

# “好客山东·美食争霸赛”激战正酣 非遗美食“老手艺”成为“新潮流”



从古至今,美食从来都不只是“吃”那么简单。它承载着地域记忆,串联着文化脉络,酸甜苦辣里藏着当地人对生活的态度。山东物产丰富,是美食大省,当各地美食齐聚同一赛场,会产生怎样的化学反应?

记者 孙远明 济南报道

当下,激战正酣的山东美食争霸赛给出了明确答案。从济南的“鱼跃龙门”,淄博的“串山越海”,济宁的“虾路相逢”,东营的“包打天下”,德州的“龙行天下(驴肉)”,再到威海举办的“一代天饺”,这场美食赛事,早已不是简单的厨艺比拼,更像是通过“赛事之手”,将山东丰富多元的美食进行了深度挖掘、系统梳理。这场美食争霸赛不但为全国游客端上了一份色香味俱全的“鲁味盛宴”,更探索出了一条非遗美食“活化传承”的路子。

山东美食争霸赛最直观的作用,是给了非遗美食一个“走出深闺”的舞台。

今年4月份,为进一步推动非遗融入现代生活,提振文旅消费,山东省文化和旅游厅组织开展了山东百种非遗美食推荐活动。在公布的山东百种非遗美食名单里,就有不少美食代表各地“征战”此次大赛,比如雪野鱼头、利津水煎包等等。

过去,多数的非遗美食是藏在街巷老



山东美食争霸赛·威海赛场。

铺、酒店餐厅里,只被当地人熟知,难破地域边界。而赛事把这些分散的“宝贝”聚到一起,不仅展示技艺,更讲透了背后的故事:潍坊朝天锅因煮锅无盖得名,让品尝者体验到真正的“大饼卷万物”;高密炉包源自莫言家乡,相传由韩信手下厨师所创,以香蕉酥脆,菜生肉熟著称……游客尝着味道,听着故事,“吃”就成了触摸文化的入口。

数据最有说服力,东营赛场4天免费送出4万份水煎包,总客流量达14.9万人次,带动夜市营业收入约370万元。8月29日到31日,德州市宁津县康宁湖文化主题公园总客流量15万人次以上,单日最大流量5.46万人次,现场200家非遗、文创摊位及知名本地餐饮企业外摆3天销售额近750万元以上,拉动住宿餐饮交通等综合消费3000万元以上。这些数字背后,是非遗美食从“地方特产”变成“公共焦点”的蜕变。



“龙腾四海——‘参’情拥‘鲍’把子肉水饺”。

更难得的是,赛事没让非遗困在“传统”的壳子里,而是搭了个“守正创新”的试验场。比如,为征战威海“一代天饺”赛场,济南拿出“龙腾四海——‘参’情拥‘鲍’把子肉水饺”和“荷塘月色——金鱼蒸饺”。前者堪称“神仙组合”,既有把子肉的肥而不腻,又有海参鲍鱼的极致鲜美,巧妙的是,

饺子还被拼成“中国龙”造型,深藏吉祥如意、鸿运当头的好兆头。这种创新让人眼前一亮。“把子肉”是济南的特色美食,济南人把把子肉玩出了花,之前相继推出把子肉公交卡、把子肉酸奶、把子肉冰激凌,现在又多了一个把子肉水饺。这正是跟着热点、贴着年轻人对新鲜体验的需求来。

对于非遗美食来说,赛事的另一大益处,是让美食间有了更加紧密的接触。以前,传承人多是“单打独斗”,现在,美食大厨们聚在一起,对于菜品的烹饪做法、摆盘讲究等等都可相互交流借鉴。比如淄博烧烤赛场,淄博第三轮比拼中推出“龙舟献宝”,便是借用孔府菜玉带虾仁的制作理念,用秋葵和虾仁组合,风味别致,关键还低盐低油,正符合大家追求健康饮食的理念。

再者,赛事通过结合文旅景区畅游和“吃住行游购娱”体验链条,形成了一个良性循环:非遗美食吸引客流,客流带动文旅消费,消费又反哺非遗传承,让传承有了实实在在的动力。

当前,山东美食争霸赛的赛程还未进行到一半,更多精彩正等待市民游客解锁。虽说美食赛事的热气终会散去,但文化的温度和味道会留住,并通过市民游客的口碑传得更远。

山东这场美食争霸赛证明,非遗美食的传承,不是将它制作成“标本”,也不是把老手艺固定在精美的展柜里,而是让它融入更多人的生活中。未来,若能继续以赛事为纽带,让非遗美食和产业、文旅贴得更紧密,定会有更多非遗美食从“赛场”走向“市场”,从“地域文化符号”变成“全国特色名吃”,让齐鲁大地的美食,在传承与创新里一直“火”下去。

## ■文旅动态

### 9月孙姓游客 逛孙子文化园免费

第十七届孙子文化旅游节在中国孙子文化园盛大开幕。9月30日前,全球孙姓游客,凭身份证件等有效证件可领取“文化寻根故里行”文化游园套票一张。文化游园套票含以下项目:兵器馆(含兵器馆参观及射箭体验),兵圣宫(含孙子兵法智慧体验馆、宝光艺术馆、“寻找兵圣”剧场)。

孙子文化园融合孙武兵学文化与现代科技体验于一体。在这里,您可以真切感悟《孙子兵法》中“止戈”“伐谋”“伐交”等兵学智慧。

### “海洋大集” 文旅消费季掀热潮

9月13日,为期三天的一代天“饺”山东饺子争霸赛暨威海“海洋大集”文旅消费季迎来收官!威海队赢得冠军“饺”王!

威海各A级景区围绕“好客山东·美食争霸赛”推出多元优惠,赤山、多福山、花斑彩石3家景区推出门票优惠;银滩、牡蛎欢乐城联动住宿餐饮优惠。活动期间,优惠景区共计接待近3万人,收入近200万元。

威海“海洋大集”文旅消费季整合了文旅、农业、海洋、商务、行业协会等多方资源合力丰富消费场景。大集现场组织近200家商户现场参展,实现展销总收入达780.36万。此次海洋大集消费季活动全面放大威海卫城片区国家级夜间文旅消费集聚区示范作用,至海港湾先期举办潮音踏浪滨海狂欢音乐节,栖霞街同步举办“一栖来寻宝活动”。美食争霸赛期间,卫城片区日均接待6万人次,拉动消费超4000万元。同步在威海国际海水浴场举办“鲜宴四海”威海海鲜嘉年华活动,进一步放大美食大赛拉动效应。

## ■艺海观澜

### 京剧《燕翼堂》亮相中央歌剧院剧场

郑珂 济南报道

2025年9月11日-12日,山东省京剧院创作演出的、入选国家艺术基金2024年度传播交流推广资助项目的京剧《燕翼堂》亮相中央歌剧院剧场,参加由中央宣传部和文化和旅游部主办的“纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利

80周年优秀舞台艺术剧目展演”活动。

京剧《燕翼堂》取材自山东沂蒙老区临沂市蒙阴县“燕翼堂”刘氏家族的真实历史,以戏剧思维对历史真实进行重新建构,以“一个家族的毁灭”和“一个民族的新生”,折射出优秀传统文化基因的传承、血性与奋斗,展示了在国破家亡历史关头的沂蒙精神、民族精

神,艺术地回答了“只有共产党才能救中国”这一伟大的真理。

《燕翼堂》创作期间,山东省京剧院及相关主创,把创新精神贯穿创作生产全过程。山东省京剧院极为注重提高文艺原创能力,在探索中突破超越,大胆探索红色题材京剧的表现手法,力图通过丰富手段,增强文艺作品的吸引力、感染力。

### 柳子戏《老青天》首登中国戏剧节

记者 孙远明 张宇宁 杭州报道

9月13日晚,杭州萧山剧院内,第十九届中国戏剧节的舞台上,由山东省柳子戏艺术保护传承中心(山东省柳子剧团)带来的新创《老青天》精彩上演,收获观众喝彩连连。

中国戏剧节是我国戏剧艺术领域最高规格、最高水平的活动。此次杭州之行,对于柳子戏来说,具有十分重要的意义。山东省柳子戏艺术保护传承中心(山

东省柳子剧团)党委书记、团长李长海表示,这是柳子戏首次登上中国戏剧节的舞台。同时,柳子戏《老青天》是此次戏剧节山东唯一入选剧目,也是《老青天》自首演以来的第100场。

据了解,为了此次中国戏剧节的亮相,《老青天》主创团队在音乐、行当等方面又对剧目进行了提升。

此次《老青天》亮相第十九届中国戏剧节,不仅是对该剧目艺术价值的肯定,更标志着拥有悠久历史的柳子戏在当代焕发

出蓬勃生机。《老青天》是一部借古颂今的反腐清官戏,同时又是一部吸睛的“花脸花旦”戏。八十二岁高龄、白发黑面的清官包拯,屡次告老退仕不能获批,此次到枢密院装聋作哑以达目的,结果弄巧成拙,不仅印没退成,反而又弄回来一方“曹州查贪”御印,最后智铡贪官,义救饥民。

该剧演员阵容强大。剧中包拯由柳子剧团一级花脸演员王伟饰演。王粉莲由第32届中国戏剧梅花奖获得者尹春媛饰演。

### 原创儿童剧《山海经之东海传说》首演

韩小梅 济南报道

2025年9月13日至14日,原创儿童剧《山海经之东海传说》在山东省话剧院上演,用一场充满东方奇幻色彩的演出,为大小观众带来沉浸式戏剧体验。

该剧由山东省话剧院出品、青年团队打造,入选2024年度山东省舞台艺术青年

人才创作项目。演出现场,掌声、欢呼声此起彼伏,热烈的氛围贯穿演出始终。这场演出凭借精彩的内容和生动的呈现,深深俘获了现场观众的心,赢得了一致喜爱与好评。在充满趣味的互动环节中,小朋友们更是热情高涨,纷纷踊跃参与。《山海经之东海传说》的演员们通过生动鲜活的表演打破“神话人物”的距离感,让孩子能直观感

受传统文化的魅力,真正实现寓教于乐。据了解,山东省话剧院以此为契机,大力支持青年人才实战成长,推动剧院创作梯队建设,为话剧艺术的当代发展注入新动能。本次演出既是成果展示,更是打磨精品的起点。剧院将广泛征集意见,持续优化剧目,致力打造一部“叫好又叫座”的儿童剧佳作。