

宁夏：民间艺人成为致富带头人

□ 王涛 文/摄

今年春节期间，宁夏回族自治区石嘴山市大武口区湖潮瑞宝工艺葫芦扶贫工坊里，葫芦烙(刻)画代表性传承人陶瑞珍指导村民在葫芦上烙画，以便按时完成订单；在银川非遗麻编扶贫就业工坊，麻编技艺代表性传承人张璟正在通过公益微课堂视频教学；在银川市镇北堡西部影城剪纸代表性传承人伏兆娥工作室里，游客排队购买伏兆娥现场创作的兔年剪纸作品。

近年来，宁夏秉持“见人见物见生活”的理念，推动非物质文化遗产创造性转化、创新性发展，15家非遗工坊被评为国家级就业工坊，贺兰砚、葫芦烙画、麻编等30多个非遗项目开发的产品获得中国旅游商品大赛奖项，一些非遗项目正在转化为新兴文创产业，成为宁夏文旅融合高质量发展的一大亮点。

采菊饮酒图、八骏图、福禄寿图，十二生肖图……一个个色泽光艳、形态喜人的葫芦刻画作品让人爱不释手。“在中国传统文化里，葫芦谐音‘福禄’，每年春节前我们的刻画葫芦订单量都很多，大家都很忙。”1月20日，在湖潮瑞宝工艺葫芦扶贫工坊，陶瑞珍说，订单很多，春节不放假也要保质保量供货。

“我出生于宁夏回族自治区平罗县湖潮村。我的葫芦画手艺是和爷爷学的，爷爷是当地有名的能人，绘画、书法、剪纸，样样精通。15岁时，我看见爷爷用香烫葫芦作画，觉得很好玩，就缠着爷爷教我。”陶瑞珍说，算下来自己是家里葫芦画的第四代传承人。

陶瑞珍介绍，葫芦画创作讲究刻、

一团麻绳、一根树枝、一块木板、一个铁环，使用这些材料就能即兴编出耐看又耐用的物件来。小到杯垫、玩偶，大到画作、工艺品，随着麻绳在指尖穿梭，一个个精致的作品在张璟的手中诞生。春节前后，张璟的公益微课堂视频教学点击关注量快速增加。

春节前，张璟来到月牙湖乡扶贫车间为40多名参与麻编产品订单加工的村民发放工资。有着两年麻编制作经验的周凤琴领取到了2000多元。

麻编工艺品以天然植物纤维为原料，不仅美观，而且具有吸潮、透气、坚韧、不易腐蚀等优点，历来受消费者喜爱。

1967年出生于宁夏的张璟，是张氏麻编的第四代传承人。在传承麻编

现场创作兔年吉祥作品，根据游客面部特征剪出头像，为游客剪属相动物……春节期间，伏兆娥每次出场都为游客关注的焦点。

伏兆娥1960年出生在宁夏海原县，从6岁起就跟着姥姥和母亲学剪纸。伏兆娥说，那个时候家乡十分穷困，但是人们苦中作乐，将剪纸这个手工艺代代相传。丰富的生活经历，让伏兆娥的作品题材丰富、形式多样，既有宁夏北方的粗犷也有江南的细腻。“我可以脱稿剪纸，心里如何想的手上就怎么剪。”

1994年开始，伏兆娥先后为电影《这女人这辈子》《黄河绝恋》、电视剧《大漠豪情》《边城落日》《生死腾格里》、微电影《妈妈的绿窗花》等提供所有的剪纸艺术作品，并两次获得美工设计奖项。

慕田峪：用文创讲好长城故事

□ 本报记者 王诗培

“长城关·慕田峪关拼插积木、慕田峪长城通关文牒、慕田峪长城×青岛啤酒联名礼盒、慕田峪长城食品礼盒……这几款都是景区推出的极具长城文化特色的文创产品，市场反响很好，游客买得最多。”慕田峪长城国家旅游度假区(以下简称慕田峪)慕田峪礼物自营店工作人员介绍，来自河北的游客赵女士刚买了一本长城通关文牒，文牒展开是慕田峪长城的壮丽景色，内页可以盖章，随后她在工作人员的帮助下在文牒上盖上十几种纪念印章。近日，记者在慕田峪，看到景区内张灯结彩，节日气氛浓厚，不少游客在礼品店里购买“长城礼物”当作自己“不到长城非好汉”的纪念。

慕田峪长城以壮美的长城风光，悠久的历史而闻名。北京慕田峪长城旅游服务有限公司常务副总经理罗星介绍，近年来，慕田峪长城持续不断研发长城文创产品，通过举办文创大赛、和知名厂商合作开发联名产品等形式，打造了独具特色的文创品牌。

在慕田峪礼物自营店里，一款名为“长城解说棒棒糖”的文创产品吸引

葫芦上绘出致富路

烙、画、刻即在葫芦还长在秧上有八成成熟时进行刻画，烙即在成熟的葫芦上进行烙画，画即在成熟的葫芦上对画面进行彩绘。

2012年，陶瑞珍受邀参加第三届中阿经贸论坛展览，她的葫芦烙画作品赢得参展嘉宾赞赏，被高价买走，几天下来200个葫芦烙画赚了2万元。于是，陶瑞珍产生了将葫芦烙画产业化的想法。

回到村里后，陶瑞珍发动村里的妇女种葫芦，并教授她们葫芦的种植技巧和烙画技艺。2013年6月，经过精心筹备，石嘴山湖潮瑞宝工艺葫芦

专业合作社在陶瑞珍的小院里挂牌成立。合作社与就业创业服务部门联合，在新时代农民讲堂开办葫芦种植、烫画葫芦制作等培训班，同时拓宽销售渠道，线上线下立体销售。

如今，陶瑞珍的葫芦种植基地年产3万只葫芦，年产值105万元，带动周边村民从事葫芦种植、葫芦烙画，年培训人员近900人，其中残疾人近200人。

“我跟陶老师学画有十多年了。如今在银川开了小门店，专门卖葫芦烙画，这几年葫芦画销售虽然受疫情影响有所下滑，但一个月也有5000多元的收入。今年春节期间，订单太多



伏兆娥在镇北堡西部影城工作室现场为游客剪肖像

麻绳编出幸福生活

产业博览交易会，麻编文创产品备受观众欢迎，连样品都销售一空。张璟的麻编作品还先后被多家美术馆及收藏机构收藏，并在美国、俄罗斯、法国、葡萄牙、比利时、德国等国家进行文化交流。

另外，张璟的麻编扶贫产品“手作玩偶系列”荣获2020年中国特色旅游商品大赛“金奖”。她创办的麻编扶贫工坊被宁夏回族自治区文化和旅游厅评为自治区级非遗扶贫工坊。

近年来，张璟积极在移民贫困户村推广麻编，给当地留守妇女、空巢老人、残疾人传授麻编技艺，带动大家一

剪纸讲出中国故事

1997年，伏兆娥受邀入驻镇北堡西部影城，为中外游客现场剪肖像，20多年来为游客剪了近10万幅人物头像。2017年11月，伏兆娥被认定为国家级非物质文化遗产剪纸项目代表性传承人。

“剪纸是中国传统文化，一定要传承下去，不能让传统剪纸艺术失传。”50多年来，伏兆娥没有停止学习、创作的脚步，万剪不断，疏密结合、月牙纹、锯齿纹、贯钱纹、对称性……各种剪纸技艺都得心应手。为了让更多人了解、学习、传承剪纸，她出版书籍《伏兆娥剪纸集》《怎样学剪纸》等，还为宁夏200多名美术老师进行免费培训。

为了让更多人通过剪纸增加收

入，伏兆娥一个村一个村地为村里的妇女们免费传授剪纸技能，通过“企业+协会+农户”的模式，让更多农村妇女受益。

2021年春节前，一个以中国“年”故事为背景的剪纸动画《过年》大放异彩。这个短片选用了伏兆娥的剪纸素材，以创新手段将剪纸与二维动画相结合，展示了春节丰富多彩的文化民俗魅力。《过年》项目策划之一就是伏兆娥的女儿李剑，也是这个家族剪纸技艺第四代传承人。

2009年，李剑大学毕业后回到宁夏创业，她创立了艺盟文创公司，将母亲伏兆娥的剪纸艺术融入贺卡、挂历、

做不过来，还请陶老师的工坊帮助完成订单。”葫芦画手艺人任建和说。

陶瑞珍说，现在国家和自治区出台的非遗扶持政策越来越好，她被评定为葫芦烙(刻)画代表性传承人，她的创作基地被评定为扶贫工坊，跟她学葫芦烙画的20多个学生也被评定为葫芦烙(刻)画代表性传承人。陶瑞珍的葫芦烙画、烙画等作品还先后获得国家地方的各类金、银、铜奖50多次，并到韩国、俄罗斯等国家参加文化交流。

近年来的寒假、暑假期间，陶瑞珍还举办小学生葫芦烙画培训班。“我只是一个农民，我和村民门要把葫芦烙画这一非遗传承下去，让优秀传统文化走进人们的现代生活。”陶瑞珍说。

同致富奔小康。

张璟带领巴鸟麻编扶贫团队制定了详细的发展规划，集中力量重点培育银川市兴庆区月牙湖乡滨河家园四村非遗麻编扶贫就业工坊手工业，帮助村民发展生产，建设美丽乡村。2020年，张璟在滨河家园四村线上线下培训400人次，其中，通过考核达到优选技术熟练工人水平的有50多人。村民从事麻编工作月收入增加了500元至2200元。

现在，非遗麻编扶贫就业工坊正与河东机场、宁夏博物馆、韩美林艺术馆、西夏王陵博物馆、镇北堡影视城、沙坡头景区、贺兰山岩画建立营销合作，带动更多人通过麻编这一非遗项目过上幸福生活。

丝绸剪纸和精装文化礼品等文创产品中，不断以“传统剪纸+文创+教育+科技+动漫”的转化模式寻求剪纸艺术普及和发展之道，短短几年间便将一个家庭小作坊发展成年销售额达500万元的公司，还带动许多人依靠剪纸脱贫致富。

“你看，这是我给孩子们设计的剪纸书，孩子们拿起剪刀就可以剪这些形象，非遗传承就得从娃娃抓起！”伏兆娥希望能带动更多手艺人通过技术转型实现产业化发展，也希望培养孩子从小对剪纸艺术的兴趣、感受到剪纸的魅力。

“剪纸里有说不完的故事。”伏兆娥说，她毕生都在用一把剪刀讲故事，讲老百姓的故事、讲宁夏的故事、讲中国的故事。未来，她还要一直讲下去。

岭青岛啤酒节，当时自己和朋友在慕田峪长城脚下，喝着青岛啤酒，看到古老长城与长空遥相呼应，留下了美好的记忆。这次故地重游，特意买上几盒慕田峪长城×青岛啤酒联名礼盒送给朋友，自己也要留一盒作纪念。罗星介绍，这款联名产品由北京慕田峪长城旅游服务有限公司与青岛啤酒文化传播有限公司共同打造，也在青岛啤酒博物馆有售卖。它将传统与潮流紧密结合，创造性地丰富了企业的文化内涵，扩大了市场的影响力，目前是景区销售最好的文创产品之一。

另外，公司去年还联合北京御食园食品股份有限公司推出了一款京味儿食品礼盒。礼盒包装上印有慕田峪长城景观，内里组合了十三种北京地道糕点零食，很多消费者在春节期间购买将其作为年礼。

罗星表示，公司在慕田峪长城景区官网和淘宝都有文创商城，未来在天猫、京东、支付宝等平台也将开设文创旗舰店。下一步，公司将在产品定制化开发、线下渠道扩展、第三方联名合作等方面持续发力，打造爆款出圈的文创产品，推进长城文化与旅游产业深度融合，讲好长城故事。

安徽茶企这样“年轻化”

□ 朱文文

造型惟妙惟肖的迎客松茶饼、口味新颖独特的冬茶啤酒、包装时尚走心的“每日一杯茶”、蕴含茶叶芳香的冬茶含片……近年来，安徽各大茶企以茶为媒，积极把握市场需求，大力发展旅游文创产品及茶衍生品，推动茶叶消费多样化、个性化发展，开启徽茶的“年轻化”探索，进一步延长茶产业链，提升茶产业附加值，为安徽茶产业高质量发展注入了新活力。

把握市场需求

走进黄山新安源有机茶开发有限公司产品展示厅，20多米长的展架上整齐地摆放着各类茶产品，其中，冬茶啤酒、健齿软糖、冬茶含片等创新型茶衍生品引人注目。

“这款冬茶啤酒是我们公司的爆款产品，口感醇和、爽口回甘，深受广大年轻消费者的喜爱。”黄山新安源有机茶开发有限公司董事长方国强介绍，随着大众生活质量、审美品位的提高，越来越多的年轻人也爱上了喝茶。

为牢牢抓住庞大的年轻消费群体，让茶文化更靠近年轻人，2019年，该公司与中国科学技术大学合作，采用特殊工艺，将冬季修剪下来的枝条上的老叶制作成有机冬茶，然后将萃取得冬茶精华和啤酒结合，打造了一款琥珀色的冬茶啤酒。

“冬茶啤酒上市后年销售量达20吨，成为企业营收中的一个新兴增长点，未来市场潜力巨大。”方国强说。

近年来，黄山新安源有机茶开发有限公司以创新步伐紧跟市场需求，打破传统茶产业生产经营模式，不断推动茶产品在形态、形式上创新，切实提升了市场竞争力。同时，企业加大研发力度，积极对接国内高等院校、知名茶企，研发生产高端有机茶品种，大力发展“小罐茶”，成为安徽茶企激发创新动能的生动缩影。

黄山市文化和旅游局相关负责人表示，近年来，该市切实推进茶业深加工发展，重点在夏秋茶综合利用、新式茶饮、冷泡茶、花草茶新品研发等方面出实招。目前，该市拥有茶叶深加工企业11家，开发出超微细粉、茶食品、茶饮料、速溶茶、茶啤酒、茶化妆品等精深加工产品，实现商品化生产，茶产业形态正在由“大产业”向“强产业”转变。此外，该市正在推进茶业衍生产品研发生产、华绿园功能性茶饮产品研发生产等8个项目，总投资2600多万元。

探索年轻喜好

“茶，六都石墨岭产者最佳，茗家谓之石墨茶。”产自黄山黟县的石墨茶属徽州历史名茶，自唐宋明清传承至今，拥有“世界遗产地、非遗石墨茶”的美誉。但因历史原因，石墨茶技艺几近失传。

如何用年轻人喜欢的方式去传承和推广石墨茶文化是石墨茶制作技艺第四代传承人李明智一直以来追求和探索的目标。

李明智介绍：“我们用时尚的包装设计、新颖有趣的文案宣传打破年轻群体对茶传统刻板印象，让产品更好地迎合新一代年轻消费群体的喜好。”

“这是针对年轻白领、蓝领特别开发的‘每日一杯茶’系列产品，每周一盒七管，每管上均配有暖心文案，每天喝一管、读一句，受到年轻人的欢迎。”李明智说，找准茶文化与新时代年轻人的契合点，主动适应市场需求和现代生活的需要，传统茶文化方能走得更远。

近年来，李明智积极加强与国内各大高校合作，开发出石墨红、石墨绿、石墨黑等产品，已经获得4项国家专利，成功跻身年轻人茶叶消费市场。他经营的企业采取公司+农户+基地的模式，产值以每年8%至15%的速度递增，达到1950万元以上，带动当地300多名茶农致富。

李明智说：“传承并不意味着守旧，只有融入现代生活，被社会大众认识、欣赏与消费，才是活态传承的最佳方式。”

与李明智设计理念不谋而合的还有黄山黟县黑茶基地负责人郑东。他与团队利用黑茶紧压、自然氧化等特性，结合古代徽州的三雕工艺，将茶叶雕刻成徽州自然景点，把饮品与艺术有机融合，极大提高了茶叶的附加值。在保证茶叶品质的同时，更是提高了茶叶的观赏性与保值空间。产品推向市场后受到热捧，成为极好的纪念品、待客的伴手礼。

“茶文化的传承离不开‘年轻血液’的注入，这要求我们不能一成不变。”郑东说，只有不断寻找与年轻群体的共鸣点，才能生生不息，历久弥香。

创新营销渠道

近年来，随着直播、短视频的崛起，茶文化的宣传营销有了更广阔的空间。安徽各大茶企纷纷将目光转向互联网领域，把镜头对准茶农、茶园，一系列反映徽茶文化的短视频被越来越多年轻人关注，激发了年轻人对徽茶文化的兴趣。

走进位于黄山市徽州区的谢裕大茶业博物馆，茶史溯源、徽茶之光、茗香天成三个版块、十二个单元详细地展示了中国茶叶及安徽茶叶的历史和文化。游客们在这里不仅可以了解徽茶文化、体验茶制作工艺，还能品味茗香、观赏茶道。

为进一步做好茶文化保护传承弘扬工作，讲好新时代徽茶文化故事，该博物馆将目光聚焦于网络直播平台，主动寻找运用新媒体与消费者互动的最佳方式，通过“茶产业+电商+直播”的销售模式，不仅为茶文化的传播与传承增添了无限可能，也让“茶+产业”得到了切实融合创新，形成了良好的社会经济效益。

“我们每周会推出一场‘馆长直播’，除了在镜头前进行产品实物展示销售，讲述徽茶的技艺特点和产品特征，还与网友相互交流茶文化历史。”谢裕大茶业博物馆馆长徐纪苗介绍，依托抖音、微信直播生态链，该博物馆每月茶产品直播销售额近60万元，场均观看人数超3000人次。

徐纪苗介绍，直播电商打破了时间和空间的限制，不仅为远方的茶友提供了近距离了解徽茶文化的渠道，也为安徽茶企和手艺人搭建了展示匠心和技艺的大舞台，为安徽茶产业发展带来了全新的生命活力，越来越多非遗制茶技艺传承人在直播平台上看到了属于传统手艺的“未来”。

下一步，谢裕大茶业博物馆将继续利用好电商直播平台，不断优化和改进直播形式，进一步拓宽徽茶对外销售渠道，全面讲好新时代徽茶故事，展示丰富多彩、生动立体的徽茶形象，使徽茶真正成为推动乡村振兴的支柱产业和特色品牌。

从单一茶品到多元产品，从古板包装到年轻化设计，从“门店揽客”到“网络直播”销售，安徽茶企在坚守传统与品质的同时，与市场积极对话、创新发展，一缕饱含着“徽风皖韵”的氤氲茶香正连通古今，香飘四方。



游客体验茶叶采摘 谢裕大茶业博物馆 供图