



四川綿竹年畫系列下

「真是洋洋大觀，彷彿回到四川。門神皮影真好看，回憶幼時過年。無怪產生揚馬，後來又有子瞻。工人手藝不平凡，千載百花爛漫。」這是1963年郭沫若在中國美術館參觀綿竹年畫、皮影展覽後提筆寫就的《西江月》，表達了他對四川兩大「非遺」的認可，以及濃濃的思鄉之情。綿竹年畫歷史悠久，「始於宋朝，盛於明清」，與天津楊柳青年畫、山東濰坊楊家埠年畫、蘇州桃花塢年畫並稱為「中國四大年畫」。年畫表達了國人對「年」的期盼和對美好生活的憧憬，滲透着「明勸戒、駐升沉」「成教畫、助人論」的傳統美德和文化精神，成了中國傳統民俗文化的一個符號。

◆文、攝：香港文匯報
記者 李兵 四川綿竹報道

傳統民俗文化融入時代脈搏

小小年畫 東方神話



◆年畫靠枕。

在全球一體化的當下，各個國家和地區非常重視「文化母語」。木版年畫作為傳統民間藝術的精華，具有重要的「文化母語」價值。在這個大趨勢下，綿竹年畫在繼承中發揚、不斷推陳出新，產品遠銷東南亞、歐美等50多個國家和地區，成為傳播中國文化、講好中國故事的一個有效載體。

中國傳統文化活化石

「綿竹年畫始於宋朝、盛於明清，起源於宗教活動。」綿竹年畫博物館館長胡光葵介紹，綿竹年畫最初作為道教布道的一種圖示，主要以表現道教人物為主，如《趙公鎮宅》便是其重要的代表作。

走進綿竹年畫博物館，一件件拓片飽含歷史的韻味，貫穿千年的作品清晰再現了年畫的年輪。目前，館內共有藏品3,000餘件，其中二級文物14件、三級文物74件，中國最大的擠粉門神、獨一無二的雙面年畫拓片版等是「鎮館之寶」。「年畫是一門實用性非常強的藝術，具有明顯的時代特徵。」綿竹年畫博物館館員章昉說，歷經千年傳承下來的年畫作品，成了中國傳統文化的活化石。

綿竹年畫從體裁上主要分為「紅貨」「黑貨」兩大類：紅貨指「彩繪年畫」，包括門畫（分為大毛、二毛、三毛等，貼大門、廳門、房門、灶門等）、斗方、畫條（分為中堂、條屏、橫推、單條等，供廳堂、居室、走廊及牲畜圈等）；黑貨是指以煙墨或硃砂拓印的木版拓片，多為山水、花鳥、神像及名人字畫，此類以中堂、條屏居多。同時，內容題材極為廣泛，有辟邪迎祥、風俗習慣、生產生活、戲曲故事、歷史人物、神話傳說、諷刺幽默、花鳥蟲魚等類別。

在第23屆綿竹年畫節期間，綿竹年畫博物館設置了一個遊客體驗區。「綿竹年畫主要有刻版和彩繪兩大工序，有畫稿起樣、雕刻畫版、線版印刷、手工彩繪等步驟。」章昉介紹，手工彩繪是製作綿竹年畫的重要手段，民間藝人通過長年實踐總結出了一套完整的口訣：「一黑二白三金黃，五顏六色穿衣裳」。「一黑」即先印黑線版，「二白」是用白粉填手、臉及袖口、鞋底等處，「三金黃」是用透明的金黃色塗鎧甲、頭盔以及其它金屬裝飾部分；「五顏六色」指選用桃紅、洋紅、黃丹、佛青、品藍、品綠等色進行大面積彩繪，然後對人物面部「開相」、對衣物等「勾金」。

在傳承中推陳出新

在現代科技與全球文化融合的雙重衝擊下，由農耕文化孕育的民間藝術遭受重創。未來何去何從，綿竹年畫亦曾遭遇這樣的拷問。

走進綿竹市年畫村「三彩畫坊」，一對門神屹立在兩扇大門上。推門而入，一個偌大的展廳呈現在面前，年畫條幅、刺繡斗方、精美擺件……琳琅滿目。穿着一身唐裝的賈君，一邊向客商介紹產品，一邊指揮調度門店、網購銷售，忙得不亦樂乎。

賈君是「三彩畫坊」的老闆，此前她一直在綿竹年畫博物館工作，涉足年畫已近30年。1995年，賈君從一家印刷廠調綿竹年畫博物館工作，開始涉獵年畫創作。「彼時，由於身處體制內，日子過得不溫不火，總感覺自身的才華無法盡情施展。」賈君說，2007年恰逢博物館體制改革，她與4名同事一起帶薪創業，4人各開了一間年畫坊。目前，「三彩畫坊」有45歲以上的手藝人十餘人，開發出了傳統手繪卷軸畫、刺繡年畫、年畫布衣、年畫生活用品、文創新品、主題酒店、特色民宿、大型牆畫等八大系列1,000餘種產品。

1989年出生的章昉，也是一位年畫非遺傳承人，她則選擇了從另一個角度創新。「在大學裏，我學的是動畫遊戲設計專業，感覺傳統年畫與年輕人的審美觀有些脫節。」章昉說，如今許多動漫人物與年畫中的人物形象相近，她從中受到啟示創作出一批「Q版年畫」，「這種非常卡通、特別萌的年畫，受到了年輕人的追捧。」

秦瓊、尉遲恭挺着一個大肚胸，身材呈S型，大臉、鳳眼，威武中顯出呆萌；人物形象粗狂，線條十分流暢，色調衝撞視覺衝擊力極強；作品命名《當潮不讓》，上下以膠片形式呈現「宇宙年畫總局」字樣。「這幅作品以年畫《填水腳》的手法創作，類似國畫中的大寫意，人物形象更加靈動。」章昉介紹，她積極從傳統年畫中汲取營養，在人物形象和創作技法上大膽創新，讓傳統年畫變得時尚。今年1月，她創作的《我們都在努力奔跑，我們都是追夢人》入選中央宣傳部、中美協主辦的「新生活、新風尚、新年畫」美術作品展。

目前，綿竹年畫博物館與四川大學、華師師範大學等多所高校簽訂年畫學習基地協議，共同開展課題研究，組織學生進行實習實訓。年畫非遺傳承人也積極走進校園，傳播年畫文化和技藝。

年畫文創產品逾千種

上世紀九十年代，綿竹年畫博物館館長胡光葵曾帶着作品赴香港展出，不少客商被綿竹年畫深深吸引。「你們下次拿點藝術品來！」胡光葵說，一位港商對綿竹年畫表現出極大興趣，但港

◆綿竹年畫清代拓片《趙公鎮宅》。



◆綿竹年畫清代拓片《壽天百祿》。



◆文創產品年畫葫蘆。



◆年畫絲巾色彩艷麗。

商的這句話也深深地刺痛了他的心。

返回內地後，胡光葵深深地意識到，綿竹年畫需要創新。博物館體制改革、支持年畫發展新政、年畫知識產權保護等一系列政策出台，讓綿竹年畫步入了良性發展軌道。2008年大地震，綿竹成為重災區，年畫產業亦遭到毀滅性打擊。災後重建完成後，許多援建隊伍提出買一些年畫。「當時，作坊大多被毀，我們便組織工人在帳篷裏趕製。」賈君說，沒想到一場大地震卻帶火了綿竹年畫產業，僅她家的作坊高峰期便有藝人五六十人，年產值三四百萬元，整個綿竹年畫產值數千萬元。

在第23屆綿竹年畫節期間，年畫文創產品集市開市。從集市左側入，第一間以銷售葫蘆為主，每隻葫蘆上刻有一幅年畫主題圖，看上去十分精美；第二間則是年輕的非遺傳承人林國棟的創意舖子，年畫酒瓶、精美擺件琳瑯滿目；賈君的攤位，背景板兩側的刺繡仕女圖分外吸引眼球，福娃、熊貓等主題飾品整齊排列……「目前，綿竹有四匯齋、三彩畫坊等年畫企業40餘家，從業人員達1,500餘人，已成功開發出刺繡年畫、年畫摺扇、年畫玩具等30餘個系列、1,000餘種年畫及文創產品。」章昉介紹，綿竹年畫產業年產值達3,000餘萬元，產品遠銷美、法、英、日等50多個國家和地區。



◆賈君介紹文創產品。



◆應張悅（北京）作品《年味中軸線之臘八節》。

200餘幅新年畫繪出新生活新風尚

2月2日，農曆臘月二十三，俗稱「小年」，由中央宣傳部文明實踐局、文化和旅游部公共服務司、中國美術家協會聯合主辦的「2024年『新生活·新風尚·新年畫』——我們的小康生活美術創作活動」在四川德陽綿竹市開幕。來自全國各地的優秀年畫作品及龍年生肖作品200餘幅參展，集中反映了「家鄉的變化」「豐收的喜悅」和「實現小康後的幸福生活」等，成為內地文明實踐新成果、城鄉融合新面貌、文明健康新風尚的一個縮影。

是次，從全國各地近5,000件作品中評選出了151件優秀作品，加上歷屆優秀作品及龍年生肖年畫作品60餘件進行集中展示。現場展示分為《豐收幸福節》《創美新生活》《吉慶鬧新春》三個篇章，作品題材豐富形式多樣，既有木版畫、民俗畫、農民畫、國畫、水彩畫和剪紙拼貼等形式，又有運用新技術、新手段創作的綜合繪畫、數字繪畫等，是中國年畫藝術守正創新、繁榮興盛的生動實踐。

當天，活動現場還有「年畫·詩年」知識大講堂、百米長卷繪畫中心、「Q版」年畫手作等「新生活·新風尚·新年畫」主題文明實踐活動，讓中國傳統春節煥發出了新時代的魅力。



◆林國棟介紹年畫文創產品。

話你知道

「填水腳」技法 綿竹年畫的神來之筆

在綿竹年畫博物館裏，珍藏着一幅《副揚鞭》，獨具風格，耐人尋味。這幅作品與《雙揚鞭》一樣，都是彩繪門神，但風格迥異。《雙揚鞭》採用了綿竹年畫的傳統技法「明展明掛」，類似國畫中的工筆；《副揚鞭》則採用了「填水腳」的創作技法，類似國畫中的寫意。當年，馮驥才在綿竹考察時，看到《副揚鞭》這對門神時，為之傾倒，讚其為「民間的八大山人」。

「填水腳」技法的由來頗具戲劇性，留下了那個時代生活印跡。據《綿竹縣志》記載：清代中後期，綿竹有大小規模不等的作坊300多家，年畫藝人逾千人，加上幫工，從事年畫生產者達萬人。每年的年畫作品達1,200多萬份，遠銷至西南、西北及東南亞地區。

每到年末，忙完一年的活計之後，一些技藝高超的藝人收拾畫案上的殘紙餘色，寥寥幾筆畫幾

對門神出售，換得幾文小錢回家過年。在創作時，沒有框框套套的束縛，全憑功力隨意發揮，一氣呵成。當時，富人對這樣的門神嗤之以鼻，只有窮人才買，甚至很多畫師也不承認自己會畫「填水腳」。誰料，隨意揮灑的幾筆類似於國畫大寫意，簡練粗獷、潑辣豪放、生動傳神，反而成了綿竹年畫中的上乘之作，顯得更加彌足珍貴。



◆綿竹年畫《副揚鞭》（清代）。