

浙江兰溪： 江南古村展新颜

新华社记者吴帅帅



游客在诸葛村参观游览。新华社记者 翁忻旸 摄

新华社杭州6月19日电“夫君子之行，静以修身，俭以养德。非淡泊无以明志，非宁静无以致远……”伴随着孩童声声诵读的《诫子书》，诸葛后裔聚居的浙江省兰溪市诸葛村迎来了新的一天。

青砖灰瓦马头墙。暑期临近，作为全国最大的诸葛后裔聚居地，江南古村的研学游热度日渐提升。

诸葛村村域面积2.3平方公里，相传由诸葛亮27世孙诸葛大狮于元代开始营建。古村以钟池为中心，由8条巷道向外延伸，从空中俯瞰与青砖黛瓦的古民居共同组成了一幅形似八卦的乡村图景。据统计，村中姓诸葛的居民超过3000人。

古村如今的人气与活力得益于几十年来几代人接续的活态保护。

诸葛村村党总支书记诸葛坤亨已年过古稀，参与过早年间丞相祠堂、厅堂、议事堂等公共建筑的修缮保护。“在外的出钱，在家的出力，当时靠大家齐心协力，才把许多老建筑‘抢救’了回来。”

2000年前后，诸葛村已经靠着村居环境、传统文化小有名气，随着来旅游的人越来越多，村集体收入迅速增长。

有人曾提议就此深度开发、收入分红，但诸葛村却选择了另一条路。从2003年开始，诸葛村推行“一户一策”，除了村内公共建筑，村民老宅也一并纳入保护。“我们尊重村民选择，有的愿意留在老宅就仍在此居住，有的村民享受易地建房政策后，老房子由村集体收归，由修缮队维修。”诸葛坤亨说。

村民冯水根皮肤黝黑，从年少时跟着老师傅修古建筑已有40余年。“古建筑修缮不仅要规划整体建筑布局，还需要使用原材料、老工艺，复原局部细节，实现古建筑‘修旧如旧’。”他说。

通过村中老工匠“传帮带”，这支修缮队现已发展为拥有古建筑修复一级资质的企业。村民们对古建筑有

感情又懂技术，促进了古村落常态化修缮队伍规模的壮大，也让古建筑修缮技艺得到传承，文物保护进入良性循环。

为进一步提升村民保护意识，诸葛村还把文物保护法、村规民约制作成挂历、手册分发给村民；对村内所有古建筑进行彻底摸排、挂牌、签订责任书。

在“人人都是文保员，人人都是受益者”理念下，截至2023年底，村里投入3亿余元，整体修缮道路1万多米，修缮古建筑6万多平方米。

如今，在古色古香的“天一堂”百草园，许多身着汉服的年轻人在此点一杯草药茶饮，和诸葛古村合影“打卡”。

行走在诸葛村，这样的场景比比皆是。孩童趴在窗沿观看老匠人制作孔明锁；游客在中药体验馆学习传统药包制作；如果时间赶巧，游客还能在诸葛祭祖中体验传统祭祀仪式和迎会游街活动……

今年的“五一”小长假，诸葛村结合古村落风貌、非遗传统工艺等，推出沉浸式互动演绎项目，诸葛亮、五虎上将等角色和游客互动。“五一”期间，诸葛村接待游客20000多人次，同比增长5.9%，给村民带来旅游收入158万元。

文脉传承悠久的江南古村在活态保护与发展中，留住了“根与魂”，于有形无形间，塑造出一幅乡愁里的当代乡土中国的美丽图景。

诸葛坤亨说，传统村落的吸引力不仅在于自然风光、历史建筑，更在于其蕴含的丰富厚重的传统文化，这是村庄发展的内生动力和外向引力。

20多年来，在诸葛村，保护优先于发展，以发展反哺保护的理念始终未变。数据显示，2023年诸葛村接待游客60余万人次，门票收入2000余万元，带动近500名村民在家门口就业。

中国出现越来越多 “博物馆+”艺术馆、咖啡厅

新华社兰州6月19日电(记者何问)文物铜奔马化身满墙的玩偶和涂鸦，拥有数千年历史的“彩陶罐”被人们一口吃进嘴里，文物咖啡的香气从洞窟里飘出……徜徉在甘肃省博物馆艺术生活馆，游客们正在体验对历史文化新的感受。

这家艺术生活馆地处中国西北地区的甘肃省兰州市，19日正式开馆。与展陈文物的传统博物馆有所不同，这家艺术生活馆集纳展示年轻文人对文化的创意思考。

“文化创意的主要受众是年轻人。正是他们的需求催生了综合性文化空间的出现，同时这也是我们年轻文自己筑梦的过程。”甘肃省博物馆文创中心负责人崔又心说，她是一名“90后”。

近年来，为了提供更多元的文化产品，中国各地博物馆正在通过跨界、融合和创新等推动文创产品的迭代升级，因此催生了融合多种业态的复合型文化空间。

如上海市历史博物馆打造的海派风格咖啡馆、苏州博物馆联合肯德基打造的“博物苏州 自在江南”主题餐厅……越来越多博物馆文创将咖啡、饮食、艺术及文创产品集合在同一空间，展现出文创产业的活力。

智研咨询发布的《2024-2030年中国文创产品行业竞争格局分析及投资发展研究报告》指出，从传统文化保护到商业化、艺术化再到数字化，文创产品行业正在经历业态的转型升级，2023年中国文创产品市场规模达到163.8亿美元，同比增长13.09%。

崔又心所在的甘肃省博物馆文创团队在文创行业耕耘已有近十年，开发了七大文创IP系列产品近千种。其中，以中国旅游标志铜奔马为原型打造的水晶摆件成为“网红”产品，截至2023年年底，该系列文创产品销售额达700万元。

崔又心表示，文创产品的走红能够吸引年轻人来到博物馆，激发了设计团队打造更符合年轻人表达喜好的复合型文化空间的想法。“就像‘造梦’一样，每个人都融合了自己的创意和想法。”

甘肃省博物馆艺术生活馆将文物和当地特产元素融合进展览、饮品、烘焙、艺术商店、文创销售等多样化业态。在设计理念上，文创团队坚持体现自然与创意的平衡，历史与当代的对话。以彩陶为例，馆内既有文物原型延伸的饼干等，也有体现彩陶技艺的当代艺术品。

“每个人看待文化的角度都不一样，但我们希望大众能感受到传统文化也很时尚。”崔又心说，6月初试营业以来，甘肃省博物馆艺术生活馆每日进馆人流量至少达到5000人次，不少文创玩一上市就卖到断货。

甘肃省博物馆副馆长史册表示，大众精神文化需求的日益增长推动博物馆不断拓展文化创意的边界，也让中国优秀传统文化在实现创造性转化、创新性发展中逐渐探索到与年轻一代对话的方式。

“‘博物’的内涵和外延，在与年轻人的同频共振中不断丰富。”史册说。



6月13日，游客在甘肃省博物馆艺术生活馆书店区域阅读。新华社记者 马莎 摄



2024年“五一”假期，诸葛村推出“定制快闪”活动，演员与游客互动。(受访者供图)