



胡新明

给凤翔泥塑吹口生气

● 本刊记者 路瀚

凤翔泥塑是中国民俗文化四大泥塑之一。传统的凤翔泥塑俗称“要货”，是老人们为赠送给满月小孩而制作的。传统凤翔泥塑有三大类型，一是泥玩具，以动物造型为主，多塑十二生肖形象；二是挂片，有脸谱、虎头、牛头、狮子头、麒麟送子、八仙过海等；三是立人，主要为民间传说及历史故事中的人物造像。

六营村的村民，联合国教科文组织授予“中国民间艺术大师”殊荣的胡新明就是2003年彩绘羊泥塑生肖邮票的原始作者。

土根也能开新花

凤翔泥塑发源于凤翔县城关镇六营村，自1980年我国开始发行生肖邮票起，六营村的泥塑造型3次入选“国家名片”，声名大噪。

对胡新明来说，泥巴从来都是活的。小时候他是全六营村出了名的“胡捏”，看见鸡捏鸡，看见狗捏狗，完全不按村里的老规矩出牌。他是打心眼里喜欢小动物，村里的“板板土”（高岭土）没过多久在他手里就听话了，捏啥像啥。初中毕业后，胡新明踏踏实实地把父母、老辈艺人的手艺学全了。但没过几年，正赶上中央台引进了迪士尼的“唐老鸭和米老鼠”等等动画片，一个半大小伙子一站在电视前面走不开了：人家怎么能把猫、狗、老鼠画得这么鲜活、有神？我们村里为啥只有十几年不变样的那几只老虎？

说起来“品种单一”的窘境还真不能怪六营村，据胡新民说，文革时期，凤翔泥塑百分之九十的模具、泥塑物件都被当成“四旧”砸烂了。改革开放后的十

年，泥塑重新有了买卖交易，到了20世纪90年代，凤翔周边的市场基本饱和了，“卖到外地要坏三成，卖到国外百分百破碎”，全国知名的老一代泥塑大师胡深都穷得要卖模板、种辣椒。以六营村为代表的凤翔泥塑几乎都要绝迹了。

就在这“万泥俱暗”的当口儿，31岁的胡新明一句话给凤翔泥塑吹进了一口生气：“我要办泥塑工厂！”据说当时胡新明的父母抱着儿子的腰不让他出门办厂，他们的理由非常充分：胡新民两口子外出打工多年，才辛苦攒了点血汗钱，而村里一批有名的老艺人都越做越穷，怎么还能拿金水往着不开花的土根上浇呢？

1996年的春天，工厂终于开工了，而且开得义无反顾，为此胡新民投入了打工存下的所有的钱，还向银行借了5

万元，他铁了心认准一个理儿：这土根一定能开出新花！胡新民的决心来自于他的经历和眼界。

早在1983年底，陕西省文化艺术采风团来到凤翔县，胡新明的父母亲等许多民间艺人都被请去登台献艺。胡新明也应邀做了现场表演，他在10分钟的时间里，用泥巴捏成了熊猫、松鼠、猪、羊等4只小动物，赢得全场一片叫好声。这次表演使18岁的胡新明在众多民间泥塑大师中崭露头脚，引起了省上专家的高度重视。1985年，陕西省政府在美国明尼苏达州举办“陕西月”活动，未满20岁的胡新明被省上选定为“中国陕西民间艺术交流团”4名成员之一，带着300多件泥塑作品和用皮箱装着的100多公斤泥巴，平生第一次乘坐飞机，作为友好使者飞往大洋彼岸，参加了“陕西月”活动，并在旧金山、圣保罗等11个城市及8所学校进行了泥塑表演和讲课。此次在美国共42天，胡新明他们4个艺人制作的泥塑、微雕、剪纸和国画作品为国家换回外汇23万多美元，胡新明个人创汇6万美元，同时也领到了600美元补助，用胡新明自己的话讲：“这600美元改变了我的一生”。

透过这600美元，胡新民知道了“国际市场价”，当时在国内5分钱一个小泥塑可以卖到50美元，5毛钱的可以卖到上百美元。胡新民知道，土不值钱，值钱的是手艺、是文化，还有创新。站在北京出国人员服务中心的门口，拿着外汇换来的崭新的5000元人民币，这位六营村唯一出过国的泥塑少年心潮澎湃：“凤翔泥塑不是个泥娃娃，是个金娃娃！”

回国成家后，胡新明和妻子一边在全国各地打零工一边做雕塑赚钱，打工之余，他把所有的时间都用来观察：城里人究竟喜欢什么样的民间艺术？回到家后，办厂兴泥塑、土根开新花的冲动再也抑制不住。外面有市场，手上有传承，心中知变通，凤翔泥塑为什么不能在我们这一代手中做强、做大、做长远呢？

大市场有大传承

胡新民建工厂之初就完全着眼于市场需求。

市场不接受易碎的泥塑制品，但过去六营村的泥塑生产，都是用村东头沟里的“观音土”加粉碎的马粪纸和成泥巴，做出的泥塑品容易破损。胡新明先后花了两年多时间，进行了数百次试验，最后，胡新明向著名考古专家陈全方等人请教，终于研制出了被称为“摔不烂”的防破碎泥塑，他用自行车带着泥塑样品，赶到正在召开的县政协大会会场，让大家拿着他带去的泥塑样品往地上随便摔，现场验证“摔不烂”。

胡新明还练出了根据市场需求设计产品的看家本领。1986年的一天，胡新明家来了8个日本朋友，他们想要几种不同造型的羊的泥塑品。胡新民过去还没有过这样创作过。眼看客人要走，胡新明说，你们等半个小时，我就可以做出来！结果他只用了20多分钟，就连着做出了五只羊的造型。日本客人连翘大拇指，赞不绝口，当下就订了300多件。没想到就是当时设计制作的其中一种“右偏头泥塑羊”，因其造型夸张、憨态可掬，后来作为2003年生肖邮票设计的主要参照物，登上了被誉为“国家名片”的生肖邮票。

从古至今，凤翔泥塑没有包装，以前就是老艺人们挑着担子走村串巷叫卖。当代的凤翔泥塑艺人曾用过麦秆、苞谷秆给泥塑做包装，终因成本高而淘汰，最后选用纸盒才告成功。凤翔泥塑从此有了包装。大家纷纷效仿，反应非常好；有了包装好卖多了。接下来，凤翔泥塑的传人们在品种的多样化上下了很大工夫。几年来，胡新明创作了150多个新品种，30多个规格。

到2011年五一，胡新民投资500万元兴建的民俗博物馆就正式建成了，而他在工厂基础上成立了“新民俗文化传承有限公司”也常年为联想这样的知名企业提供服务。在千变万化的产品需求中，凤翔泥塑特有的汉唐文化的张扬、丰满，和先秦文化的古朴、神秘，乡

土文化的色彩强烈不但没有消亡，反而在不同的市场需求中得到了细化和延伸，胡新民得到的结论是，大市场才有大传承，小打小闹、固步自封，非物质文化遗产只能让传承的线越来越细，直到走向消亡。

非遗保护 重在民众

采访中，胡新明几次向记者强调，“非遗传承人发钱”以资助非遗项目传承的方式，只能是非遗保护的起点，绝不是最佳方式。非遗保护，重在发动民众。

文化源自民间。胡新明早年曾有去艺术院校进修的机会，但他思量了很久，最终放弃了，原因很简单：参考别人的，不如先做好自己的。有人认为现在的孩子小时候不再动剪刀、泥巴，民俗艺术会失去根基。胡新明却一点不担心，他觉得这是因为民俗艺术的形式没有跟上现代人审美眼光的发展。只要咬着牙真正做到了“一小部分人在钻研、大多数人在欣赏”，民俗艺术就不会失传。所以他鼓励自己的儿子高中毕业后去考工艺美术院校，“毕业再回来，自己选择、自己判断，这才能给凤翔泥塑一个更高的起点”。

2000年以来，胡新民主动出击，每年花费十几、二十万元在全国、全世界各种民间艺术展演中将凤翔民俗做一个品牌整体介绍给民众，有人担心他吃力不讨好，他认为这样的时间和精力的付出，是值得的，没人知道、没人喜欢，就是大熊猫也保护不下来。

胡新明曾经对外界坦露自己的心事——“希望通过全村统一泥塑质量标准、统一价格的模式，使泥塑以及其他凤翔民间艺术品能够走上产业化发展之路。”而最近，这种模式正在实现。六营村的众多艺人共同营造了凤翔泥塑的盛世，虽然他们之间对于艺术的理解以及经营理念多有不同，还需要一个磨合过程。但重要的是，对于凤翔泥塑的热爱，创作者与欣赏者是相通的。■

责任编辑 刘之昆