

# 从“传统农业村”到“文化新地标”

泉州以“以文塑旅、以旅彰文、以农促融”为引领,多措并举绘就乡村新画卷

□融媒体记者 林铨柔

日前,泉州发布《泉州市“泉乡有戏·艺起来”——文化赋能乡村全面振兴实施方案》,提出将聚焦“乡风文明、农遗传承、农旅融合、村级赛事、文创乡建”五大主线,构建泉州文化赋能乡村新格局,通过文化赋能、“五艺助力”,实现“十个一批”,为推进乡村全面振兴赋能赋美。事实上,泉州已有许多村落、乡镇或县区巧借艺术和文化,实现从“传统农业村”到“文化新地标”的蝶变,大大提高地方的经济附加值。

## 非遗传承: 技艺活化的乡村路径

泉州有许多地区深入挖掘农耕技艺或特色民俗,通过研学体验、情景展示、表演互动、数字化博览等形式打造文化地标

今年年初,为推进非物质文化遗产系统性保护,非遗助力乡村振兴,福建省遴选并发布2024年“非遗工坊典型案例”,全省共有20个案例入选,泉州占9席,涉及制香、木雕、竹编、制瓷、石雕等领域,覆盖永春、安溪、德化、惠安等区域。此外,泉州有许多地区深入挖掘农耕技艺或特色民俗,通过研学体验、情景展示、表演互动、数字化博览等形式打造文化地标。

在德化龙浔镇丁垵村,闲置荒废的传统古厝和旧厂房、瓷厂等集体资



晋江市九十九溪拓展区风景如画(受访者 供图)

产被改造盘活,凤翥白瓷古镇、太平宫窑、中国白瓷非遗传承研习所等项目应运而生。丁垵村村委会主任李文芳介绍:“我们以太平宫窑文化园为核心打造文化旅游产业,又通过非遗传承研习所、龙窑烧制基地等为陶瓷技艺传承搭建平台,还常常举行文化沙龙、技艺展演等活动。”改造升级后,许多游客慕名前来,见证和体验陶瓷制作的神奇,“我们还通过招商引资吸引企业入驻,引入了星级酒店等项目。不仅带动村民增收,村财也壮大了,村财年增收100多万元,村民年增收更是高达2.6亿元”。

作为高甲戏发祥地的南安石井镇岑兜村同样借艺术点亮乡村。一方面,岑兜村建立了高甲戏传习所,为孩子们开设高甲戏特色课程,重点训练戏曲基本动作,培养了一批戏曲苗子;另一方面,对村中200多栋古厝进行原状保留及盘活,根据房子的特点,保留了部分断壁并加以装饰整修,整理出空间,植入高甲戏元素,打造户外戏剧主题博物馆,并举行高甲戏服饰文化田园走秀、高甲版脱口秀、戏剧快闪、戏剧潮玩、戏剧帮传会等各类戏曲文化活动,吸引了一批批慕名而来的游客。此外,总投资1亿元的岑兜高甲戏文创综合体项目正紧锣密鼓推进中。

永春亦有多处非遗体验园,例如彬达香文化创意园借“一脉香传”理念将宗教文化、养生文化、休闲娱乐等板块巧妙串联,游客在此可以了解簪香、搓香、盘香、水车动力制作香料等传统工艺制作方法,亲身体验掷香花、DIY各种天然工艺香,观看香道表演;永春老醋文创园则设有谷雨名门、解码老醋、打翻醋坛、诗以咏醋等十个观光体验点。游客不但能在此赏醋、购醋,还可以DIY醋饼干、醋饮料、醋果冻等,全方位品味老醋文化的古、韵、醇、珍。

拥有“三铁三世遗”的安溪则打造了165米的非物质文化遗产长廊,以四大主题展区串联传统医药、传统艺术、传统技艺和民间民俗。长廊内陈列有160余件(套)凝聚匠人匠心的非遗展品,还不时开展铁观音冲泡、竹藤编工艺、毛笔制作等体验活动,甚至邀请白釉制作技艺手艺人现场烹饪安溪小吃,系统展现安溪历史文化、艺术创作与民俗风情。

## 文旅融合: 流量驱动的业态升级

或开发自然资源,或改造原有景观,人文或自然风光也是文旅融合的助推剂

不止非遗传承为乡村振兴助力,其他人文或自然风光也是文旅融合的助推剂。当前,泉州许多地方或开发自然资源,或改造原有景观,皆取得不错的成效。

惠安县投资4.88亿元打造黄塘溪田园风光项目,其以“生产、生活、生态”融合为目标,按照“一溪、四带、八区”的规划结构,综合利用规模农业、技术农业手段,结合建设乡村绿道,发展乡村旅游,将黄塘溪沿线打造成集农业观光、休闲度假、文化传承、游学体验等为一体的田园综合体。项目落地后,村居环境开启“美颜模式”,周末不时有游客前来打卡拍照。目前,黄塘溪沿线已建成高标准农田3800多亩,片区实现年农业产值6000多万元,每年吸纳周边农民工6万多人次,沿线的村集体收入增加了约200万元。

以“闽南都市田园聚落”为主题的晋江九十九溪田园风光项目整合农耕研学、非遗展演、水上音乐会、田园市集等活动,实现“文农体旅”有机联动。数据显示,2024年中秋期间,“田园邀月赏田园、状元故里博状元”九十九溪田园风光文体旅融合暨万人博状元嘉年华活动现场吸引上万人次;2024年国庆期间,以庆祝新中国成立75周年为主线,成功举办2024晋江九十九溪田园风光“庆国庆·享田园”暨“社会主义好”——李焕之主题音乐会,开展“马不停蹄秋来野·田园‘焕’乐享田园”国庆活动,据不完全统计,客流量达1.5万人,日均客流量2000人左右。今年“五一”期间,更是因宋江阵展演吸引大批游客。

晋江新塘的后库社区则根据后库与飞机场的故事为主线设计了后库“机”忆微景观工程。“项目谐音‘记忆’和‘机遇’”,一方面是为了纪念1996年后库为建设机场做出的贡献,另一方面也传递了后库在乡村振兴背景下做出的探索。我们在这里放置了模型飞机、茅草亭、‘头等舱’等,大家可以坐在亭子里看飞机起降。”设计师蔡志铿介绍:“这个项目做成以后,变成当地的一个小网红点,吸

引了很多人来打卡。尤其是晚上,很多周边居民来这里乘凉聊天。”除了后库“机”忆,当地还打造了后角老院子景观工程,既保留闽南传统元素,复原历史典故,也加入了电影放映、休憩互动等功能,获得许多好评。

## 赛事文创: 村级经济的创新引擎

通过举办村级赛事、开展演艺活动、设计IP形象、制作文创产品等方式,有效提升了经济附加值

打造乡村IP也是泉州推进乡村振兴的重要路径。目前,泉州多个村镇通过举办村级赛事、开展演艺活动、设计IP形象、制作文创产品等方式,有效提升了经济附加值。

文体赛事方面,每年暑期的和美乡村篮球大赛(村BA)是当仁不让的金字招牌,每场比赛都有许多观众前来观看。以2024年为例,24支队伍在4个赛区展开48场激烈角逐,线下、线上累计吸引观赛群众超千万人次,在点燃乡村体育热情的同时,也为乡村振兴注入新的活力,带动民宿、保险、地摊经济等产业发展。在晋江东石镇萧下村、英林镇东埔村、永和镇西坑村等比赛场地旁,夜市摊位热闹非凡,优质农产品展销直播专区更是一派火热,网红现场展销泉州农产品,打响“福农优品”“晋江好货矩阵”品牌,带动周边1200多户家庭增收,赛事直接、间接消费超亿元。

此外,“村跑”“村舞”等“村字号”文体赛事、中国农民丰收节等节庆活动、“春燕行动——福建省乡村音乐会”演出活动等同样吸引许多人参加,刺激消费的同时也逐渐形成举办地的特色名片。

IP形象方面,泉州许多地方都推出独属于自己的“吉祥物”或“代言人”。其中,永春达埔镇以“中国香都”为灵感,设计出“小香君”这一形象。该形象融合了永春香、闽南屋檐、永春麻糍、达埔山景、传统回字纹图案等,尽显香都特色;石狮以凤里庵门前受石狮人供奉1400余年的古狮作为原型,并取材紫薇花、姑嫂塔等元素,打造出2025年度城市IP“狮千岁”;安溪祥华乡以制茶大师为灵感,结合茶元素与憨态可掬的“老小孩”形象,推出IP“祥大师”,成为茶乡带货担当;惠安紫山镇则以黄塘溪、笔架山、竹子和余甘为灵感或原型,推出“紫紫”“山哥”“大竹”和“美宝”,尽显乡村魅力。

不少地区在推出IP形象的基础上,还衍生各色周边,获得消费者的喜爱。比如永春“小香君”不但在伴手礼礼盒、帆布袋上出现,还有自己的表情包和手机壁纸;石狮“狮千岁”拥有毛绒挂件、包庇御守、香包、造型摆件、冰箱贴等演绎形式;晋江从市花白兰花和中华凤头燕鸥中寻找灵感,设计出“晋小白”和“哦哦”,推出冰箱贴等文创周边;惠安则借木雕和惠安女形象,设计涵盖镂空书签、古风扇子、扩香木等在内的“惠小木”系列文创;南安更是在近期举行的“五月花”直播乐购节上展示寻迹南安系列文创、郑成功IP文创、砖雕摆件系列文创等产品,吸引许多观众观看,最多同时观看人数高达12万人次。