



今年9月,参加第十七届深圳文博会回来,竹编非遗传承人李年根有了新收获。坐在记者面前,62岁的李年根侃侃而谈:“一些专家和客户非常喜欢我的作品,他们还给我提了很多好建议,比如色彩不要太杂等等。我准备采纳他们的建议,多设计制作纯色的竹编作品,提高观赏价值和经济价值。”

就是这个李年根,凭借精湛的竹编技艺,在抖音、快手等网络新平台拥有800多万粉丝。回顾自己“火”起来的经历,老李坦言,没有新媒体的包装推广,就不会有他这个网红“竹编老李”。“没想到埋头做了一辈子老手艺,通过网络新平台一下子火了,还找到了好徒弟。想起来,像做梦一样咧。”



### “非遗技艺+短视频” 让老手艺火出“圈”



李年根在深圳文博会上介绍作品

包装李年根的兆铭文化是一家文化传媒公司,总经理胡文敏引领我们参观。左边,是办公区域,一帮年轻人正忙着短视频的后期制作。中间是产品展示区,竹编、木雕、剪纸、陶瓷、夏布绣等作品摆放有序,琳琅满目。右边是生产和直播区,一位工作人员正在直播卖货。

今年35岁的胡文敏,有13年木雕经历,是市级非遗传承人。“我心里始终有一种情怀,就是希望传统老手艺能够传承下去。所以,2019年成立了公司,通过专业包装非遗手艺人,拍摄非遗短视频,并利用网络新平台,让更多的人了解和欣赏老手艺。”

一番寻找和召集之后,竹编师傅李年根、木雕师傅万细生、剪纸师傅昌新保、蛋雕师傅陈武等10多位非遗传承人,与兆铭文化“牵手”。

面对镜头,木雕师傅黄润东神情专注,描图、凿形、打磨,一个精致的红木果盘脱颖而出。就这个抖音短视频,11万粉丝点赞,1200多条评论。以黄润东为主角的“村里的守艺人”抖音账号,去年12月开通以来,粉丝已达到70万。黄润东没想到,借助这个平台,他的木雕技艺会得到全国那么多人的喜爱。

“以前,木雕老手艺的圈子很小,自己的作品也在本地流传。现在,我只管展示手艺,兆铭文化负责账号运营,优势互补,达到了推广木雕老手艺的效果。”黄润东说,“现在良性循环了,视频越火,我创作的热情就越高,就越有人关注这个老手艺。”

非遗技艺+短视频,让这些老手艺火出“圈”,也让老手艺人成为网红。李年根凭借出神入化的竹编技艺,成为兆铭文化的“流量明星”。在抖音平台,“非遗竹编老李”账号已有粉丝433万,各式各样竹编作品,受到网友追捧。

李年根8岁学篾匠,13岁满师独立,54年练就竹编好手艺。从日常家用篾具,到竹编工艺品,老李一直在摸索、创新。十二生肖竹塔、竹提篮、竹箱包、竹肖像画等作品,屡次作为新余、江西非遗文化的代表外出参展。他告诉记者,几十年来,他最担心的事,就是自己的好手艺冷落、失传。现在搭上网络新平台,竹编老手艺火了。“我的梦想也在一步步实现。”老李笑着说。



李年根的徒弟马彪在展示作品

## 当老手艺遇上新平台

□ 本报记者 胡光华 文/图

### “文化公司+手艺人” 项目化推广非遗文化

成功试水,让胡文敏坚定了自己的想法:项目化推广非遗文化。即采取“文化公司+手艺人”的方式,以非遗项目为单位,在对非遗手艺人及技艺进行专业包装宣传的同时,还对其作品进行市场运营推广。为此,公司引进60名专业人才,涵盖项目策划、主播、摄像、剪辑、市场运营等方面。

在竹编非遗项目推广中,公司与李年根等多名竹编师傅签订合作协议,公司借手艺人一双手,手艺人借公司平台,取长补短,相互成就。李年根2020年与兆铭文化签约时,期限三年,月工资三千元保底,直播卖货后还有提成。

公司成立专门团队,在抖音、快手、视频号等新平台开设了10个竹编非遗账号,包装打造了多个网红竹编手艺人。“项目化推广,最终要实现产业化发展。只有这样,才能让老手艺经久不衰。”胡文敏介绍,目前,公司正谋划打造网



万秋生在雕刻作品

红竹编生产基地,即由“竹编老李”牵头,建设竹编加工厂,吸引更多的竹编手艺人加盟,实现竹编技艺传承,带动农民增收。

木雕、剪纸、夏布绣等非遗项目的推广,也正在按这个思路推进。

非遗项目推广还要多元化。今年,新余学院与新余京东云计算有限公司合作建设新余学院人才实训孵化基地项目,兆铭文化承接了此项目。除了为学校师生提供直播指导、电商直播人才培养和运营服务,还组织非遗传承人入驻基地,讲授老手艺的制作技艺。李年根笑着对记者说,每个月讲两堂课,没想到老李还走上了大学讲台。

胡文敏告诉记者,借助景德镇的国际影响力,今年还在那边建设了两个项目。一个是新余非遗文旅馆,另一个是大学生陶瓷孵化基地。目前,新余的竹编、木雕、夏布绣等产品已入驻文旅馆,还定期组织签约非遗传承人到现场展示。

大学生陶瓷孵化基地,有签约陶瓷制作师傅现场教学。大学生除了学习陶瓷创作技艺,还同时学习短视频制作、电商直播等。目前,吸引了不少大学生入驻基地。

如今,新余非遗传承人不仅“走”进短视频,而且正走向更加广阔的天地。作为项目化推广的重要举措之一,兆铭文化每年组织手艺人走出去,既增长见识、学人所长,又宣传推介新余非遗文化。国内的文博会、林博会、手工艺创作者大会、抖音手艺人计划发布会……都留下了新余非遗传承人的足迹。

### “经济效益+传承者” 守护传统老技艺



胡文敏一直有个理念:离开经济价值谈非遗文化传承,没有意义。老手艺要焕发光彩,必须要让手艺人得到经济价值的体现。

参加了2020年12月在杭州良渚召开的届中国匠人大会之后,胡文敏更加坚定了这种理念。此次大会围绕文化滋养与开发、商业赋能与合作、案例互鉴与链接等几个方向,全方位构建以传统手工艺为特色的全球文化商品超级平台。会议座谈中,专家对老手艺创新与传承中的“堵点”进行了阐述,尤其对非遗项目市场化开发的思考,给胡文敏留下了深刻的印象。

是啊,非遗文化传承,难就难在非遗产品的市场化转化。李年根就面临着这种困惑。精美的竹编工艺品,耗时费力,“曲高和寡”,往往有价无市。多年前,他就动员在外务工的儿子,回来学习竹编技艺,但儿子一句“等竹编什么时候赚钱了我再回来”,就把老李噎住了。他的竹编视频火了之后,不少年轻人对竹编工艺品感兴趣,但真正下决心来学的,不多。

今年5月,29岁的马彪从上海辞职来到新余拜师学艺。他告诉记者,从抖音上看到“竹编老李”后,一下就被迷住了。他家在四川南充农村,当地毛竹资源丰富,从小对竹编器具具有兴趣。“从长远来看,这种竹编工艺品是很有市场的。”

胡文敏说,如果越来越多的“马彪”能看到

非遗技艺的潜在价值,并且能从市场上受益,就不怕没有传承人。

必须打通非遗产品市场化中的“堵点”。为此,兆铭文化将电商直播、培养直播人才放在了重要位置。“一方面鼓励老手艺人走进电商直播间,介绍、销售自己的作品;另一方面多途径培养专业的带货主播。”胡文敏说道。

见到木雕师傅万秋生时,他正在手机屏幕前展示木雕、竹编作品,神情专注、语气沉稳。他以前在湖南湘潭开木雕产品店,生意清淡。2019年与兆铭文化签约后,一边创作木雕作品,一边学习直播带货。“我这个没有右臂的残疾人,现在靠木雕和直播,年收入有近十万,已经不错了。”

目前,兆铭文化已经培养了多名像万秋生这样的本土带货主播。他们的参与,给新老手艺人注入了源源不断的生产动力。

去年以来,他们开始着力培养年轻直播人才。依托新余学院人才实训孵化基地,公司制定了电商直播人才培养计划,目前已签约13名大学生。还在景德镇建设了陶瓷直播基地。

去年,兆铭文化通过直播带货,销售非遗产品10万余件。今年,直播营业额预计可达2000万元。

胡文敏说,守护老手艺、传承非遗文化,他们会一直探索下去。



### 脚踏草鞋 走出一个新中国

□ 本报记者 李颖 文/图

金黄的稻谷已经收割,空气中飘着稻草的香味,这样的秋日,笔者来到于都,探访中央红军长征出发纪念馆。漫步馆中,在一段段文字、一张张照片、一件件实物面前,有三个画面让笔者停留、询问、思索……

第一个画面,是玻璃展柜展示的绣球草鞋。

展柜中的这双绣球草鞋与一般的草鞋有点不同,不是用稻草而是用黄麻编织而成。鞋底鞋面做工精细细致,昭示着编织者的心灵手巧;鞋尖上各绑了一个粉色绣球,显露出一份别样的情怀;鞋的颜色有着几分沧桑陈旧,暗含着不同寻常的经历。讲解员的温情诉说,则还原了一对青年男女的爱情故事。

1934年10月,于都河畔,中央红军整装待发,父老乡亲们纷纷赶来送行。人群中一对青年男女执手相看,互相叮嘱。男青年名叫谢志坚,是于都岭背镇燕溪村人,红一军团二师政委刘亚楼的警卫员;女青年名叫春秀。这是一对相爱的恋人啊!谢志坚擦去春秀脸上的泪水说:“别哭,红军会回来的,我也会回来的,你放心地等待红军的好消息吧。”听了谢志坚的话,春秀使劲点头大声说道:“我会等。”就这样,谢志坚的行囊里塞着春秀做的茶叶蛋、金黄的米果、炒花生,还塞进一双春秀连夜用黄麻编织的又厚又密的草鞋。

山盟海誓随这双草鞋一路征战。血战湘江、激战娄山关、四渡赤水……一场又一场的恶仗,这双草鞋像爱的护身符陪伴谢志坚一次次闯了过来。

当部队到达金沙江,当地百姓用船送红军时,他想起了告别家乡于都河的情景,他穿上了这双草鞋;当部队强渡大渡河时,战斗十分激烈,随时可能牺牲,他不想和春秀的草鞋分开,他穿上了这双草鞋。这是仅有的两次穿这双草鞋的经历,其他时间谢志坚不舍得穿,将它捆在行囊中,闲来摸摸、看看。

当部队进入甘肃境内,谢志坚突发疾病无法行军,被安排在当地养病。这一留,山高水长、世事变幻、艰难险阻,曾经的誓言停留在心间,唯有这双草鞋默默相伴。

1951年秋,谢志坚终于能够带着这双草鞋回于都,可那个说“我会等”的姑娘早已不在人世。原来,一直痴心等待的春秀,在于都解放前夕,被靖国团杀害。坟上草青青,阴阳两相隔。

上世纪80年代,谢志坚给草鞋绑上一对粉色红心绣球,捐赠给中央红军长征出发纪念馆。

第二个画面,是由草鞋拼成的地图。

沿着这双草鞋的展柜往前走,拐个弯出来,便能看见迎面的展板上由80双草鞋组成的一幅中国地图,地图上用红星标注着首都北京和于都的位置,寓意红军脚踏草鞋跋山涉水、九死一生,取得长征的伟大胜利,迎来了一个新中国。长途行军最需要的是鞋子,据讲解员介绍,当时为让每一位红军战士至少带上两双草鞋上战场,于都的老百姓在短时间里赶制了20万双草鞋。当人们纷纷在这幅极具创意的草鞋地图前留影时,让人感受到的是穿越时空的力量与活力。

第三个画面,是编织草鞋用的工具。

来到草鞋地图的背面,是由图片与实物组成的实景,展示了编织草鞋的材料与工具。简单的木质工具、随处可见的稻草,通过一双手就能编织出一双简单的鞋。但是用稻草编织的草鞋磨脚、不耐穿,因此当时的红军基本上都会自己打草鞋。红军战士们一路上穿着不停更换的草鞋,一走便是两万五千里。他们走到了陕北,走到了民族救亡的前线,走出了一个新的中国。

这三个画面展示了红军战士的铁骨柔情,展示了红军战士与百姓的鱼水情深,展示了红军战士在枪林弹雨中的前赴后继,在绝境重生中的越挫越勇……展示了许许多多,难以尽述。

走出纪念馆,穿过一队队前来参观、研学的人群,来到渡口。于都河水滚滚向前,似乎在告诉我们:一切向前走,都不能忘记走过的路;走得再远、走到再光辉的未来,也不能忘记走过的过去,不能忘记为什么出发。

“人无精神则不立,国无精神则不强。”长征精神在哪里?在孩子眼睛里,看到了对红军的崇敬;在年轻人的步伐里,看到不懈努力的坚定;在长者的笑容里,看到自有后来人的欣慰……穿越历史的烽烟,红色记忆并未褪色,长征精神影响着一代又一代人。用双脚丈量信仰,用梦想点亮前路,用奋斗开启新篇章。不忘初心,继续前进,每一代人都要走好自己的长征路。



中央红军长征出发纪念馆展示的绣球草鞋