

报考热度攀升，人才需求凸显 —

非遗专业：冷门不“冷”

2025年高考录取已尘埃落定，在林林总总的大学专业中，非遗专业自带一丝特别的气质——2021年3月才正式入选普通高校本科专业目录，这个高校里的“新鲜面孔”却藏着数千年的老手艺和深厚的文化根脉。4年多来，全国已有21所高校开设非遗本科专业，我省南京艺术学院、扬州大学等多所高校也陆续在本科、研究生培养层面辟出了非遗特色研究方向。

非遗专业招生会遇冷吗？大学里如何教授这门“古老的新学问”？带着这些疑问，记者近日走访省内多所高校，一探究竟。

报考热度逐年攀升

这个夏天，22岁的储天舒毕业了。4年前，学美术的她报考了南京艺术学院与苏州工艺美术职业技术学院联合办学的首饰制作（本科）专业。在校时，她系统学习了设计原理、艺术史、材料科学等理论课程，还掌握了花丝镶嵌、珐琅等传统非遗工艺。

目前，我国已建立起国家、省、市、县四级非遗名录体系，收录超10万项，其中国家级超1500项。

如何培养青年人才，让古老技艺薪火相传？

相较于非遗传统的家族制、师徒制传承模式，高等院校在科学育才、全面育人方面有着明显优势。2021年，非遗学应运而生，正式填补了非遗专业本科层次教育的空白。

在我省，南京艺术学院、南京农业大学、扬州大学、南通大学等多所高校纷纷开设非遗相关专业或研究方向，覆盖音乐、戏剧、美术、烹饪等多个领域。

“专业招生规模不大，每年35人左右，

但报考热度逐年攀升，分数线一年比一年高。”南京艺术学院人文与博物馆学院非物质文化遗产系主任陈红雨告诉记者，该校2009年开设“文化遗产保护与管理”（非遗方向）本科专业，成为全国最早开展非遗教育的高校。2023年起正式招收非遗专业本硕博学生，形成三级贯通的人才培养体系。

“我们虽为专科院校，但非遗相关专业（如刺绣、玉雕、桃花坞木版年画等），因就业率高、行业认可度强，录取线往往高出本科线40分左右。”苏州工艺美术职业技术学院教务处处长赵罡说。

从无到有，再到报考热度年年攀升，驱动力是什么？省非物质文化遗产保护中心主任赵彦国认为，在文化自信增强、国潮兴起的当下，社会对非遗保护的重视程度提升，人才需求凸显。高校非遗专业的设立，为人才培养提供了制度化保障，也为非遗传承注入了新生力量。

学非遗能找到工作吗

专业选择，关乎未来的职业方向。学生和家长更关注现实问题：非遗专业的课程设置、办学条件能否培养行业所需人才，直接点说，也就是毕业后能找到工作吗？

“江苏在传统工艺、传统戏曲、饮食烹饪等方面资源丰富，相关特色专业为转型发展非遗学科提供了得天独厚的优势。”南京大学文化与自然遗产研究所所长、历史学院教授贺云翱早在2003年就推动开设“文物与文化遗产”专科升本科专业，并面向全国招生。这一专业持续开设了10届，最多一届招收了近200人。

从省内各地高校的非遗相关专业培养模式来看，采取的都是“内外兼修”的模式：

“内”重理论，“外”重实践，让学生接受传承人指导、参与非遗传承保护工作。

在课程设置上，传统与创新的平衡是各校的共同探索。苏州工艺美术职业技术学院在刺绣、桃花坞木版年画等传统技艺的教学中，积极将数字技术融入课程，拓展了非遗的表达边界。在今年毕业展中，2022级刺绣班学生陈思文的作品《韵海云田》创新性地运用人工智能进行前期配色测试与构图设计，再引入激光切割技术制作绣片，使作品呈现出丰富的层次与立体感，成功突破了传统苏绣的二维平面局限。

“非遗门类广泛、包罗万象，高校教育不可能要求学生样样精通，这既不现实，也不科学。”陈红雨告诉记者，学生在校学习以历史学、艺术设计学为主，建筑学、民俗学、管理学等为辅，并参与大量实践课。南京艺术学院非遗专业并非培养掌握某种技能的代表性传承人，而是培养具备宏观文化视野、跨学科思维和综合管理能力的复合型人才。”而这也从一个侧面印证了非遗相关专业的市场认可度正不断提升。

然而，作为一门新兴学科，非遗专业也面临着“成长的烦恼”。采访中，一些专家提醒，非遗专业在队伍建设、学科发展上仍任重而道远。冯骥才认为，国际非遗学比较薄弱，我国处于领先地位，但还需持续实践继续开创。在他看来，三件事至关重要：一是教材编写，二是培养目标的确定，三是就业出路的畅通。

随着非遗本科教育的推进，对师资也提出了更高的要求。贺云翱坦言，江苏非遗学科建设虽走在全国前列，但整体仍处于起步探索阶段，多数教师在非遗领域的专业知识储备不足，教学内容和方法都需要进一步探索，“一个成熟的学科，一定要有老师、学生、教材才能支撑起来”。

“培养一支高层次的非遗保护人才队伍，须以社会需求为导向。”赵罡建议走特色化道路，各高校应深挖地域特色文化资源，结合地方文化产业需求，设立针对性的非遗研究方向和课程，培养适应地方需求的人才。

非遗行业的蓬勃发展为专业人才提供了广阔空间——《2025—2030年中国非物质文化遗产行业深度分析及发展前景预测报告》显示，2024年非遗行业市场规模已突破4500亿元，预计2025年将达5800亿元。这一点在扬州大学的烹饪专业尤为明显：作为我国最早开设烹饪本科专业的高校之一，其毕业生已成企业争抢的“香饽饽”，近年来为行业输送了大批师资和专业人才。2024年秋招中，有企业开出优厚待遇高薪吸引优秀毕业生，部分学生获全国烹饪大赛奖项后，被企业以超20万元年薪抢先预定。一家企业负责人说：“我们需要的并非简单的厨师，而是兼具现代烹饪技艺、营养学知识和餐饮管理能力的复合型人才。”而这也从一个侧面印证了非遗相关专业的市场认可度正不断提升。

然而，作为一门新兴学科，非遗专业也面临着“成长的烦恼”。采访中，一些专家提醒，非遗专业在队伍建设、学科发展上仍任重而道远。冯骥才认为，国际非遗学比较薄弱，我国处于领先地位，但还需持续实践继续开创。在他看来，三件事至关重要：一是教材编写，二是培养目标的确定，三是就业出路的畅通。

随着非遗本科教育的推进，对师资也提出了更高的要求。贺云翱坦言，江苏非遗学科建设虽走在全国前列，但整体仍处于起步探索阶段，多数教师在非遗领域的专业知识储备不足，教学内容和方法都需要进一步探索，“一个成熟的学科，一定要有老师、学生、教材才能支撑起来”。

“培养一支高层次的非遗保护人才队伍，须以社会需求为导向。”赵罡建议走特色化道路，各高校应深挖地域特色文化资源，结合地方文化产业需求，设立针对性的非遗研究方向和课程，培养适应地方需求的人才。

据《新华日报》

国产IP衍生品正在走出“浪浪山”

8月20日，一年一度的科隆游戏展开幕。开幕式上，国产游戏《黑神话：悟空》的开发商游戏科学压轴登场，公布了新作《黑神话：钟馗》的先导预告。就在“钟馗”亮相的几天前，一款《黑神话：悟空》主角“天命人”的国产手办正式发售。这款1:6比例的手办，高约30厘米，做工极为精致，仿佛是“天命人”使了缩小身体的神通，从屏幕里穿越到了玩家的桌面上：玩偶的五官刻画逼真细腻，一脸桀骜的表情与游戏中的形象别无二致；身上华丽的“大圣套装”也是细节拉满，甚至一丝不苟地还原了铠甲上的每一处花纹和挂饰。

这款游戏发售近一年后才姗姗来迟的手办，早在数月前的预售阶段便被预订一空，目前市面上的少量现货在二手交易平台开价普遍在3000元左右，较发售价高出近千元。

同样是在这个夏天，另一个千金难求的对象，是一组毛绒玩具。杭州问童子文化创意有限公司（以下简称“问童子”）是一家主营高端毛绒布艺玩偶玩具的企业。最近，该企业为动画电影《浪浪山小妖怪》开发的玩偶持续热销，开售3天便卖出1万只，并迅速断货。随着电影票房的火爆，毛绒小妖怪的热度还在走高。

似乎是某种巧合，“天命人”手办同样来自西湖畔，由杭州守川文化创意有限公司（以下简称“守川文化”）出品。去年8月20日，《黑神话：悟空》正式发售，游戏实体典藏礼盒中的1:6“天命人”手办正式出自守川文化之手。这套售价1998元、限量1万份的礼盒，上线仅1分钟便告售罄。

无论是微缩至真人1/6尺寸的“天命人”手办，还是毛茸茸、软乎乎的“小猪妖”玩偶，二者的形象并非原创，而是依托于既有的游戏和动画的IP。

IP衍生品，这是一门将“二次元”带到“三次元”的生意。国际授权业协会的统计数据显示，2023年中国授权商品和服务零售额达137.7亿美元，同比增长9.6%，已成为全球第四大授权市场主体。

一个硬派犀利，一个软萌可爱；一个面向发烧友，一个着眼大众消费者。同在杭州城，产品风格和定位大相径庭的两家企业如同两条不相交的平行线，但却又不失为一对观察IP衍生品行业的“对照组”样本。

两个“第一次”

“黑神话”是守川文化接手的第一个本土IP。守川文化联合创始人陈梦卿回忆，早在2022年，游戏科学就与守川文化有了接触，并迅速达成合作意向。这次“自然而然合作”的产物，便是游戏礼盒中的那款1:6“天命人”手办。

“黑神话”正式售后，伴随游戏的空前成功，守川文化也刷足了存在感。由他们操刀设计制作的手办，成为游戏

礼盒中最为“吸睛”的存在。与此同时，守川文化也拿下了“黑神话”的衍生品授权，一系列新品蓄势待发。

去年12月，“天命人”半身像预售，售价33800元。一如此前的游戏典藏礼盒，半身像也在预售开启后“秒空”。其余几款产品同样在正式公布后，便备受追捧。

“我们的产品这次的确出圈了。”守川文化首席运营官李哲表示，“黑神话”系列产品陆续发售后，新用户增量明显。

“浪浪山”则是问童子第一次与动画IP合作。

作为国内极具人气的原创毛绒布艺玩具品牌，这些年主动上门找问童子寻求合作的国内外IP并不少，其中不乏颇具知名度的大IP，然而企业创始人沈泽始终没有点头。在他看来，IP的调性与气质是否匹配，是合作的先决条件。

2023年，动画短片集《中国奇谭》上线，眼下大热的《浪浪山小妖怪》正是该系列的首部动画长片，脱胎自系列中的《小妖怪的夏天》一集。这年8月，问童子推出了自家的小妖怪系列产品，角色原型取自《西游记》中的奔波儿灞、小钻风、黑熊精等“路人”角色。

2024年10月，“浪浪山”出品方上海美术电影制片厂旗下负责IP授权业务的“上影元”找到了沈泽，委托问童子为即将于次年上映的“浪浪山”设计生产周边衍生品。

于是，产品的开发紧锣密鼓地展开。电影上映两周前，问童子的“浪浪山”系列毛绒玩偶正式上市，首批产品包括挂偶、小偶、中偶3种规格，定价从169元至569元不等。沈泽表示，热烈的市场反响超出预期。目前，工厂已经产能全开，满负荷运转：“最远的订单已经排到了10月份。”

大众产品与小众精品

沈泽一直都想做“大众产品”。

2010年，问童子在杭州成立。自幼学习国画，沈泽说自己创业的出发点，就是要做中国文化：“其中也有现实考量，我相信文化是可以实现商业价值的。”

那么，如何将中国文化触及更多人？几经思考，沈泽最终选择将毛绒玩具作为载体。他认为，毛绒玩具是最为常见的玩具品类，同时亦是最能让消费者产生亲近感的东西。

公司成立第二年，问童子便迎来了品牌首个爆款，灵感来源于谐音梗的“一鹿平安”吉祥如意热销多年，累计销量超过千万。在毛绒玩具这条长三角制造业传统赛道上，问童子的发展可谓一路顺风顺水。

更妙的是，沈泽认为玩具本身通常并不具备所谓的“功能性”，因此它的产品价值几乎等同于文化价值。

“中国文化并不等同于中国传统文文化。我们不会给自己设限，只要内核是中国文化，任何主题都可以通过毛绒玩具来呈现。”沈泽说，“浪浪山”的成功，让他看到了未来更大的可能性：“未来问童子可以尝试和更多类型的IP进行合作，无论动漫、

电影，还是游戏，我相信我们一样能够用我们的设计风格和设计语言来加以阐释。”

而守川文化则选择了一条相对小众的路。

2013年底，守川文化在一间出租屋里成立。用陈梦卿的话说，这属于“杭州创业标配”。公司成立之初，主要承接游戏美术外包业务。到了2018年，守川文化已经小有规模，但是，包括陈梦卿在内的创始团队却决定转型——从“二次元”转向“三次元”，做手办。

转型的决定源于陈梦卿等人的共同兴趣。自从开始创业，有了一定经济能力的陈梦卿就开始收藏各种电影、游戏的衍生品，其中最主要的就是人物手办模型。

那几年，漫威电影在国内风头正劲，一批海外品牌的收藏级漫威人物手办和雕像随之进入国内市场。某一天，陈梦卿等人突发奇想：我们都是搞美术的，为什么不自己做看呢？

怀揣着近乎玩票的心态，陈梦卿和伙伴们前后花了将近一年的时间，捣鼓出了他们的第一个作品：一部超级英雄电影中角色的1:1硅胶半身像。而这款“做着玩的东西”不仅在玩家群体中引发轰动，还引来了漫威公司的注意。

守川文化顺利获得了漫威方面的授权，产品良好的市场反馈也给了陈梦卿极大鼓舞。守川文化此后在市场上的表现，证明了当时的决策是正确的。在拿下了漫威的授权后，守川文化手中的IP阵容不断扩充。

“小众，但是稳健。”李哲这样评价自家的业务。李哲表示，作为高端IP衍生品，手办和雕像制作复杂、产能有限，因此价格不菲。以定价33800元的“天命人”半身像为例，其植发、涂装等工艺都要大量依赖人工。

较高的价格门槛，注定了这是一门面向小部分发烧友的生意。不过，能把这一小群发烧友服务好，同样能够成就大生意。何况，背靠我国庞大的消费者基数，“一小群”依旧是个颇为可观的数字。李哲告诉记者，近年来，守川文化每年的销售额都有数亿元规模，且始终保持稳步增长。

不再“价格敏感”

无论大众或是小众，背靠空间广阔、日

非遗行业的蓬勃发展为专业人才提供了广阔空间——《2025—2030年中国非物质文化遗产行业深度分析及发展前景预测报告》显示，2024年非遗行业市场规模已突破4500亿元，预计2025年将达5800亿元。这一点在扬州大学的烹饪专业尤为明显：作为我国最早开设烹饪本科专业的高校之一，其毕业生已成企业争抢的“香饽饽”，近年来为行业输送了大批师资和专业人才。2024年秋招中，有企业开出优厚待遇高薪吸引优秀毕业生，部分学生获全国烹饪大赛奖项后，被企业以超20万元年薪抢先预定。一家企业负责人说：“我们需要的并非简单的厨师，而是兼具现代烹饪技艺、营养学知识和餐饮管理能力的复合型人才。”而这也从一个侧面印证了非遗相关专业的市场认可度正不断提升。

然而，作为一门新兴学科，非遗专业也面临着“成长的烦恼”。采访中，一些专家提醒，非遗专业在队伍建设、学科发展上仍任重而道远。冯骥才认为，国际非遗学比较薄弱，我国处于领先地位，但还需持续实践继续开创。在他看来，三件事至关重要：一是教材编写，二是培养目标的确定，三是就业出路的畅通。

随着非遗本科教育的推进，对师资也提出了更高的要求。贺云翱坦言，江苏非遗学科建设虽走在全国前列，但整体仍处于起步探索阶段，多数教师在非遗领域的专业知识储备不足，教学内容和方法都需要进一步探索，“一个成熟的学科，一定要有老师、学生、教材才能支撑起来”。

培养一支高层次的非遗保护人才队伍，须以社会需求为导向。”赵罡建议走特色化道路，各高校应深挖地域特色文化资源，结合地方文化产业需求，设立针对性的非遗研究方向和课程，培养适应地方需求的人才。

据《新华日报》

江苏物种数更新至9266种

较2024年公布数据增加424种

据新华社电 江苏省生态环境厅8月28日召开新闻发布会，介绍首轮生物多样性本底调查成果。调查显示，江苏省物种数更新至9266种，较2024年公布数据增加424种。

本次调查数据显示，江苏省生物多样性呈现总量丰富、类型多样的特征。全省陆生维管植物2913种、陆生脊椎动物523种、陆生昆虫3216种、淡水水生生物2614种。物种数量持续增加是本次调查最显著的特点。江苏省生态环境厅副厅长尹荣亮介绍，调查期间，全省相继发现近30种江苏新纪录物种。从苏州市吴中区的毛脉槭到南通市经开区的海边月见草，从无锡宜兴市的凹耳臭蛙到南京市的草步甲和亚洲长翼蝠，越来越多的野生动植物选择在江苏安家落户。

此外，珍稀濒危物种保护成效显著。调查结果显示，江苏省共有179种国家重点保护野生动植物和141种中国生物多样性红色名录中的受威胁物种。令人欣喜的是，一批珍稀濒危物种群数量实现稳定增长，分布范围呈现扩大态势。溧阳市首次发现“植物熊猫”独兰花的野生种群；“昆虫界国宝”中华虎凤蝶从2018年仅调查到几十只的濒危状态，如今已在南京、镇江新增多个分布点。

“贷款明白纸”算清融资成本账

江苏试点半年，6.5万笔贷款受益

据《新华日报》“以前只顾着贷款利率，现在才知道还有各种费用，这张‘贷款明白纸’真是太方便了，终于算清了融资成本账。”近日，无锡一家环保设备公司负责人拿到“贷款明白纸”后感慨，利息、担保费、评估费等全流程各项费用真实全面，让融资成本不再“雾里看花”。

“贷款明白纸”是一张由银行与企业共同填写的企业贷款综合融资成本清单。2025年3月，人民银行江苏省分行在南京、苏州、泰州、宿迁四地试点明示企业贷款综合融资成本工作，7月份已推广到全省，营造优质金融服务生态。试点以来，全省共公示贷款6.5万笔，涉及贷款金额4700亿元（含个体工商户和小微企业主）。

人民银行江苏省分行相关负责人表示，“贷款明白纸”还将散落在合同或协议文本中的各项成本集中呈现，避免因“隐性成本”导致误解和纠纷，还将银行减免或代为缴纳的费用也一并列出，让利举措更加具体化。

人民银行江苏省分行相关负责人表示，将持续发力，推动银行机构拓展明示贷款种类，优化清单填写流程，加强政策宣传引导，助力企业融资之路更遂心。

沃兰特与农银金融租赁有限公司签署30亿元eVTOL订单，包含10架确认订单

“空中出租车”最大确认订单刷新

据《解放日报》8月26日，上海沃兰特航空与农银金融租赁有限公司在上海签署了一份包含120架天行VE25-100型eVTOL（电动垂直起降飞行器）的购机订单，订单总金额达30亿元，其中10架属于确认订单。这是国内4座以上高等级载人eVTOL（空中出租车）最大的确订单，是中国eVTOL行业商业化发展的又一重大突破。

目前国内头部eVTOL主机厂商的载人“空中出租车”都还在试航取证中，签署的订单也多是意向订单。今年7月16日，上海时的科技与阿联酋企业Autocraft签署的涉及350架eVTOL的10亿美元超级大单就是意向订单。随后，7月23日，沃兰特与泰国泛太平洋有限责任公司签署的涉及500架eVTOL的17.5亿美元超级大单也是意向订单。

“意向订单是验证市场接受度，而带订金的确认订单意味着交付责任，是eVTOL真正走向商业循环的第一