

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 林梓柔

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。



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、太平官窑、中国白瓷非遗传承研习所等项目应运而生。丁墘村村委会主任李文芳介绍:“我们以太平官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起平台,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。

永春亦有多个非遗体验园,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,游客在此可以了解篾香、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,还不定时开展铁观音冲泡、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。

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。

在德化龙浔镇丁墘村,闲置荒废的传统古厝和旧厂房、瓷厂等集体资

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。