

庆阳市习称陇东,地处陕甘宁三省交汇处,辖7县1区,总面积2.7万平方公里,总人口264万。作为中华文明、黄河文明发祥地一隅的庆阳,其悠久的历史,灿烂的文化,淳朴的民风,成就了形式多样、璀璨靓丽的民间艺术。以香包为代表的香包、刺绣、剪纸、皮影、泥塑、石雕等艺术,浓缩了庆阳民间艺术的精髓,凝结着世代庆阳人民的艺术智慧,流传数千年,经久不衰。新时期,按照十八大报告“发展新型文化产业,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”的要求,如何让庆阳民间艺术品牌做大,使庆阳民俗文化产业做强,探讨这个问题,对于弘扬庆阳民俗文化,延长文化产业链,提高民俗文化产品附加值,提升文化软实力,推动庆阳经济社会发展,具有十分重要的意义。

一、以香包为代表的庆阳民俗文化历史渊源与现实意义

(一)香包的起源之说印证了其最初的实用性与民俗性的统一。相传形成于公元前两千三百多年的《黄帝内经》的作者岐伯曾携一药袋防疫驱瘟、禁蛇毒,开创“薰蒸法”。庆阳乃岐伯故里,故此法在本地渐成习俗,流传不断。香包的防疫保健之功效可见一斑。庆阳香包中囊括的丁香、山艾、细辛、甘松、白芷等中药配方,是岐伯故里对中国古医药保健知识的群众性普及,对于研究端午节俗的渊源、中医药卫生事业的探源具有现实意义。

(二)香包的制作工艺佐证了其文学性与传承性的统一。庆阳香包又称“荷包”“香囊”或“绌绌”,是一种立体造型和平面刺绣兼容的纯手工艺制品,构型简单质朴,制作技艺有“绌绌”、线盘、立体刺绣、平面刺绣四大类。每一件香包,都承载着一个神话传说、收藏着一曲人际和谐的佳话,寓示着一个民族兴旺的图腾。其制作工艺流程包括创意、选料、剪裁、状物等环节,通过母传女、婆传媳,代代年年相传,形成了波澜壮阔的庆阳民俗文化历史。研究庆阳香包,对于传承和发扬光大庆阳民俗文化具有十分重要的现实意义。

(三)香包的出土品考证了其艺术性与历史性的统一。2001年,庆阳市华池县在对境内宋代双石塔进行整体搬迁

挖掘时,在塔体内发现的“千岁香包”,距今至少有800多年,仍色泽艳丽,图案如新,这是迄今发现最早的香包。研究庆阳香包,对于溯本探源庆阳民俗文化,挖掘其时代价值意义重大。

(四)香包的种类见证了其民族性与民俗性的统一。庆阳香包种类繁多,散

见于香包刺绣中的动物形状都有其民族性民俗性意义,代表着古老民族对祖先族帜(图腾)的崇拜;鱼是对先周始祖后稷的崇拜;蛇是女娲族的旗帜也是对其崇拜;牛、虎是伏羲、轩辕黄帝的族帜也是对其崇拜;鸡、羊是炎帝后裔的族帜也是对其崇拜;更有源于炎帝的三足太阳神鸟和先周鱼图腾的组合刺绣挂件,寓示阴阳相互为根,四环贯通,一切通明,永远吉祥。研究庆阳香包,对于了解庆阳先民民族起源、农耕文化、人民生活、风俗习惯等具有时代价值。

和庆阳香包一样,散见于庆阳民间的每一件刺绣就是一种对生活的美好祝福,每一幅剪纸就是多彩人生的一种释怀,每一帧皮影就是一段神奇的传说,每一件泥塑就是民俗情趣的缩影,每一座石雕就是民族民俗文化的写照,每一曲唢呐就是黄土风情的演绎。所有这些都是庆阳民俗文化遗产的重要载体,是庆阳民俗文化产业做强的有力支撑。

二、庆阳香包民俗文化产业发展的现状

目前,以香包为代表的庆阳民俗文化产业已初具规模,香包、皮影、剪纸、刺绣等民俗文化产品,在全国乃至世界的影响逐步扩大,其研发、传承、制作、营销队伍不断壮大,经济、社会效益明显。

(一)以庆阳香包为代表的民俗文化国内影响力日益提升。2002年端午节期间,庆阳市委市政府举办的首届中国(庆阳)香包民俗文化节,将庆阳香包的民俗文化影响推向全国推向世界。当年,中国民俗学会命名庆阳为“香包刺绣之乡”;2003年,庆阳市被中央电视台评选为最具艺术气质的“西部文化名城”。2006年5月,“庆阳香包”进入国务院公布的第一批国家级非物质文化遗产名录。近年来,得益于政府的倡导和支持,连续数届香包节的举办,更使庆阳香包的国际国内影响力持续提升,使庆阳香包的品牌效应日益凸显:带动了一大批香包民俗文化的民间传承者、制作者、营销者,带动了农村家庭妇女的就业、拓宽了农民增收的渠道,增加了农民收入,香包刺绣制品的国际国内交流也日益增加。

(二)庆阳皮影艺术最先走出国门产

做大民俗文化品牌

做强民俗文化产业

□ 赵关维

张淑娟

生国际影响。庆阳市的“环县道情皮影”是目前国内保护最完整、最具原生态性质的艺术瑰宝,是“道情”与皮影相结合的产物,已有千年历史。经清末“道情皮影大师”解长春等一代人的改革创新,使其更加完善。早在上世纪50年代环县皮影曾三次进京演出,受到过毛主席、周总理等国家领导人的接见。从1987年以来,环县皮影多次走出国门,赴德国、奥地利等国演出并参加国际皮影艺术大赛。历经沧桑,环县已被中国民俗学会命名为“中国皮影之乡”。2011年,“环县道情皮影”也被文化部列为全国首批10个民族民间文化保护工程试点之一。2011年11月27日,联合国教科文组织决定,将包括环县皮影戏在内的中国皮影戏列入“人类非物质文化遗产代表作名录”。如今,活跃于环县民间的多家皮影戏班、环县道情皮影艺术博物馆,对保护、传承这一民族文化的瑰宝起到了十分重要的作用。

(三)庆阳剪纸秉承黄土农耕文化习俗并将之发扬光大。庆阳剪纸俗称“绞窗花”,其创作者大多是农村妇女,其创作题材大多是花鸟、鱼虫、人物等生活趣事等以及创作者喜闻乐见的美好事物,其中,绝大多数是老百姓所熟悉、祈盼的领袖人物、历史人物、神话传说等,反映了劳动人民热爱、向往美好生活,表达原始图腾崇拜以及吉祥喜庆的情怀。2002年,中国民俗学会命名庆阳为“中国剪纸之乡”。2008年,庆阳剪纸被列入中国非物质文化遗产名录。近年来,出现在香包民俗文化节上的剪纸制品:如领袖人物、重大历史题材、四大名著故事情节等剪纸,其剪法繁简有度,构思精密有致,造型惟妙惟肖,神态生动逼真,加上相框、插册等精心装裱,令人爱不释手,极具观赏、收藏价值。

(四)庆阳刺绣尽显民间妇女的聪明才智及黄土农耕文化的厚积薄发。庆阳刺绣又称陇绣,是同苏绣、越绣、湘绣、蜀绣相媲美的民间纯手工刺绣工艺。其流传年代久远,大约发端于民间出嫁女儿时,展示其针线手艺(如绣花双鱼枕头、绣花鞋、绣花肚兜等)的习俗,其制品散见于庆阳人民生活的各方面无处不在,其式样从香包服饰到肚兜鞋垫等无奇不有,其题材从花鸟鱼虫到人物风

景等无所不包。心灵手巧、技艺精湛的农村妇女,通过色彩斑斓的丝线在布面上巧妙构思,穿针引线,使一件件美轮美奂的绣花屏风、绣花枕、绣花拖鞋、五毒香包、端午香囊、福娃挂件等刺绣制品呈现在我们面前,既是具有实用价值的生活用品,又是极具收藏价值的艺术珍品。

(五)庆阳民俗文化遗产的大师级人才济济,分布广泛。2007年,西峰区的贺梅英老人被文化部命名为第一批国家级非物质文化遗产项目“庆阳香包绣制”的代表性传承人。庆阳市七县一区,先后有西峰区的贺梅英等39人、环县的杨锐等14人、华池县的赵星萍等6人、庆城县的曹瑞珍等19人、镇原县的段彩霞等11人、宁县的庞清河等13人、正宁县的彭粉女等16人、合水县的张雪峰等7人,共125人获得中国民间工艺美术学会命名的“中国民间工艺美术大师”称号。涵盖了庆阳香包、庆阳刺绣、环县道情皮影、庆阳剪纸、西峰唢呐艺术、陇东窑洞营造技艺、陇东红色歌谣、西峰泥塑、南梁说唱、荷花舞、石雕艺术、庆城徒手秧歌、合水面塑、木偶戏王录拉板糖制作技艺等20个被列入省级非物质文化遗产名录的技艺。

(六)庆阳民俗文化产业从业企业、人员众多,经营模式多样。据统计,截至2013年4月,全市有规模不等的香包刺绣(民俗文化)公司200多家,有从业人员10万多人。目前,已形成了“公司+基地”“公司+艺术大师”“协会+艺术大师”等文化产业经营模式。产品达20多个大类5000多个品种,年生产900多万件,产品远销国内56个大中城市及日本、欧盟、东南亚、港澳台等20多个国家和地区。仅2011年,庆阳市文化企业赴上海、成都、杭州、广州、深圳等地参加各类艺术节、文博会等大型节会133次,实现销售收入8760万元,取得了良好的经济社会效益。显现出庆阳民俗文化产业已初具规模。

当前,尽管庆阳民俗文化产业在政府的扶持下发展向好,成就不凡,但由于品牌意识不强、经营方式落后、市场管理无序等,导致其发展的后劲不足,成长潜力不够,在产业支撑方面的作用发挥的不强。

三、庆阳香包民俗文化产业发展的制约因素

(一)政府方面

1.政府财政资金对民俗文化产业的支持力度较弱。2011年,全市公共文化事业投入为2.7亿元,仅占财政总支出的1.99%,主要用于文化场馆建设、文物及非物质文化遗产保护、乡镇文化场馆建设、全民健身中心建设、村级图书室建设等。市级财政预算内安排用于文化产业发展的专项扶持资金仅为1000万元,仅占文化事业支出的3.7%。这其中用于民俗文化产业开发方面的资金则更少。

2.政府对非物质文化遗产的品牌保护缺位。例如,近几年,在庆阳香包市场上设计新颖、造型生动、憨态可掬、人气火旺的“庆阳福娃”,未见发明(设计)人申请专利,政府也未宣传、倡导香包外形设计的专利申请,导致民间艺人的艺术成果没有形成应有的经济效益。也许有人会说,福娃直接受到著作权保护和奥林匹克相关的知识产权保护。但与此名称相似的泥人福娃却成功取得了设计专利。

3.民俗文化产业开发、产品的市场管理无序。从当前庆阳香包民俗文化产业的发展来看,主要是以艺术大师领衔,民俗文化公司、行业协会带动的发展模式,分散经营,规模一般都很小,对领军人物、从业人员的培训还未真正上升到政府层面、走向规范化的轨道。各级文化管理部门的作用发挥得不够,在民俗文化产品工艺技术的改进、产品的研发、市场的开拓等方面政府的引导作用发挥的不够。在市场管理方面,政府只注重于以节会的形式搭建香包民俗文化产品营销平台,在域外市场的开拓、网上电子营销方面,政府的管理、支持不力。

(二)企业方面

1.香包民俗文化产品的市场定位不高。从企业市场开发的角度看,每一类产品的研发、生产与营销,都有特定的使用功效,都指向特定的目标市场。而庆阳香包民俗文化产品大多不关注这一点,主要体现在传承与创新关系的处理不当。有的产品只注重时代气息,缺乏民俗特色,因而就没有地方特色,被

淹没在千千万万的现代小饰品中;有的只有民俗特色,不注意时代气息的融合,因而就丧失了较高的市场占有率。如有的公司纯粹用机绣代替手绣,有的香包不填装香料等。因而,就很难开拓新的目标市场。

2.缺乏专业的研发团队和行业标准。目前,庆阳市以香包为代表的民俗文化产品主要是以艺术大师领衔,民俗文化公司、行业协会为龙头、具有刺绣技艺的群众参与的生产模式,其产品的研发、制作主要是民间艺术大师的精心创作以及分散在千家万户的农村妇女的即兴制作为主,行业协会、龙头企业只负责收购、销售,没有专业的艺术人才和研发团队,更没有统一的行业制作标准,因而在产品生产工艺、质量上就无据可循,在产品的定价与营销上就丧失了话语权。

3.经营方式落后渠道单一。目前,庆阳市以香包为代表的民俗文化产品主要是公司通过节会展销、门店销售、人员推销为主。组团式、捆绑式销售、网上营销的数量少得可怜。通过上网搜索,庆阳市七县一区,只有庆城县有一家香包公司在阿里巴巴网站开设了网店,进行网上营销。在网店小时营销额动辄数百亿元的今天,如何通过网店营销香包民俗文化产品,值得政府、相关企业深思。

(三)社会方面

1.缺乏重视民俗文化遗产的社会氛围。主要体现在:媒体、团体、公众对民俗文化的宣传、研究、了解不够,对传承民俗文化的社会责任认识不足,对非物质文化遗产的认识有偏差。例如,人们通常会认为非物质文化遗产看不见摸不着,很难进入市场,传承非物质文化遗产的唯一有效方式是对传承人的保护。事实上,非物质文化遗产与物质文化遗产是一个事物的两个方面,一旦应用传统工艺将非物质文化遗产转化为物质文化遗产——民俗文化产品,非物质文化遗产也就实现了其商品化。由此,对庆阳香包民俗文化产品的传承而言,每一位宣传者、研究者、制作者、营销者都是传承者。

2.尚未形成培养民俗文化人才的长效机制。当前,庆阳市民俗文化人才的

培养主要通过民间艺术大师对其子孙、亲朋、弟子的言传身教为主,没有制度化、规范化、规模化、长效化的民俗人才培养机制。例如,被中国民间剪纸研究会会长靳之林称为“剪神”、2003年10月1日被中国民间工艺美术委员会命名为“中国民间剪纸艺术大师”的正宁榆林子镇剪纸艺人彭粉女,其孙女李欢欢5岁就能在奶奶的教诲下飞剪成花,但限于资金、场地等原因,彭却无法将剪纸绝活传教于更多的人。

四、做大香包品牌做强庆阳民俗文化产业的路径探析

从民俗文化产品的本质看,民俗性是其基石,艺术性是其精髓,鉴赏性是其价值,实用性是其核心。没有民俗性,就没有地方特色;没有艺术性,就没有审美感;没有鉴赏性,就没有收藏价值;没有实用性,就没有使用价值。以上几点,是我国民俗文化历经数千年,世代传承的不竭动力。新时期,如何乘党的十八大关于推进社会主义文化强国建设之东风,建设好庆阳香包民俗文化遗产体系,增强庆阳民俗文化产业的竞争力,提高庆阳民俗文化产业的规模化、集约化、专业化水平,是值得我们深思的:

(一)重视民俗文化内涵的研究与传承是民俗文化产业化的基石。庆阳香包、皮影、剪纸、石雕等,以其多样化的形式、精美的造型,深邃的寓意,融民俗性、民族性于一体而为人们所喜爱,如五毒肚兜、十二生肖香包、虎头绣花鞋等,有祛病辟邪之寓;荷花帽、鲤鱼枕等有吉祥喜庆之意;散见于香包、皮影、剪纸中的造型“龙戏珠”“猴吃桃”“鹰踏兔”“鹿衔草”寓意男女婚配;“莲生子”“麒麟送子”“百子石榴”借喻生殖繁衍;剪纸“生命树”表达了先民对树木的崇拜和对人类生殖繁衍的讴歌等。可见,没有民俗文化的研究与传承,就没有民俗文化产业的振兴;没有民俗文化内涵的内核,民俗文化产品就是无源之水,无本之木。因此,从政府到民间,从企业到社会,都应当高度重视民俗文化内涵的研究。政府应加大投资力度,通过民俗学会等研究机构,挖掘民俗文化题材,发现和培养民俗文化遗产人才,企业要依靠专业人才,将庆阳优秀民俗

文化内涵更好地融合到民俗文化产品中,并在产品销售过程中以产品用途、功效说明的形式将民俗文化内涵介绍给顾客。只有这样,庆阳民俗文化才会生生不息,民俗文化产业才会越做越大,愈兴愈强。

(二)提升民俗文化品牌的影响力是民俗文化产业化的先导。政府应继续通过财政支持办好香包节,通过香包节会宣传庆阳民俗文化,继续将庆阳民俗文化品牌打向全国推向世界;政府文化部门应牵线搭桥,继续组织民俗文化龙头企业积极参与全国性、世界性的艺术节会,提高庆阳民俗文化产品的市场占有率;同时,在推选、评荐、命名民间艺术大师的过程中,要善于发现具有独创性、设计新颖、寓意深刻、民俗性强的艺术设计,并积极引导设计者申请国家专利,塑造、保护具有庆阳特色的民俗艺术设计品牌,使专利的拥有者、企业在产业链价值链中处于有利地位。

(三)规范设计制作是民俗文化产业化的保障。没有规范的设计、制作工艺流程和标准,民俗文化产品只能停留在小规模、分散化的层面,很难真正走向规模化、集约化、专业化生产。建议政府文化部门牵头,民俗专家、艺术大师、企业共同参与,制定符合庆阳民俗文化产品生产特点的行业标准,规范制作工艺,以便实现市内民俗文化企业间的整合,实现规模化、集约化、专业化生产。当然,这种行业标准、制作工艺不能抹杀民俗文化产品的个性,而是要更好地保护其个性、提升其品质,要恰当地处理机绣与手绣、成本与效益的关系,尽可能突出民俗文化产品的原生态、民俗性。

(四)创新营销方式拓展营销渠道是民俗文化产业化的推手。拥有琳琅满目、形态万千的民俗文化产品,面对商机无限、竞争激烈的需求市场,如何将民俗文化产品销出去,事关民俗企业的生存和千千万万从业人员的收入。目前,实体门店营销、人员推销的方式有其局限性。应通过和国内著名旅游景点的横向联合,以购门票即赠纪念品的方式实行组团式营销,将庆阳香包等文化产品作为赠品送给观光旅客,并实现和旅游景点的合理利润分成;应通过和

推进城乡文化一体化建设

□ 马志雄

文化建设是中国特色社会主义事业总体布局的重要组成部分,没有文化的繁荣发展,就没有社会主义现代化。在我国进入全面建设小康社会的关键时期,在深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期,需要加快城乡文化一体化发展。

一、古老历史与现代文明交相辉映的文化底蕴

金川区作为金昌市的经济、政治、文化中心,依企而建,是一座年轻而美丽的新型工业城市,因“镍”而闻名,被誉为中国的“镍都”。地处市区的金川集团公司,从上世纪50年代开始,经过几代金川人近五十年的艰苦奋斗,目前已成长为集采矿、选矿、有色冶金、化工、国际贸易、工程建设、机械制造为一体的大型企业集团,是中国三大资源综合利用基地之一,是中国最大的镍钴生产基地和铂族金属提炼中心。在多年的发展中,一代又一代的金川人遗留了丰富的工业遗产,创造了举世瞩目的工业文化。邓小平同志1966年视察时高兴地称之为“祖国难得的金娃娃”,江泽民同志1992年视察时欣然题词“腾飞的镍都”,温家宝同志2009年视察金川科技

园时说“金川是中国的一个骄傲”,可以说金川区的发展史就是中国镍工业的发展史。

金川区是富饶的农业生产基地,山地平川交错,绿洲荒漠相间,属大陆性温带干旱气候,光照充足,降水量少,蒸发量大,年平均气温4.8℃~9.2℃。由于独特的地理环境与气候,这里成为甘肃省重要的商品粮粮油基地,甜菜、西瓜、葡萄、葵花子、黑瓜子、玉米、辣椒、啤酒大麦等经济作物品质优良,驰名中外,亘古至今的农业耕作,形成了富有地域特色的农耕文化。

金川区又是一片历史悠久的古土,自古以来就是一个多民族聚居的地区。早在4000多年前的原始氏族社会,就有人类在此繁衍生息。商周时期,为西戎牧地。春秋战国至秦,月氏族游牧于此。汉初,属匈奴休屠王辖地。自西汉武帝置县,到元初的千余年间,曾设鸾鸟、番和、骊鞞、显美、番禾、焉支等郡、县,元置永昌路,明置永昌卫,清改为永昌县。4000多年的历史积淀,使现今的三角城遗址发出了灼灼光辉。

金川区境内历史文物古迹众多,现已发现文物点51处,经各级人民政府

确认予以公布的重点文物保护单位共计5处,其中具有代表性的名胜古迹有:具有沙井文化特色的三角城遗址及其墓群、众多的汉墓群及盛唐的亥姆寺等。同时,作为多民族聚居地区,金川区境内形成了独特的民俗民间文化,如剪纸艺术、小曲、原始手工制作技艺等极具地方特色的非物质文化遗产。

古老历史与现代文明交相辉映的深厚的文化底蕴,城乡一体化的统筹建设与协调发展,2011年5月28日,金昌市被国家文化部、财政部首批公布为甘肃省唯一的创建国家公共文化服务体系示范区的城市。作为市委、市政府驻地,金昌市的政治、经济、文化中心,金川区承担着艰巨而不可推卸的城乡文化一体化建设任务。在统筹城乡协调发展,取得城乡一体化阶段性成绩的基础上,创建“国家公共文化服务体系示范区”,这是全区文化可持续发展新的跨越,也是全区统筹城乡文化一体化发展面临的极为重要的课题。

二、城乡文化一体化建设中的几点感受

文化是一种精神动力,必须大力发展公益性文化事业,让群众广泛享有免

国内著名工艺品制作企业的纵向联合,使庆阳民俗文化产品实现捆绑式销售,以互利共赢;政府应积极创作条件,引导营销企业开办网店,实现庆阳民俗文化产品的网上营销。令人欣慰的是:2013年5月14日,甘肃兰科斥资3000万元打造甘肃本土的文化产业电商品牌——庆阳民俗文化网购商城项目在兰州正式签约。据悉,民俗文化商城的打造,将会使庆阳香包、剪纸、皮影、刺

绣等民俗文化产品借互联网通道,走向全国走向世界。

(五)注重民俗文化人才培养与队伍建设是民俗文化产业化的支撑。政府文化部门应制定民俗人才中长期培训规划,邀请知名的民俗专家、艺术家、设计大师,对有民俗兴趣爱好、具备一技之长的民俗文化人才进行定期培训轮训;政府应创造条件,以本土艺术大师为依托,通过师徒、师带徒实现民俗文化

人才的就地培训;民俗文化企业应在生产实践中善于总结、推广生产经验,实现企业内部的规范化生产。同时,应将民俗文化、产品生产工艺作为美术课、手工制作科的必选内容,在本地中、小学校普及推广,使民俗文化的传承后继有人。

(第一作者系中共庆阳市委党校副教授;第二作者系正宁县西坡乡党委书记)