

你过年的打开方式刷新了吗

“弦管千家沸此宵，花灯十里正迢迢。”再过两天，就是传统的元宵佳节。中国人讲究“过完元宵节，年才算真正过完了”。

作家冯骥才先生说：年是一个放大的日子，在年的日子里，现实被理想化，理想又被现实化。年真是中国人一个伟大的创造！

千百年形成的年俗，依旧深刻影响着我们，各种新的年俗又给人们带来新的仪式感，年俗，似乎正在被经济社会发展和城市化进程所解构。今年，你解锁了哪些过年新方式？不断刷新的过年方式让年味变了吗？种种年俗背后究竟有哪些年心理和年文化？

“在历史上，春节扮演过不少角色，慢慢演变成节庆系统的过程中，年俗实践从来不是一成不变的。正是年俗的边界不断扩展，才彰显出春节文化的延展性、包容性和它强大的生命力。”在厦门大学人类青年学者李晋看来，“并不是每一种年俗和行为都能用语言解释，但可以确定的是，美好生活是每个人共同的追求。”

这样好的年，不应该好好过一过吗？

过年，融进中国人的文化基因

实际上，从“腊八”那天喝上一口热粥开始，人们就逐渐进入过年的节奏。过了正月十五，春节才算正式告一段落。

在冯骥才先生看来，年是农耕文明的产物，人们按照大自然的四季轮回安排生产，春播、夏耘、秋收、冬藏，日复一日，但人们还要在平淡的日常里创造一些“高潮”——那就是节日。

“在这些节日里，年又有特别的意义。”冯骥才说，“站在这个辞旧迎新的节点上，人们充满了希望、梦想、期待，于是就产生了一种特殊的心理——年心理。”人们有哪些年心理？冯骥才认为，主要是“祈福”和“辟邪”。这种年心理，大到国泰民安、风调雨顺，小到身体康宁、家庭和美，在过年的时候它是分外强烈的、理想的、热情的。它用什么来表达？用文化。这个文化表达就是过年的民俗。

民俗是一个地域及民族共同认同、代代相传的文化方式。从远古至今，形成了一整套规模庞大、意蕴深切、形式灿烂密集而又完整的风俗事项。比如围绕着年，产生了无数的创造，春联、福字、年糕、剪纸、年画、花灯、压岁钱等。“我们中国人太会生活了，把一个自然的日子变成文化的日子，使故乡、故土、敌人都升温了。”冯骥才说。

过年的核心之一就是除夕的“年夜饭”。“如果你这时身在异乡，回不去家，除夕夜必定要给父母打个电话拜年，此时你说话的声音都跟平常不一样，那是民族文化的DNA在你身上发作了。”冯骥才感叹。云南大学民族学与社会学学院副教授袁长庚深有同感，他说：“从小我就知道过年要团聚，吃年夜饭。长大后，身在外地过年，我还是会自然而然地想着去邀请好友相聚。没有人把这些东西强行灌输给我，但是这就是内心的自觉外化成了行动。由此可见，过年的这套生活技术，已经融进中国人的文化基因，成为生活的一部分。”

专\家\访\谈

新年愈新年俗不俗



波光粼粼的锦江上船只星星点点，年味十足。



清姚《岁朝图》

关键在“年”“俗”只是对生活的安排



游客兴致勃勃在宽窄巷子赏川剧

当城乡共同在年俗的创造上发力

关于年和年俗，还有许多一时难以用言语解释的情愫。不少人感慨“年味变淡”，实际上表达了一种愿望：新春年俗该迭代升级了！有了社会性的年俗需求，必有新的年俗形式被创造出来。

2023年春节期间，成都有两则新闻：一是夜游锦江、天府熊猫光影节、平乐光影秀等夜间文旅消费新场景，吸引大量市民游客沉浸式体验，成都位居春节“夜间游玩”搜索

过年期间，成都人民广播电台主持人孙静在朋友圈晒出了“浩浩荡荡30多个人”在平乐古镇过年的文图：包个院子，一大家子过年。放鞭炮，烤香肠，煮汤圆，晒太阳……她说：“为了将就老年人不出远门，提前了半个月把院子订好，一个院子，15间房，价格也很合适，老老小小要得再晚也不怕吵着其他人。古镇上年味十足，晚上还有灯光秀，我们带了两个大火盆在院子里围炉煮茶、烧烤，去河边放烟花，过年氛围感拉满。”

像孙静一家人一样，近年来，人们过年的方式越来越多元，年轻人解锁了更多的过年方式，在网络上花式分享：“在网上订了预制菜，年夜饭也不用忙活几个小时，做起来也简单”“跟朋友约了去滑雪，实地感受下冰雪运动的魅力”“当然要桌游剧本杀了，平时工作忙，趁着过节把想玩的本刷一遍”“要去电影院看《流浪地球2》，还要追《狂飙》”……成都一家游泳俱乐部的教练张莉告诉记者，

热度全国第二位，文旅部重点提及夜游锦江成为新春文旅消费市场的新亮点。二是春节期间，乡村民宿游人气持续爆棚，部分民宿连续多日满房。两则新闻放在一起看，不难发现：新春年俗的创新工程，已在城乡“破土动工”了。无论是夜游城市的璀璨烟火，还是包个小院过新年的新时尚，都是在现存样式中赋予其新年俗的元素。

重庆大学教授、博士生导师刘海明认为，当城乡共同在新年俗的创造上发力，这样的年俗创造活动就能够成为一种文化创造的功绩，为弘扬传统节日文化作出贡献。如何年俗“创造”，他还提出了自己的建

议：其一，年俗创造的前提是社会的现实需求，这是内在动力。创造并非平地起高楼，而往往是在模仿、借鉴已有样式的过程中逐渐具有独创性的。其二，这是有待当代中国社会共同作答的一道“文化作业”。完成这样的作业，城市的年俗创造要引领未来，为城乡同时接轨，并且有向未来发展、传播的能力。这既需要社会机构的参与助力，也需要政府部门的引导示范。其三，需要激发全社会包括民间的创造力共同行动。当把年俗创造作为全局性的“年夜饭”来烹饪，新春年俗就会源源不断被创造出来，成为传统春节文化的有机组成部分。

记者：近年来，越来越多新奇独特的活动列入春节计划，成为春节的“新年俗”，有些甚至不像是传统概念中那个要“归乡”“团圆”的春节该做的事。用这样的“新年俗”过年，还算是真的过年吗？

郭建勋：年年岁岁花相似，岁岁年年人不同。从年俗的演化过程看，春节似乎就是在所谓的旧与新的混融中不断发展的。人们感知的只是在年俗这条流淌不息的时间长河中很短的一段，更多的年俗留在文字典籍里，留在历史记忆中。在个人感受的生命时间与“永恒”历史时间的结合中，依靠天人合一的理念，凭借汉语汉字、物质民俗、历法等年俗相关的制度安排、一代又一代中国人的生活实践，年俗如滚雪球般地丰富、发展并传承至今，成为我们中国人身上最为重要的文化基因。同时，每一代人又将自己年节习俗融入年春节这条流淌不息的文化河流中。

只要我们在农历新年还要敬天礼地，有敬畏之心；还在纪念先人，尊敬老人，挂念亲人，惦记友人，祝福年轻人，享受团圆之乐；在春节的衣食住行、吃喝玩乐等活动中，丰富年俗文化载体、承续年俗精神传统，年的味道就会永驻在我们的烟火生活中。山川异域，风月同天。不同时代、不同地域的人们，用什么具体的方式、手段，具体的物品来表达他们的春节味道，我认为，在遵守公序良俗的基础上，将年俗传统与现代手段有机结合的尝试，都是值得鼓励的。

“今年我们家选择去北京过年，带孩子到故宫博物院看展览，有点‘故宫里面过大年’的仪式感。”出发前，她做好了攻略：参观《国子文脉——历代进士文化艺术联展》，了解历史名人的文化艺术成就；还特意给女儿买了一套汉服，“打卡博物馆不失为一个过年的好选择，重磅展品让人一眼千年，元宵节我们准备去金沙太阳节看灯，给过年画上圆满的句号。”记者了解到，单是春节期间，四川文旅系统就组织开展艺术展演、文博展览、群众文化、非遗传承、消费促进等六大类2000余场(次)文化旅游活动，在丰富多彩的活动中传承年味。

“十年前，如果有人提出旅游过年的方案，长辈可能会强烈反对。可现在，一家人到一个旅游区度过难得的团聚时光并不少见。‘年俗’二字的关键在‘年’，‘俗’只是我们对生活的安排。这些安排每年也许不一样，但不变的是我们对新一年的期待和向往。”云南大学民族学与社会学学院副教授袁长庚说。

记者：年俗具有浓厚的伦理观念与人情味，你多年来从事人类学研究并走进田野，看到不同地方的人过新年，了解中国年俗的多样性和多元化。你认为传承和保护年俗文化，在当下的意义何在？

**天猫**

美式美汇隐形眼镜旗舰店

专业散光验配旗舰店



线下实体店技术支持：
精视力眼镜旗舰店
电话：廖女士15208391099
地址：成都市春熙路南段13-15号

淘宝扫码

郭建勋：从普通人层面看，春节应该是我们中国人最看重、最在意的节日，正所谓“有钱没钱，回家过年。”年也是中国传统文化的浓缩和精粹呈现，一代又一代的国人，在过年的仪式中，获得中国文化的历史信息和生活气息，感受到阖家团圆的天伦之乐，厚植了普天同庆的家国情怀。

从社会层面看，春节也是家庭之间、民族之间交往交流交融的重要机会。人们在对各地春节习俗的体验中，既感知到丰富多彩的春节习俗，又了解到共同的文化传统，构建共同的文化记忆，增进彼此文化认同，丰富并发展了年俗文化。

从国家层面看，春节蕴含了中华文明的宇宙观和核心价值理念，是中华文明根基性文化的重要部分，一定意义上讲，春节等岁时节日的传承与中国社会文化的连续性互为因果。同时，春节是连接海内外华人的重要文化传统，也是中华文明与世界其他文明互鉴的重要内容。顺天应时的春节，既塑造了中国人的精神世界，也因世界历法仪式所共有主题，成为与其他国家交流沟通的文化桥梁。

此外，经济全球化背景下，东西南北年俗大汇合，汤圆水饺齐上桌，山货海鲜同上升；与年俗相关的物品、产品和文化事项的生产和消费，如春运、花卉、电影、自驾游等，成为岁末年初中国社会经济发展的第一引擎。发掘年俗中蕴含的促进经济社会发展的积极因素，是年俗文化传承的题中应有之义。

（郭建勋：西南民族大学民族学与社会学学院教授）



Lifestyles 琴台

08 成都日报



2023年2月2日 星期四

年货经济背后藏着的潮流

第一批“00后”已陆续步入社会，多数00后在今年第一次领到了年终奖。在他们的眼中，这不仅是一笔“需要好好规划的收入”，也是一笔“给自己和家人置办新年礼物的支出”。

年轻人的想法，如今已经体现在了消费数据当中。春节期间，财经作家吴晓波团队整合各大电商平台年货消费数据，推出的《晚报告》显示，主力消费群体呈现出明显的年轻化趋势，在快手，“90后”、“00后”占平台新电商买家的51%。

今年新年货消费的总体趋势，《晚报告》的总结中，“囤票”成了新关键词。出国出境游，将成为2023年最火爆的行业之一。数据显示，伴随1月8日出入境新政开始实施，国际机票预订量同比去年增长超3倍。同时，今年春节期间的出境游预订量大幅反弹，创近3年峰值。其中，亚洲目的地预订量占比超五成。年轻消费者对于“年货”的定义并没有局限在“除夕到元宵之间的消费”，而是购买了未来一年的机票、酒店套票、游乐园门票作为自己和家人的新年礼物。

还有一个关键词是“年夜饭练习生”。据盒马调研，“在家吃年夜饭”仍是春节主流，越来越多的年轻人成为年夜饭主导者，预制菜的出现催生了新式年夜饭。2023年春节前两周，食补预制菜淘宝搜索量同比上涨340%，“家宴”外卖搜索量同比去年增长10倍，其中超一半用户都是“00后”。数据显示，“自己做+买一部分预制菜”的受访者比例为32%。中国农科院加工所预制食品科研人员刘云鹤表示，随着预制菜市场发展迅速，相关市场每年会以20%的增速发展。2019年预制菜产值达到2400亿元，2020年提升至3400亿元，预计到2023年能达到5000亿元。

新年货带来的消费机会，要怎么把握？《晚报告》认为，年货经济正在发生变革，未来消费总体上呈三大趋势：

第一个变化是：年轻人接过“年货采购权”。在消费升级的驱动下，年轻人这一主流消费群体，偏爱新奇、个性化、多元化的消费模式，购买年货时，一方面考虑实用性性价比的兼具，另一方面更注重社交属性和轻互动玩法。

第二个变化是：享受型的家居产品将更受欢迎。消费者开始更加注重为家人带去智能、绿色的产品。

第三个变化是：即时达的年货购买方式更受喜爱。这一方面说明这种解放双手、省时省力的购买方式深入人心，另一方面，商家品牌的诸多优惠活动，也进一步拉动了消费热情。

随着更好统筹疫情防控和经济社会发展，中国消费市场潜力巨大、趋势向上，年货经济具有一定的风向标作用，背后反映的是实实在在的消费升级，人们开始追求更高层次的“诗与远方”，出游经济、悦己消费仍为主流行业。



成都日报锦观新闻记者 陈蕙茹
本版图片除署名外据各大景点
本版稿件未经授权严禁转载