

「2026 范長江行動——香港傳媒學子山東行」的香港傳媒學子日前來到山東濰坊的楊家埠，參觀楊家埠木版年畫國家級代表性傳承人、和興永畫店第13代木版年畫傳人楊乃東的工作室，以及國家級非物質文化遺產項目濰坊風箏代表性傳承人、楊氏風箏第15代傳人楊紅衛的工作室，了解兩項同源非遺項目如何守正創新並實現破圈傳承。

大公報實習記者 熊璐欣、張豪軒濰坊報道



►香港學生在楊家埠體驗風箏工作坊。
大公報實習記者 邱子斌攝



►香港傳媒學子體驗青州博物館拓印。
大公報實習記者 邱子斌攝

跨界IP聯乘讓非遺「潮」起來 楊家埠木版年畫濰坊風箏「破圈」傳承之路

濰坊木版年畫的誕生與演變，與山東悠久的歷史文化及農耕節奏息息相關。這種非遺技藝並非高不可攀，而是扎根於民間生活日常的藝術。過去楊家埠人以務農為本，種完小麥後，到了陰曆9月閒下來，便開始戶戶印年畫。作為和興永畫店第13代傳人，楊乃東從藝已有五十餘年。走進他的工作室，一張厚重的工作台上，各種雕刻刀具與木版模具擺放得井然有序；牆面上，《紅樓夢》、《三國演義》、《壽星公》等題材豐富、寓意祥瑞的傳統年畫錯落有致。

打破傳統 創新呈現遊戲IP角色

為了打破大眾對年畫「老舊」、「過時」的刻板印象，楊乃東積極透過視頻號發布視頻，希望藉此讓更多人了解到「木版年畫」這一藝術。從2023年聯乘《原神》到2026年聯乘《逆水寒》，不少知名遊戲IP關注到木刻年畫的藝術價值，聯繫楊乃東合作。

為此，楊乃東打破了「木版年畫」五色套印的傳統，精心雕刻數十塊木板，以幾十道繁複工序將現代遊戲角色呈現於宣紙之上，為木版年畫注入了新生力量，讓更多的年輕人重新認識並發現年畫其實也可以很「潮」，很「年輕」。

藉着遊戲IP的影響力，楊乃東發現有不少遊戲玩家因此愛上年畫，主動走進畫坊，了解背後的雕刻與套印技藝，甚至有年輕人千里而來拜師學藝。儘管楊乃東起初也擔憂聯乘IP會讓年畫失去傳統意蘊，但他表示，「傳統手藝就是一門技術，透過古老的木板印刷，圖案本來就是會根據時代而改變。我們是手藝人，本就該創作受大眾喜歡的內容，這怎麼能算失了傳統？」

AI賦能 民俗元素融入產品設計

楊家埠木版年畫、濰坊風箏同於2006年入選首批國家級非物質文化遺產名錄。兩項非遺自古工藝交融、題材互通，濰坊更是享譽世界的世界

風箏之都。走進楊紅衛的工作室，可以看到陳列着濰坊風箏五大類別中的串類風箏、硬翅風箏、軟翅風箏三類，此外還有平面風箏和立體風箏沒有展示出來。作為楊氏風箏第15代傳人，楊紅衛已專注風箏製作這項技藝四十餘年。

在楊紅衛看來，傳承濰坊風箏，不僅要守住傳統的手工技藝，更要讓沉澱兩千多年的風箏文化持續走進大眾生活。「我們的製作技法和樣式是比較傳統的，我總覺得現在年輕人跟我們的想法不太一樣，所以說我們現在做了很多讓年輕人喜歡的東西。」

為此，楊紅衛積極對接汽車、茶飲、電競遊戲等各類商業IP打造聯名文創，將民俗紋樣、傳統故事融入現代產品設計，依靠跨界IP打通青年圈層，讓這項傳統手工藝變成當下年輕人願意打卡、收藏和傳播的潮流文化符號。

被問及AI技術對非遺行業的影響，楊紅衛表示，「我們會使用AI輔助生成繪製初稿，大幅降低前期設計成本。」不過AI始終無法真正代替傳統手工技藝，楊紅衛曾經製作的一個大型龍頭，單單是骨架部分就使用了390多根竹子、1400多道綁紮線，其中烤竹、塑形、手工裱糊等精細工序需依靠手工經驗，這是AI無法復刻的。

出海展演 海外觀眾爭相購買收藏

除了吸引更多年輕人，兩位非遺傳承人亦不斷走出國門，在國際舞台上大放異彩。如今，楊乃東的作品足跡已遍布20多個國家與地區。他回憶此前前往沙特阿拉伯展覽的經歷表示，「即便面對語言與文化的差異，現場依然熱情高漲，許多外國民眾被年畫鮮艷強烈的色彩與流暢精細的線條深深吸引。不少外國觀眾更是對畫面中的故事背景與符號寓意產生了濃厚興趣，紛紛圍在展位前好奇詢問《三國演義》、《搖錢樹》等經典作品背後的東方文化密碼。通過親身體驗木版印刷、聽取志願者的解說，外國朋友不僅爭相購買收藏，更對這項神奇的中國非遺技藝讚嘆不已。」

多年來，楊紅衛亦攜濰坊風箏走遍全球近30個國家及地區，更多次前往港澳，持續開展非遺海外授課、技藝展演，以風箏為載體搭建中外文化交流橋樑。她回憶，在1994年德國柏林國際旅遊節上，有當地民眾等候多時，專程購買她現場製作的風箏。在埃及開羅授課期間，外國學員親身體驗烤竹工藝，驚嘆於中國傳統手藝蘊藏的智慧。她更7次奔赴美國芝加哥孔子學院開課，原定1年的交流項目，因當地師生的熱烈反響持續延展3年。海外民眾對濰坊風箏發自內心的喜愛，也讓她更加堅定對外傳播中華民俗文化的決心。

千年酒香藏古法 釀造日趨智能化

醬酒留香

「南有茅台，北有雲門」。雲門釀酒傳統歷史悠久，可追溯至北魏賈思勰《齊民要術》中的青州古釀法。日前，「2026 范長江行動——香港傳媒學子山東行」的學子來到雲門酒業，參觀園區內的釀造工作坊及陶罐儲藏區，了解雲門醬酒的工藝傳承與智慧升級。

雲門酒業是誕生於1948年的老牌酒廠，前身為青州實驗酒廠。由於青州的釀酒歷史傳統、地理環境、晝夜溫差和微生物環境與南方醬香酒產區不同，雲門醬酒有着「陳、淨、甘、柔」的特點，入口醇厚甘美，有「雲門醬酒有點甜」之美名。「蒸餾酒傳統釀造技藝（雲門春傳統釀造技藝）」在2013年被授予山東省非物質文化遺產稱號。

釀製一鑊好酒也需因時制宜、因地制宜。雲門酒業戰略發展中心主任兼文化宣傳部部長潘曉菲介紹，工人在釀酒過程中必須根據溫度變化時時調整。為適

應當地氣候，讓酒能「呼吸」和「休息」，雲門酒業遵循「160操作法」，以1年周期、2次投料、9次蒸煮、8次發酵、7次取酒的傳統醬酒製程；形成「四高兩長一大一低」的工藝特點，即高溫製麴、高溫堆積、高溫發酵、高溫餾酒；1年為一個生產周期、陶缸儲存5年以上才可出廠；用麴量大；出酒率低。

值得一提的是，優質陳釀出自金牌手工班的老師傅之手。潘曉菲表示，為確保高端線的醬酒品質，釀酒的各個環節都有經驗豐富的老師傅嚴格把關，只為釀造出高品質的醬香酒。同時，雲門酒業也在不斷追求智能化發展。她表示，「智能化、數字化成為當前釀造升級的發展方向，目前「智慧雲門」已經覆蓋了從製麴、釀酒、勾調、儲存到包裝



▲學生深入了解雲門醬酒的釀酒歷史。
大公報實習記者 邱子斌攝

的全產業鏈環節。」

近些年，雲門醬酒多次亮相「港澳山東周」，更成為唯一入圍「山東優質產品」香港推廣展的白酒品牌，並於2024年在香港設立品牌品酒中心。潘曉菲表示：「我們希望借助香港這個國際化平台，一方面讓在港山東人與當地醬酒愛好者能夠便捷地品味到家鄉的醇厚味道，同時利用好香港國際樞紐的平台，向世界傳播中國白酒的文化價值。」

大公報實習記者 洪曉晴、譚光延、徐聰慧、方韻琪、蔡偉韜、邱子斌

感受「青博工坊」傳拓魅力

親身體驗

香港傳媒學子在體驗「青博工坊」招牌非遺拓印項目時，選擇的圖案是「第一甲第一名」。首先將宣紙平鋪在刻有紋樣、當地特有的紅絲石模具上，再覆蓋一層透明塑料膜，隨後用大毛刷不斷敲擊，讓宣紙逐漸貼合石板上的凹凸紋理。在一次次敲擊後，原本平整的宣紙上逐漸留下清晰的紋路。最後，再利用布團蘸取紅色墨水，通過拍打的方式將顏色印在紙面上。一幅帶有傳統文化元素的手工非

遺拓印便慢慢呈現出來。通過親手製作這幅印畫，香港傳媒學子表示自己彷彿與幾百年前的歷史產生了一次連接。



▲學生正在給風箏上色。
大公報實習記者 邱子斌攝

風箏是濰坊的靈魂，這片土地的生氣因紙鳶綻放。傳承數百年的風箏手藝，沉澱了滿滿的齊魯民俗。竹骨的韌勁、紙面的柔軟，當地匠人用簡單的竹材與紙張，便盛載了滿城人間煙火。香港傳媒學子表示，跟隨范長江行動山東行來到濰坊，親手為風箏上色，當筆尖在紙面慢慢暈開色彩，調出漸變的彩虹色，自己真切體會到傳統風箏手藝裏藏的無限想像。

大公報實習記者 陳紀作、喻韻文

青州尋珍

走進首批國家一級博物館中唯一的縣級博物館——青州博物館的展廳，只見人頭湧湧，遊客們接連在館藏前打卡拍照。據青州博物館宣教部主任張安生介紹，青州博物館新館於2023年面向公眾開放，每年接待遊客逾200萬名，更有不少學者慕名而來參觀館藏之寶。

作為館內的鎮館之寶，東漢時期的「宜子孫」玉璧於1982年在青州譚坊鎮馬家冢子東漢墓出土。玉璧由上等新疆和田玉雕琢而成，出廓中間以篆書刻「宜子孫」三字。其被認為是迄今發現最完整、最大、質地最優、藝術性最高

的此類漢代玉璧之一。另外，明代趙秉忠狀元殿試卷亦是重要館藏，卷首有萬曆皇帝親筆御批「第一甲第一名」。

龍興寺的佛像面容溫和，得名「青州微笑」，今年亦是龍興寺佛像出土30周年。館藏中，編號為164的貼金彩繪石雕斷臂菩薩像更是青州博物館對外交流的「文化名片」。張安生表示，「龍興寺佛像的一系列活動是今年工作的核心主題。目前，『青州微笑：中國佛像藝術展』正在廣州美術館展出。其作為大灣區的巡迴特展，也計劃來到香港，讓粵港澳大灣區的人們能近距離體驗北朝佛教雕塑藝術的魅力。」此外，青州博物館會

尋訪千年海岱華章

舉辦全國性學術會議，邀請來自中國內地、香港、澳門、台灣及海外考古與佛教藝術領域的專家齊聚青州，就龍興寺雕像進行深入學術交流。

隨着AI的發展，青州博物館亦加碼數字化升級。張安生表示，「青州博物館與歌爾創客基於其文物收藏，打造了『海岱華章』XR數字體驗空間項目。博物館還與中數集團、中國聯通等央企合作，推出多場沉浸式數字展覽，豐富線上線下觀賞體驗。接下來，青州博物館將全面推動AI技術應用，覆蓋整個數字展覽鏈與智能場館管理。」

大公報實習記者 洪曉晴、譚光延、徐聰慧、方韻琪、蔡偉韜、邱子斌



▲青州博物館鎮館之寶之一「宜子孫」玉璧。
大公報實習記者 陳紀作攝



▲學生近距離欣賞青銅器館藏。
大公報實習記者 邱子斌攝