

工作室里的年轻人

醋香里上一堂手工课

■ 牛子群 山西榆社

在山西省榆社县北寨乡夜明珠湾，非遗醋文化工作室常年醋香袅袅。拌粮、发酵、熏醋、淋醋、封坛，一道道古老的酿醋工序，不再只是作坊里的生产日常，也成了我带给研学游客的手工课堂。我以一门老手艺，开办非遗手工醋研学课程，让千年醋文化在亲手体验中“活”起来、火起来。看着大家围着醋坛动手尝试，我觉得老手艺离年轻人更近了。

我是95后返乡青年，也是北寨食醋传统手工酿造技艺的非遗传承人。曾经我在城市工作，但始终牵挂家乡手艺、心系乡土发展。2022年，我返乡创业，想跳出传统工厂只做生产的老模式，把家族百年酿醋手艺，转化为可体验、可学习、可传播的内容，让千年醋文化在亲手体验中“活”起来。这是我最想做成的事，也最踏实。

守艺先守心，古法味道容不得半点偷懒。我的工作室一直遵循榆社传统酿醋工艺，坚持纯粮固态发酵、自然时序酿造，不图速成，只求本味。从精选五

谷、煮蒸糖化，到发酵培菌、淋醋出香、手工封坛，每一步都按老法子来，保留地道的乡土味道和传统匠心。

传承老手艺，也要有新形式。为了让藏在乡间的非遗技艺被更多人看见，我常态化开设非遗手工醋研学体验班，面向学生、亲子家庭和文旅游客开放。整套古法酿醋流程被我拆成安全易懂、容易上手的环节，学员可以走进作坊课堂，了解醋文化历史，观察粮食到陈醋的变化，也能亲手参与拌料制曲、入坛发酵、封坛留名。

比起单向讲解，亲手体验更容易让人靠近非遗。很多孩子和家长在动手过程中，慢慢读懂“慢工出细活”的传统匠心，也认识了山西醋文化的底蕴，这让我更有干劲。未来，我还想结合更年轻的传播方式，加入文创展示、非遗科普短视频，让传统手艺贴合当下年轻人的审美与认知，让山西老陈醋走入更多寻常百姓家。

（本报记者 马睿珊采访整理）



牛子群 梁 涛摄



王俊浩

守着小店磨咖啡

■ 李 金 云南昆明

我在云南省昆明市做咖啡已经有14个年头，现在在虹山集市经营着自己的咖啡工作室。进入这个行业之前，我做了两年调酒师。2011年我偶然看到一家咖啡店招聘，凭好奇投了简历，就此一头扎进咖啡的世界。

在连锁咖啡品牌店工作时，我有了系统学习咖啡知识的机会。进门店前，我被派往深圳实训两个月。那时我总在想，到底是什么决定一杯好咖啡？是豆子、时间把控、拉花技术，还是服务？越是好奇，我就越钻研。那6年里，我从普通咖啡师做到主管，考下昆明较早一批“黑围裙”。后来，我去重庆、四川成都学习冲煮、拉花与烘焙，决定把咖啡作为要深耕的事业。

认准这条路后，我把精力投入技术打磨。练拉花是实打实的苦功夫，一个月消耗几十箱牛奶是常态，融合、摆动、推、拉，每个动作都要练成肌肉记忆。我也参加专业赛事，想学到行业前沿的技术和思路。最初几年，我拿过奖，但后来连续多年无缘名次。高手云

集，考验的还是基本功。

我没有泄气，熬过瓶颈期后终于迎来突破。在PCA（专业咖啡竞技）赛事中，我成为同时拿下冲煮与拉花“双料”冠军的选手，2021年还获得CTI冲煮赛全国季军。赛场带给我的不只是荣誉，也拓宽了我对咖啡的认知。

2020年，我在一间集装箱里开了自己的第一家店。真正创业后我才明白，把咖啡当事业，过硬技术是基础，能让店长长久走下去的，永远是产品。

我把心思放在咖啡拉花创新上，结合节假日推出特色图案，如今有几十种款式；也把早年经验融入特调咖啡制作，加入云南本土风味。比如“菠萝要跳海”，以冷萃咖啡为基底，糅合菠萝果香、茶香和手工盐梅酱，带着滇式清爽。

直到现在，我仍会根据顾客反馈优化产品，保留经典、淘汰冷门。回望14年，支撑我走下来的是热爱与坚持。从兴趣到事业，需要一步步来，把一件件事做扎实，才能走得更远。

（本报记者 张 驰采访整理）



李金



王倩

让家乡元素走上荧幕

■ 陈仁浩 山东菏泽

7年前，怀揣儿时的动画梦想，我返乡创业，在山东菏泽鲁西新区创建山东旭梦文化科技发展有限公司。

这几年，我带领年轻团队深耕三维动画、数字文创领域，不仅参与国漫影片制作，也努力培育本土人才，让菏泽动漫力量有机会亮相荧幕。

我从小痴迷动画，常常沉浸在《大闹天宫》《哪吒闹海》的国风动画世界里。大学毕业后，我进入福建厦门一家动漫公司，参与项目制作，积攒行业经验。此后，我又辗转浙江杭州、山东青岛等地，在一线打磨技术，练就了比较扎实的动画制作功底。

2019年，我带着积攒的20万元启动资金回到菏泽，创立旭梦文化，深耕影视动画、特效合成等业务。“旭梦”，就是延续梦想的意思，我想让自己的动画梦在家乡绽放。创业之初，本土专业动漫人才稀缺，我就从零起步做市场、带团队，和伙伴们埋头钻研技术，一步步站稳脚跟。

2022年5月，我们团队获得《哪吒2》项目合作机会。为达到顶级国漫的制作水准，我带领团队日夜攻坚，通过项目测试，正式加入影片制作团队。在《哪吒2》中，我们主要承担人物毛发、衣物动态解算工作。荧幕上短短1分半钟的镜头，凝聚着团队近3个月的投入和打磨。

一路走来，旭梦文化已具备动画全流程独立制作能力，团队30人，平均年龄25岁，也参与了多部影视动画制作。做动漫，不仅要有技术，更要有传承文化的使命感和责任感。动漫是传播传统文化、讲述家乡故事的很好载体。针对本土文创人才短缺问题，工作室还与菏泽学院、菏泽职业学院开展校企合作，把实战项目搬进课堂，培养动画人才。

2026年上半年，我们深挖菏泽牡丹文化、历史文脉，打造牡丹主题AI原创短片《牡丹吟》。目前，我们正联合高校策划菏泽历史考古主题微短剧。未来，我会继续带领团队精进创作，让更多饱含菏泽元素的文创作品走向更广阔舞台。

（本报记者 王 者采访整理）

2026年上半年，我们深挖菏泽牡丹文化、历史文脉，打造牡丹主题AI原创短片《牡丹吟》。目前，我们正联合高校策划菏泽历史考古主题微短剧。未来，我会继续带领团队精进创作，让更多饱含菏泽元素的文创作品走向更广阔舞台。

（本报记者 王 者采访整理）



陈仁浩（右）



张博皓

古画在屏幕上动起来

■ 王俊浩 浙江绍兴

我今年27岁，学动画出身，不少同学一头扎进大城市的动画大厂，我却回到了家乡小城——浙江省绍兴市上虞区，在零创湾·鸿雁园区经营着一个古画复原工作室。

传统手绘复原古画费时费力，还很难还原细微动态。AI技术的发展，让我找到了创业方向：用AI技术辅助传统美术，让文博资源“活”起来。

靠着上虞“场地租金零费用、水电成本零支出、登记注册零跑腿、培训交流零距离”等创业支持，2025年夏天我正式入驻零创湾·鸿雁园区，开启了创业生涯。这给了我想法落地的底气，也让我敢接更难的活。

第一个项目是来自一家博物馆的《卢沟筏隐图》修复项目。几名动画专业在校生、一位深耕AI算法的师兄，拼成了创作班子。我们一头扎进史料，反复考据，大到桥梁形制，小到纤夫发力的肌肉线条，每一处都反复校准。AI负责高效完成批量动态演算，我们人工把控历史韵味与画面美感，二者

互补，既提高效率，也尽量守住古画本身厚重的人文底色。最终效果得到认可。

从此，工作室慢慢走上正轨。白天跑业务、看现场、查史料，晚上和伙伴描手绘、做AI，创业的时光累但充实。除了项目伙伴，我还有很多携手并进的“同路人”，大到上虞全区的“虞创联盟”，小到零创湾·鸿雁园区里的创客“同桌”，我们一起参加政府免费提供的提升培训、研讨沙龙、创客比赛，时不时碰撞思想火花，跨界合作，携手成长。

更让我感动的是，家乡上虞为创客建立了培育机制，不只关心我们“活不活”，也关心我们“好不好”，有部门还主动帮我对接项目。现在，工作室承接了更多本土项目，也接到了北京的项目。

一门手艺，一项技能，一间小工作室，同样可以有精彩的职业生涯。期待有更多年轻人回到家乡逐梦。

（本报记者 刘军国采访整理）

小礼物里有文化

■ 王 倩 宁夏银川

我是“这礼很宁夏”文创品牌创始人。做这个品牌，最初是因为一个很朴素的念头：把“塞上江南”的文化做成有质感、能带走的礼物，也让更多人通过一件小物件认识宁夏。

大学我主修传播学，毕业后在北京从事文化传播工作，后来机缘巧合回到家乡宁夏回族自治区银川市。

我爱旅游，走过祖国每一个省份，也去过不少国家。每到一地，我都喜欢收集冰箱贴，家里的冰箱贴得满满当当，这成了我的旅行仪式感。也正因为看过不少地方成熟的文创产品，我越来越觉得，家乡文化也应该有更年轻、更日常的表达。

可每次接待外地朋友，想拿出一份有质感、又有宁夏故事的伴手礼，却总难找到合适的。宁夏有大漠长河、历史古建、非遗手工艺，只是过去被看见、被带走的方式还不够多。于是，我下定决心留在宁夏，创办文创品牌。

创业初期每天都像“打怪升级”，每一步都要自己盯。熬夜加班是常态，但看到产品成品时，那种开心很难形容。

依托传播专业经验，“这礼很宁夏”慢慢被更多人知道，也成了银川自强巷的一家“网红店”。我持续开发冰箱贴、明信片、玩偶、非遗手作、城市礼盒等原创文创产品。目前，我们有4家自营门店，也和宁夏多家4A级景区合作，让游客在旅途中遇见宁夏文创。有游客买完后说，要把这份“宁夏记忆”带给朋友。这样的话，对我就是很实在的鼓励，也让我安心。

去年，我们受邀参加第七届中阿博览会，有了对外展示本土文化的机会，也让我更坚定把这件事做下去。

如今品牌初具规模，但我的征途才刚刚启程。今年恰逢闽宁协作30年，我们在银川市闽宁镇“看见闽宁·戏剧村落”开了新店。未来，我会持续深挖黄河、西夏、丝路多元文化，以文创赋能文旅，以美学推介家乡。我愿扎根塞上江南，守住匠心、持续创新，用一件件原创好物，把宁夏的文化名片，递向全国、全世界。

（本报记者 焦思雨采访整理）

我是“这礼很宁夏”文创品牌创始人。做这个品牌，最初是因为一个很朴素的念头：把“塞上江南”的文化做成有质感、能带走的礼物，也让更多人通过一件小物件认识宁夏。

大学我主修传播学，毕业后在北京从事文化传播工作，后来机缘巧合回到家乡宁夏回族自治区银川市。

我爱旅游，走过祖国每一个省份，也去过不少国家。每到一地，我都喜欢收集冰箱贴，家里的冰箱贴得满满当当，这成了我的旅行仪式感。也正因为看过不少地方成熟的文创产品，我越来越觉得，家乡文化也应该有更年轻、更日常的表达。

可每次接待外地朋友，想拿出一份有质感、又有宁夏故事的伴手礼，却总难找到合适的。宁夏有大漠长河、历史古建、非遗手工艺，只是过去被看见、被带走的方式还不够多。于是，我下定决心留在宁夏，创办文创品牌。

创业初期每天都像“打怪升级”，每一步都要自己盯。熬夜加班是常态，但看到产品成品时，那种开心很难形容。

依托传播专业经验，“这礼很宁夏”慢慢被更多人知道，也成了银川自强巷的一家“网红店”。我持续开发冰箱贴、明信片、玩偶、非遗手作、城市礼盒等原创文创产品。目前，我们有4家自营门店，也和宁夏多家4A级景区合作，让游客在旅途中遇见宁夏文创。有游客买完后说，要把这份“宁夏记忆”带给朋友。这样的话，对我就是很实在的鼓励，也让我安心。

去年，我们受邀参加第七届中阿博览会，有了对外展示本土文化的机会，也让我更坚定把这件事做下去。

如今品牌初具规模，但我的征途才刚刚启程。今年恰逢闽宁协作30年，我们在银川市闽宁镇“看见闽宁·戏剧村落”开了新店。未来，我会持续深挖黄河、西夏、丝路多元文化，以文创赋能文旅，以美学推介家乡。我愿扎根塞上江南，守住匠心、持续创新，用一件件原创好物，把宁夏的文化名片，递向全国、全世界。

（本报记者 焦思雨采访整理）

小拳馆里看见改变

■ 张博皓 天津

我毕业于天津体育学院武术与民族传统体育专业，如今经营着一家名为“搏击格斗”的搏击俱乐部。这间不大的工作室，既是我深耕专业的小阵地，也是我把武术技能、运动热爱转化为事业的地方。

选择创业开馆，不是一时冲动。在校期间，我常利用课余时间运动场馆兼职教练。日复一日带队训练，我慢慢读懂体育的价值：它不只是赛场竞技，更是服务大众、强健身心的实用技能。随着青少年体能塑造、成人搏击减脂、康复运动指导等需求增加，我看到了把专业变成事业的可能。

独自经营搏击工作室后，我告别了只专注授课的教练身份，一个人扛起教练、运营、策划等职责。定制分层训练课程、跟进学员状态、线上线下宣传推广，大小事务都要亲力亲为。

创业路上难题不少。如何吸引客流量？短视频给了年轻创客新的舞台。我从零学习拍摄、剪辑、运营账号，在平台分享搏击教学、科学健身内容。曾经面对镜头紧张局促的我，慢慢摸清传播

规律。如今，不少学员正是通过网络平台了解拳馆，走进训练馆开始运动生活。

一路走来，对我影响最深的是天津体育学院武术与民族传统体育学院的杨光老师。她常常告诉我们：“不仅要能练，更要会教。”随着教学实践不断深入，我越来越理解这句话。体育工作的价值，不只是传授动作和技巧，更重要的是引导大众建立健康的生活方式。

拳馆里有一位40岁左右的学员，让我印象深刻。他刚来时体能很差，简单热身都跟不上，跑几步就要停下来休息。他说自己工作忙，很久没系统运动，只想把身体状态调回来。训练一段时间后，有一次他下课告诉我，现在上下楼不那么费劲了。那一刻，我感到一种很朴素的成就感。

很多人问我：经营这样一家小工作室，最大的收获是什么？我想，是看见改变：孩子在运动中变得自信，成年人重新找回活力，越来越多人把运动变成生活习惯。

（本报记者 李家鼎采访整理）

本版图片除署名外均为受访者提供