符号，撬动沉睡的文化资源

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，存在天然的认知沟壑。“饕仔”所做的，就是一次精准的“文化编码”。

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”主题游线，在博物馆、景区开发实景解谜游戏，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。

期待饕仔能超越一个旅游吉祥物的范畴，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”，联想到的不仅是汉墓，更是一个有趣、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相关产业的活力，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

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，又是古代氏族的图腾和护佑神，形象老早就被定格了。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，起码从春秋战国以来，饕餮就泛化为一般意义上的全民族的神话图腾和保护神。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作再解读，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的非凡价值。在各地竞相推出独有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，一跃登上新网红龙门，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”

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，最显眼的是它那一双大眼睛，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。

从远古守护神，到徐州城宠的“饕仔”，饕餮文化在徐州又有了新的发展与延续。“饕仔”城市IP形象，让它焕发新生，带着乘风破浪的勇气，成为徐州鲜活的文化印记。

徐州市苏轼文化研究会特约研究员 李六如：

焕发文脉活力，融合彭祖与苏轼的智慧

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、尝遍四方风物，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“盖聚物之夭美，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。

以汉韵饕餮，塑造徐州城市新名片

——访中国工艺美术大师、一级美术师陈毅谦

本报记者 张瑾

4月9日，以上古神兽饕餮为原型设计的徐州城宠“饕仔”IP在徐报传媒大厦正式发布。该IP由徐州报业传媒集团出品，以饕餮为核心符号，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。

上古瑞兽变身现代萌宠

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、镇护居所的祥瑞神兽，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”相关联的器皿中。您如何看饕餮纹的现代属性？

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，以饕餮纹为设计元素，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”，而是建立在三个层层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。

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、金器、青铜器上的饕餮纹。汉代饕餮具有鲜明特征，更加简约、大气、中正，威严却不具凶相，自带礼器属性，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”二字直接与徐州相绑定，传递镇宅、守财、护城、守护文化脉络，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，保留其对称美学、威仪气场与文化厚重感，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、青铜礼器上的饕餮纹特征。汉代饕餮相较于商周时期，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造性转化、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。