

## 在成都,留法“海归”葛南君开了座国风体验馆—— 衣袂舞动国风扬

### 打造“一站式”体验馆

葛南君出生于一个军人家庭,家中传统文化氛围浓厚。从小的耳濡目染,也在葛南君心中埋下了一颗种子。

2013年,葛南君前往法国留学,专业是珠宝研究。闲暇之余,她徜徉于欧洲众多文化遗产间,边走边思考,了解不同国家的文化。那段时间,欧洲的文化产业给葛南君留下了十分深刻的印象,在学习珠宝鉴定及逛展过程中,她发现,国外不少品牌会借鉴中国传统文化元素,她常常思考这样一个问题:“等我回国的时候,如何更好地向外传播中国文化?”葛南君意识到,这需要更多像她一样的留学人员,为传统文化“焕新”贡献一份力量。

彼时,葛南君在回国后拜访了许多致力于传承非遗文化的老师傅,开始了解中国文化产业的发展现状。经过一段时间的调研后,葛南君内心有些失望,许多老手艺人虽然仍在坚持传播传统文化,但在现实中需要面对收入较低、找传承人难、年轻消费者少等问题。“许多年轻人其实对传统文化很感兴趣,但他们需要更符合自己审美认知和文化娱乐消费习惯的产品。”葛南君心中有个想法渐渐成形——从供给端为年轻消费者提供更多选择,打造一间“一站式”的传统文化体验馆。

2020年,蜀宫琴台正式开业。葛南君介绍,“蜀宫”是企业文化的来源与载体,“琴台”则取自杜甫《琴台》一诗中的“酒肆人间世,琴台日暮云。”在她的设计中,体验馆融合餐饮、学堂、演艺、汉服、休闲、文创等多个项目,让顾客沉浸式体验传统文化的魅力。

### 赴一场“古典妆造之约”

步入体验馆,顾客可以根据自己的

在四川省成都市武侯区丝竹路,一座仿古建筑映入眼帘,与一旁的锦江河畔相映成趣,“90后”姑娘葛南君创办的蜀宫琴台文创场景体验馆一馆就在这里。

留法回国后,葛南君围绕“蜀文化”的传承脉络,以美食角度切入,将时代审美和传统非遗相结合,让顾客不仅能品鉴美食,还能观看传统音乐演出,体验非遗项目,购买国风文创产品。开馆不久,这里就凭借古色古香的环境、诗意雅致的活动,获得不少传统文化爱好者青睐。



网络图片

喜好选择不同体验项目:音乐爱好者可以聆听中国传统音乐的悠扬旋律,体育爱好者可以感受古代运动项目的独特魅力,文创达人可以欣赏非遗艺术品的精湛工艺……开业不久,这里就吸引了不少来自五湖四海的传统爱好者。

除此之外,蜀宫琴台还定期举办“古典妆造研修班”,邀请1987版电视剧《红楼梦》的妆造师杨树云进行授课。让葛南君惊喜的是,这一研修班比她预想的还要受欢迎。

葛南君介绍,古典妆造研修班的

课程内容分为理论学习和实践操作两部分。杨树云会以中国古代的名画人物举例,分析不同朝代特有的妆造和服饰,帮助学员更好地了解中国古代的妆造文化。在之后的课程中,杨树云会带着学员动手进行妆造设计和制作,学员根据自身不同的形象特点,选择适合自己的妆造。此外,还要学习古代礼仪,如走路的姿态等。有些学员对这一领域非常感兴趣,在动作设计和妆造细节处付出许多努力。结课时,学员自己参与走秀,她们将仿妆对象展示得活灵活现,仿佛一个个古典美人从画中走出。

### 让传统文化“潮”起来

如今,古典妆造研修班已经开办12期,培养了近千名学生。学员不仅来自全国各地,还有一些海外学员。该项目运营以来,葛南君还及时通过线上矩阵进行展示推广,以此为内容核心的系列短视频,播放量最高的一期破百万。

传承和发扬非遗文化,葛南君的决心很坚定。“我认为,不只是因为热爱,这更是我的事业。”目前,葛南君团队里90%的成员是女性,她说,希望能通过自己的努力,展示出非遗传承中的巾帼力量。据了解,葛南君团队如今已签约多名女性艺术家,成立了旗下独立蜀绣工作室和手工编织坊等,为150余名女性提供了就业岗位。

蜀宫琴台还会继续推出生系列产品,并同博物馆等机构进行联动。“文创产品是很有魅力的——它们不说话,但在在我看来,它们传递出的力量抵得过千言万语,‘声音’响亮而有力。”葛南君说。“我希望能够通过我们的努力,让更多海内外的朋友喜欢中华优秀传统文化,助力传统文化‘潮’起来,走出去。”

(孙亚慧 郑立博)

# 清明

人间四月芳菲始  
又是一年清明时

市场信息报  
MARKET INFORMATION

“讲文明·树新风”公益广告