

用泥土赚钱不稀奇。稀奇的是怎样把泥土“做成”金元宝。

在河南省浚县有一个颇具传奇色彩的杨坨屯村就用泥土“做成”了金元宝。

泥塑是首批国家非物质文化遗产。杨坨屯村村民捏制泥塑的爱好代代相传,该村是国家非物质文化遗产“泥咕咕”的集中产地,素有“泥玩具之乡”、“泥塑第一村”之称,是典型的地域文化村。

杨坨屯泥塑保留了古人的原生态艺术,它不仅仅是一种民间艺术品,也是一种商品,更是当地农民增收的一种产业。在当地,家家捏泥塑,户户卖泥塑,农闲时各家的院子里、窗台上、炕桌上、案板上到处晾着各种泥塑手工艺品。每逢正月和八月庙会,男女老幼挑担子、推车子、提篮子进城赶会出售泥塑手工艺品。由于赴会的游人来自四面八方,泥塑也就伴随着游人的脚步传至全国各地。

随着泥塑手工艺品的市场化,少数艺人开始使用模具进行批量生产。泥塑产业在

泥土“做成”金元宝

□张 一

民间逐步发展壮大。

当地政府对泥塑产业非常重视,引导村民成立了泥塑艺术研究会,组建了杨坨屯泥塑艺术发展有限公司,实行公司+农户的运作模式。

杨坨屯泥塑艺术发展有限公司成立于2007年8月,现有职工1000多人,外地销售网点5个。公司投入巨资规划建设了泥塑博物馆。通过该博物馆,把全村的泥塑作品集中组织起来,进行统一包装、宣传、销售。杨坨屯年产泥塑产品80余万件,实现销售收入600万元。如今,杨坨屯泥塑生产从一家一户的零散生产中解放出来,走向了产业化、商品化、国际化,产品远销美国、日本、泰国、马来西亚、新加坡等地。

2010年2月中旬,当地政府请专家论证怎样进一步发展杨坨屯泥塑的“文化产业”,希望把泥塑艺术蛋糕做大做强,造福一方百姓。

目前,杨坨屯村着手开发泥塑原生态文化村建设项目。项目建成后,预计可增加泥塑作坊50个,带动1000人就业,年产泥塑作品800万件,年接待游客10万人次,年销售收入可达4000万元,利税500万元。

延伸阅读:

据史料记载,在隋末农民起义军与隋军争夺黎阳仓的战争中,有一员叫杨坨的大将在此屯兵,故后人将此村命名为杨坨屯村。当时,为了纪念在战场上阵亡的战友,将士们常捏制一些鹤鹑鸟、战马、骑兵等以表怀念之情。从此控制泥塑的手艺便在当地流传下来。

杨坨屯泥塑艺术是以胶泥为原料,手工控制人或动物的一种古老的民间艺术。发展至今,已分化出各具特色的三大流派:以王蓝田为代表的泥咕咕派,采用传统手法控制的泥咕咕可发出“咕咕”的声音,其造型古朴、活泼,色彩斑斓;以“泥猴张”张希和为代表的泥猴派,控制的有杂技泥猴、顶红泥猴、说唱猴、观月猴、舞蹈猴、抽烟猴、醉酒猴等等,这些猴子造型奇特、虚构合理、变形得当、引人发笑;以宋学海、宋庆春为代表的泥玩派控制的泥人、泥马、十二生肖等,被人称为“泥人宋”。

2002年邹人偶的团队制作的硅胶像“马王堆汉墓辛追夫人”的复原像,古典端庄、雍容华贵,被媒体称为“中国考古界和科技界在古代人体复原塑像制作上的一次重大突破”。

2004年邹人偶团队制造的第一个高仿真表演机器人——“酣睡者”,现陈列于国家博物馆蜡像艺术馆。

能够让这些栩栩如生的超写实人像雕塑动起来,活起来,是邹人偶当初希望达到的效果。他做出了一个极具挑战性的决定:再造一个更加复杂的机器人——让它跟真人一样,要会“开口说话”,能“左顾右盼”与观众进行交流和对话。

2006年10月,北京“中国国际机器人”展览期间,中央电视台、中国教育电视台、北京电视台、德国广播协会、英国路透社等50多家主流媒体集中报道了邹人偶的团队,美国《时代》周刊授予他们2006年度“世界最佳发明奖”。

梦想

邹人偶是一个喜欢不断超越别人,也善于挑战自己的人。在他的脑海里,时不时地会蹦出些新鲜东西,永远不停歇地更新换代。在大家的眼中,邹人偶不像一个70岁的老人,反倒像一个天真烂漫的孩子。对邹人偶来说,花甲之

年梦想才刚刚开始,古稀之年仍有很多年轻的梦。

邹人偶的心中可谓常留大梦。最近,他邀请著名编剧芦苇、导演何志铭去听他说“新梦”。他想通过立体电影、超写实雕塑、超全景画和真人表演的结合,集多种高科技手法再现秦朝当年塑造兵马俑的壮观场面。再现“兵马俑之谜”这个梦想能否会实现,我们且不去预测。但他的这种精神,却是值得推崇和钦佩的。

(央视7套“乡约”栏目供本刊专稿)
“乡约”栏目网站网址: <http://www.cctv.com/program/xy/01/>