



胡新明

## 给凤翔泥塑吹口生气

● 本刊记者 骆瀚

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“耍货”，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，据胡新明说，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楼板、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，才辛辛苦苦攒了点血汗钱，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角，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要。

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“新民民俗文化传播有限公司”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，给“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学院，“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作为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。

胡新明曾经对外界袒露自己的心事——“希望通过全村统一泥塑质量标准、统一价格的模式，使泥塑以及其他的风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