

龙舟漾遗风 粽情系家国

——品端午情怀新气象

又是一年端午时。手腕上的五彩绳、腰间的香囊，门前的艾草、飘香的粽子，劈波斩浪的龙舟……端午，在跨越千年万里的古老传唱中，漾着悠扬的新声。

“粽”情端午 穿越千年历久弥新

包粽子、挂菖蒲、赠香囊……各地习俗不尽相同，但都承载着人民祈福安康的愿望。

6月8日，湖北省蕲春县席盘石村72岁的村民王大庆起了个大早，到农田边割下今年第一把艾草。他说：“晒干后，拿一部分捣碎制作艾条，点燃熏屋可以驱邪。另一部分用来煮艾水鸡蛋，吃了保健康。”

端午这天，大街小巷“行走”的香囊等饰品，充满传统韵味，散发沁人香气。不少市民说，佩戴香囊寄托着美好祝福，勾起儿时美好回忆。

端午凝聚着“家”的情感。

河面上船桨舞动、水花四溅，一艘艘龙舟竞速冲刺。这是今年端午节期间，贵州省镇远县举行的赛龙舟活动上的一幕。

镇远县魏家屯村村民李贵涛为赛龙舟，特意请假回乡，这是他第七年划龙舟。他说，一场龙舟赛，像一声号令，把四散在远方的游子们唤回家乡。

村支书贾英华说，赛后村里办百桌宴，在外村生活的“姑妈”要带着姑

爹娃仔回村，全村老老少少围坐在一起热热闹闹吃个饭。

端午习俗，绵延千年，历久弥新。

在宁夏博物馆，小朋友亲手制作艾草香包，感受传统文化之美；在湖北秭归，龙舟抢标赛，共赴传承之旅；在江苏南京，图书馆阅读服务进景区，书香弥漫端午节……

蕲春县一处蕲艾基地，电商直播开到田间。蕲春种艾用艾的传统延续1800多年，如今，小小一株蕲艾已经发展为综合价值超百亿元的产业。华中师范大学文学院教授孙正国说，今年兴起了艾草花束、粽子挎包以及民俗文化游、研学游等新风尚，相关产业呈现蓬勃之势，展现出传统文化新活力。

传承民族基因 弘扬爱国情怀

“节分端午自谁言，万古传闻为屈原。”屈原无疑是最醒目的端午文化符号。这一天，重温浓情假日，更感受到奋勇争先的民族精神、炽热深厚的爱国情怀。

汨罗江龙舟超级联赛近期开幕。“我们顶着烈日训练，因为划龙舟是我们的传统，不能丢。”来自湖南汨罗市罗江镇罗滨村龙舟队的队员邹福科说，端午节在汨罗的重要程度，仅次于春节。

千百年赛龙舟，赛的是江河上同舟共济、奋勇争先，展现时代大潮中

的上下求索。

循环经济是汨罗的传统支柱产业。经过三十年不懈努力，从早期的粗放式发展转型升级为绿色、低碳的标准化产业模式，每年数百万吨废旧金属在这里重获新生。

“爱国主义是屈原精神的底色。”在汨罗屈子祠工作40余年的屈学专家刘石林说，希望每一代人像屈原原有正直高尚的品格，不断创新求索。

在屈原诞生地，湖北省秭归县屈原镇屈原村端午节都会举办骚坛诗会。“三闾骚坛”是明清时期在当地诞生的民间诗歌社团，参与者多是农民诗人。

翻开他们的诗歌，蕴藏着共同的文化记忆，不仅看到屈原精神代代相传，还有讴歌农村焕然一新的时代变迁。

秭归，这个曾经的国家级贫困县，靠着发展脐橙产业脱贫致富。75岁的黄家兆是土生土长的屈原村人，他说，要把屈原爱国精神代代坚守，让子孙后代把国家建设得更富强。

厚植文化自信 推动中华文化生龙活虎

以端午之名，传承弘扬中华优秀传统文化，延续中华民族的根和魂，展现着节日中的中国故事。

当端午“邂逅”文化和自然遗产日，广东省非物质文化遗产馆推出集市活动，让人们看到老手艺焕发新活力。



龙舟在贵州省铜仁市碧江区锦江河上进行巡游展演，人们泼水互送祝福。

新华社发

“我早早就预约了进馆，带孩子更生动地感受我们传统的端午文化，感悟文化自信。”广州市民刘欣然说。

在摊位上，年轻人分享艾草、葫芦等做成的迷你挂件，祈求端午安康；小朋友体验雕刻龙舟、雕版拓印等，沉浸式感受传统文化。

一个民族的历史文化遗产生动述说着过去，也深刻影响着当下和未来。

近年来，在不少地方，一批批年轻人“溯流而上”，古老的文化传统有了新玩法。“汨罗香囊制作技艺”非遗项目代表性传承人戴芸伊回乡创业，进

村寻访香囊的古法技艺，研发香囊文创产品30余项。随着国潮文化兴起，她的香囊走红，吸引许多游客关注。

浙江省非遗保护中心主任郭艺表示，深入挖掘中华优秀传统文化，积极创新，正在让非物质文化遗产融入生活。

善于继承才能善于创新。中国美院教师夏琳璐是一位年轻的陶瓷技艺传承人。“这门古老的手艺，在我们这一代人手上创新才能传承下去，现代陶瓷要和现代审美和科技相结合。”她说。

这几年，夏琳璐身边的学生更年轻了。她相信，随着有更多的年轻人参与进来，传统文化会更具活力。

从香包、手绳、艾草装饰品走俏，新中式服装成为新潮；到非遗表演精彩纷呈，文博馆文化IP联名“上新”成为热门打卡地……人们热爱并投身传统文化的传承和创新，在端午节得到集中展现，彰显出传统节日所蕴含的文化自信力。

“这份扎根于人们心中的自信，会推动中华文化更加生机勃勃。”郭艺说。（据新华社电）

端午时节说健康

“粽子香，香厨房；艾叶香，香满堂……”又是一年端午节。一提到端午，都会想到吃粽子，但你知道这个人列世界非物质文化遗产名录的这个传统节日，和艾草等多种香草的关系更近，与古时人们的卫生健康息息相关吗？

端午节可追溯到战国时期，到唐代基本定型。在古人的观念中，午属阳，五(午)月火气旺，天气炎热，暑湿当令，滋生秽浊邪气，蚊虫繁殖，需要避疫。端午是五月五日，有民谣道：“端午节，天气热，五毒醒，不安宁”。温州大学人文学院教授黄涛说：“《礼记·月令》告诫人们，在这个月要‘定心气’。端午节避疫祈福蕴含着卫生健康的主题。”

我国各地端午习俗丰富多彩，也有地域性差异。“但是，门前挂菖蒲艾

叶，身上佩香囊，吃“五黄”，兰汤沐浴等多种习俗具有相似性，都与医药卫生有关，表达了不同地域的人们对吉祥平安的共同期待。”浙江非遗保护协会副会长、浙江师范大学陈华文教授说。

在“屈原故里”湖北省宜昌市秭归县，75岁老人黄家兆清早起身，收拾妥帖，要去采摘艾草。“挂艾草、煮艾叶蛋、洗艾叶澡……祛湿散寒避疫，端午处处离不开艾草。”老人说起端午自己要做的，如数家珍。

菖蒲，另一种香草，也是端午的“当令植物”。从传统的卫生防疫角度来说，艾草、菖蒲所产生的奇特芳香，可提神醒脑、驱蚊杀菌、净化空气。民间至今有“家有三年艾，郎中不用来”的说法。除悬挂香囊外，人们还会用具有芳香开窍效果的多种中草药制作香囊，以起到驱虫防病的作用。

浙江嘉兴粽子闻名遐迩。除了粽子，在端午节，嘉兴市民还经常选购黄瓜、黄鱼、黄鳝、咸鸭蛋、雄黄酒等“五黄”食品。“五黄”的前四者是当令的食物，利于保健；雄黄是药材，具有抗菌、解毒、驱虫的功效。据清代《清嘉录》记载：“研雄黄末，屑蒲根，和酒以饮，谓之雄黄酒。”在我国多地端午节俗里，雄黄酒不可或缺。作为中国四大民间传说之一，“白蛇传传说”于2006年列入国家级非物质文化遗产名录，其中“白娘子端午饮雄黄酒”的故事脍炙人口。

但是，雄黄酒有一定毒性，应当慎饮，更科学的使用方式是将其洒于室内用于驱虫避毒。人们还会在孩子的额头上点一点雄黄酒，或者模仿虎头的花纹，在额头上写一个“王”字，传递出威慑百邪的涵义。（据新华社电）

端午粽香 老字号做出新滋味

仲夏始，端午至。老字号氤氲出粽香，飘满神州大地。

浙江嘉兴，五芳斋产业园早早迎来一年中的订单高峰。厂房中，裹粽师傅双手上下翻飞，一个个精巧的鲜肉粽就这样成为端午佳节很多消费者餐桌上不可或缺的美味。

“五芳斋有36道古法制作工序，裹粽是唯一坚持手工完成的。”五芳斋实业股份有限公司副总经理徐炜说，秉承匠心，是对顾客的负责，更是对文化的传承。

甜粽，是很多北方消费者的偏好。“以枣粽为例，糯米要粒粒精挑细选，每斤红枣要控制在150粒上下，误差不能超过5粒。”北京稻香村副总经理石艳表示，在粽子制作过程中，原料清洗、手工包制、熟制灭菌等所有环节精准控制，才能呈现最佳口感。

记者调研发现，虽然各色口味网红粽子涌现，不少消费者仍习惯到老字号买粽子，寻找儿时记忆的味道。

端午前几天，北京稻香村“零号店”，市民胡女士照例光顾。“父母喜欢咸粽，我喜欢甜粽，但甬管咸甜，买粽子就认老字号。有这一口滋味，才是传统佳节！”

老字号代代传承的匠心，和中华民族绵延数千年的文化，就在这各异而又和谐的滋味中交织，沿着时间长河流向未来。

时间向前，市场在变，受众也在变。老字号长盛不衰，靠匠心筑牢基础，更需要守正创新开路。

小红书上，陶陶居官方账号的多样化活动成为亮点，其议题设置别出心裁：“一笔连粽”迷宮、看图作诗等活动益智而兼具文化色彩，吸引了众多年轻人在评论区回复，与官方账号形成深度互动。

陶陶居相关负责人表示，希望打造年轻化的营销场景，营造更“好玩”的陶陶居形象，提升粽子等产品在年轻人中的知名度。

中国数据研究中心调研显示，国内粽子消费人群持续上升，年轻群体成为粽子的消费主力。2024年粽子市场总量增幅将达到8%，市场规模达到103亿元。

小粽子，大市场。记者调研发现，多家老字号今年纷纷出招，让“寻味端午”更精彩——

口味花样翻新。稻香村推出“奶黄软心粽”，诸老大联名推出小面推出“微辣火锅小粽”。市场上，杨枝甘露、香菜辣条等独特口味粽子层出不穷，低糖低脂的乌米粽、紫薯粽等备受关注。粽香中，多了时尚与健康。

营销丰富多彩。多家老字号开启线上直播，展示粽子制作工艺；知味观推出“龙飞粽舞”等主题礼盒，让舌尖上的香味萦绕传统文化之美……

科技赋能生产。五芳斋打造真空粽智能化集成工艺示范车间，实现“真空烧煮灭菌二合一”工艺技术革新，持续提升粽子产品口感和生产效率，相关产业链不断向数字化、智能化、绿色低碳方向升级。

粽子的产销焕新，背后是老字号直面消费新趋势、新场景、新需求，创新技艺、产品与管理模式的行动。

“科技助力、文化加持、完善市场布局……这些都是五芳斋守正创新的方向，也是很多食品老字号在市场突围的秘诀。”徐炜说，“下一步，五芳斋还将通过加强品牌合作、与技术企业合作等举措，吸引年轻受众，光大中华传统文化。”

老字号走向未来，也需政策支持。2024年2月，按照《中华老字号示范创建管理办法》的程序和要求，

商务部会同相关部门将382个品牌认定为第三批中华老字号，其中不乏方家铺子、老盛昌等兼具地域特色与知名度的食品品牌。

商务部新闻发言人何亚东在例行新闻发布会上表示，将通过打造更多沉浸式、体验式消费场景，持续加强中华老字号日常管理，深挖老字号文化底蕴，讲好老字号传承故事等方式，推动老字号守正创新发展。

各地也积极推出相关政策举措：北京印发《进一步促进北京老字号创新发展的行动方案(2023—2025年)》，上海扶持老字号企业成立非遗工作室，四川建立老字号的梯级培育体系……

政策给力，企业发力，众多老字号正在以高质量供给创造更多有效需求，在新时代呈现旺盛生命力。

商务部副部长盛秋平表示，将采取切实措施，推动老字号发挥主体作用，守住以人民为中心的“根”，传承优秀传统文化的“魂”，借好先进适用技术的“力”，加快创新发展，拓展更大市场，满足更多需求。（据新华社电）



在湖北省宜昌市夷陵区“端午文化月”系列民俗活动现场，民间艺人制作面塑粽子饰品。

新华社发



在江苏省扬州市何园景区，小朋友们和工作人员一起包粽子。

新华社发



在江西省吉安市吉州区一家幼儿园，老师为小朋友们“点雄黄”。

新华社发



在武汉市东湖公园举行的“我们的节日·端午”活动中，一名小朋友体验“射五毒”。

新华社发



四川省广安市武胜县龙舟队队员参加趣味抢鸭活动。

新华社发



在新疆和田夜市，来自上海的小游客品尝酸奶粽子。

新华社发