

宣传思想文化领域人才专访



正在弹唱侗歌的吴文梅。



陈子渊讲述茶事。周旺 摄

从侗寨歌者走上高校讲台
教育部侗族大歌传承基地代表性传承人吴文梅：

文、图本报记者 舒畅

吴文梅的课堂，经常是颇具欣赏性的课堂——好听是一定的，侗族大歌的天籁之音萦绕不绝；时常会有演出的排练，绚丽的侗装一旦上身，女孩就更是娇妍好看。

吴文梅带领学生排练的地方，是教育部中华优秀传统文化传承基地——贵州民族大学侗族大歌传承基地，设在音乐舞蹈学院的一间教室里。

从侗寨里的歌者，到高校讲台上的副教授，再到教育部侗族大歌传承基地代表性传承人、贵州省首批高层次人文社科领域文化艺术类青年拔尖人才，吴文梅用一句话概括自己的成长：“对于侗歌，我要在各方面都逼着自己不断学习，让自己变成一个复合型人才。”

吴文梅从小在寨子里唱歌，2006年和2008年，她先后参加第十二届和第十三届CCTV青年歌手电视大奖赛，分别捧回原生态演唱形式银奖、观众最喜爱歌手奖、合唱三等奖。

2004年，贵州民族大学音乐舞蹈学院招收第一批少数民族特色音乐本科生，吴文梅通过全国统一高考成为该专业的首届学生。侗族大歌发乎天然，“原生态唱法”，让刚进校时的吴文梅面对五线谱一头雾水，更不用说系统化的音乐知识和理论研究。大学4年，她几乎是靠着“魔鬼式”训练，让自己成为一个既能高水乎唱歌，又能沉下心研究理论的人。她的20多篇学术论文陆续发表在各类刊物上，2019年编著出版了《天籁侗歌精选》，书中收录100多首侗族曲目，分20类，配有汉语翻译、音标及注音字母，成为全国多所高校相关专业的教材。

吴文梅的学生大多来自侗族村寨，音乐理论基础薄弱，会唱的侗歌曲目较少。她对学生的要求是：大学期间掌握《天籁侗歌精选》98%以上的侗歌传统曲目。她把侗族大歌的教学分成5大板块——演唱、教学、理论、创作、宣传推广，每个学生都要涉猎。

她最看重的是“科学发声”与“保持本色”之间的平衡。民间唱法靠“大白嗓”，音色不统一，有时粗大浑浊；高校教学则通过科学练声，在不改变侗歌本真色彩的前提下，过滤掉声音中的杂质，使音色更透亮、干净。“就像山泉流下的水一样，需要过滤掉不好的物质才会更纯净。”吴文梅这样比喻。

这套方法是否被生活在传统侗寨的人们接受？她带学生下乡，唱歌给村民听，请当地歌手和村民现场评价。国家级非物质文化遗产代表性项目侗族大歌国家级代表性传承人吴品仙听后说，这是她听过最好的声音。村民也说，声音统一、好亮、好干净。

新时代背景下的侗歌创作，是吴文梅让侗歌流淌进现代人耳朵的努力。她用侗族音乐元素结合现代表达，创作了《夜伴琴声》《情醉侗乡》《天籁大歌》《绿水青山就是金山银山》等原创歌曲，其中《绿水青山就是金山银山》等3首在“学习强国”平台发布，在各大音乐平台的播放量累计超过500万次。10月1日，“村超”国际联赛开幕式上，这首歌曲向全世界唱响。

对侗歌传承和推广的使命感，让吴文梅珍惜一切机会，把侗歌从课堂和舞台迈向更远方。她带着侗歌走过校内、省内、国内乃至海外，参与的演出和比赛拿下国家级、省级、校级奖项20多项。2022年，她荣获贵州省第十届高等教育教学成果奖一等奖。她还主持或参与了国家艺术基金项目《侗族大歌表演与创作人才培养》等10余个科研课题。



欢乐的课堂。

让非遗技艺变成乡邻生计
都匀毛尖茶制作技艺省级代表性传承人陈子渊：

本报记者 舒畅

剑江的水流过都匀西山大桥，桥上二楼就是名为“子渊的茶”的店铺。都匀毛尖茶制作技艺省级代表性传承人、店铺主人陈子渊站在一口铁锅前炒茶，那双泡茶时纤柔的双手，在滚烫的锅壁上翻飞和揉捻时，显得皮实有力。

陈子渊1985年出生于都匀茶山脚下，童年记忆里，采茶是“苦差事”：六七岁跟着家人上山，一个小孩一天也就能采半斤茶青，换来3元零花钱。但她至今记得采茶时的大好春景：“那时候桃花正开着，头顶就是桃花，和茶园连在一起，美极了。”

2013年大学毕业后做销售，她在城市高档茶馆里看到都匀毛尖一两卖到300元，而家乡茶农采一斤茶青仅得百元左右，炒一斤干茶也不过五六十元。巨大的落差让她做了一个决定：回家。

返乡后，陈子渊做的第一件事不是急着卖茶，而是去学习。从系统学习茶文化、种植、加工、审评，到学习龙井、安吉白茶等其他绿茶产区的先进理念，她脑子里渐渐构筑起一整个关于茶的知识体系。

陈子渊的经营策略，在同行看来有点“不划算”。采茶工每斤茶青多给10到20元，条件是要保证茶青鲜嫩；炒茶工每锅也多加酬劳，要求是炒制时间从35分钟延长到45甚至50分钟，避免工人为了省时用高温，保证冲泡时茶汤干净透亮。

2015年，陈子渊创立都匀市苗岭茶香茶叶发展有限公司，在匀东镇坝固社区建起集种植、加工、培训于一体的产业基地，推行“企业+农户”模式。2019年，她在坝固、归兰社区设立非遗就业工坊，优先吸纳困难群众就近就业。直接带动200余名贫困及低收入群众稳定务工，人均年增收8000余元；间接辐射带动茶产业从业者3000余人。通过“师带徒、传帮带、老带新”的模式，累计培育了1000余名采茶工、制茶能手和专业茶艺师。她还常年深入都匀市匀东镇、三都自治县等茶区，实地指导茶农优化种植管护和制茶工艺，主动为30余户茶农对接市场销售渠道。

如果说就业工坊解决的是生产端的问题，那么西山大桥非遗市集解决的是市场端的问题。2025年5月，陈子渊牵头创建的西山大桥非遗市集正式开市。市集汇聚了24项非遗技艺、16家商户入驻，二楼是固定非遗店铺，楼下周末有20多家流动摊位，涵盖制茶、刺绣、染织等多个领域。开市以来累计接待游客约50万人次，平日日均客流量2000多人次，周末翻倍，节假日最高达8万多人次。“以前非遗代表性传承人各做各的，现在有了固定摊位，游客来了能看见、能体验、能买走，卖出去的东西比原来多多了。”陈子渊说。市集为入驻的非遗代表性传承人提供了百余个稳定就业岗位，带动人均年增收8000元以上。以茶为媒、以文聚气、以市兴业，都匀把非遗传承、夜间经济、民生休闲有机结合，小小的非遗市集，牵动了民生福祉。

2018年起，陈子渊个人出资打造了400余平方米的都匀毛尖茶文化馆，收藏茶史文献、传统茶画、古式茶器、原生态茶歌、老旧制茶设备等实物及资料300余件。茶文化馆累计接待游客超10万人次，免费开放的展厅里，游客不仅可以看展，还能亲手炒茶。“游客亲自上山采茶一天仅得一两左右，体验炒茶的高温辛苦后，更能接受较高的茶叶价格。”陈子渊说，这种“沉浸式理解”比任何广告都管用。

2023年以来，陈子渊先后获评贵州省“黔茶工匠”、贵州省技术能手，入选贵州省文旅主理人才库，2026年荣获贵州省五一劳动奖章并入选贵州省高层次人才库。



冲泡都匀毛尖茶。周旺 摄



黔东南黎平县肇兴侗寨。梁辉波 摄（影像贵州）

人民有期待，文旅才有未来

中国旅游研究院院长戴斌：

本报记者 曹雯



戴斌长期关注贵州文旅发展。
受访者供图

中秋国庆假期，“村字号”活动在贵州全域开花，从榕江“村超”、台江“村BA”到三都“村马”，再到“村T”“村舞”“村戏”“村晚”等，可谓场场爆满、圈粉无数，成为贵州假日文旅最具辨识度的流量引擎。

“不是为了出圈而出圈，而是人民有期待。”在分析贵州文旅近年来爆款频出时，中国旅游研究院院长戴斌反复强调人民这个关键词。在他看来，贵州文旅出圈的底层逻辑与可持续发展的根本保障，都指向同一件事——当地群众始终是主角。

记者：近年来，贵州爆款文旅IP接续破圈，形成了接地气的“村字号”IP享誉全国。在您看来，这种持续的底层逻辑是什么？群众自发性在文旅产品中具有怎样的不可替代价值？

戴斌：贵州这些年出圈的“村字号”活动，展现的都是具有浓郁地方特色和鲜明时代特征的文化创作。它们根植于当地人民生活的需要，也根植于时代发展的要求。

如果说贵州做对了什么，那就是坚持以人民为中心的发展理念，紧紧依靠人民。只有广大人民群众参与进来了，这些活动才不是一种表演，而是深深植根于日常生活，拥有旺盛的生命力。我们注意到，一些文艺项目一旦离开原生地，离开了本地人民群众参与的土壤，变成一朵“表演的花”，往往是不可持续的。

所以，一个好的文旅目的地一定是近悦远来、主客共享的。当地村民喜欢了，美好生活形成增量了，外面异国他乡的游客才会到访。不是为了出圈而出圈，而是人民有期待——这是贵州文旅发展的底层逻辑。

记者：您曾提出一个观点：“旅游需要‘卷’，但也需要更多的松弛感。”“大地指纹”音乐会出圈后，举办地大方县提出“不赚快钱，做长红”。从2022年“村BA”出圈以来，贵州“村字号”在流量引导上经历了怎样的进化？

戴斌：“大地指纹”音乐会的理念，遵循了一种耐心、智慧和长跑的姿态。一个地方的文旅发展需要宣传，但不能把发展寄托在一两次出圈活动上。我们要的不是接住“泼天的富贵”，而是制造“长红的机制”——这个机制应该循序渐进、稳步向前，而不是像过山车一样大起大落。

好的旅游目的地，一定是主客共享的美好生活新空间。只有当地人喜欢了、爱上了，并愿意为之付出，它才能长期发展下去。没有人可以天天敲锣打鼓地过日子，我们要善于迎接发展的高峰，也要学会在平凡中推动发展。有了这种心态，才会有真正的松弛感。

记者：今年6月，贵州省出台《关于持

续擦亮贵州“村字号”品牌的指导意见》，明确“防止品牌泛化、异化和过度商业化”。当“村字号”从自发生长走向制度规范，需要注意哪些边界？

戴斌：防止过度商业化，核心就是不要急于求成，如何守住初心，才是最关键的。有些文化活动根植于特定的时空，一定要把握节奏，不要急于把它变成现金流，也不要希望声音越大越好。这对党政部门领导干部是一个政治智慧的考验。事实上，国际上很多民俗文化活动，就是为一个村、一个乡服务的。外面人认可，我们这样做；没有人来，我们一样这样生活。

当代文化创意应有的态度，不是让别人把光打到自己身上，而是让文化艺术的光芒真正照射到这块土地上的人们身上。

记者：“村字号”活动大多在乡镇和村寨举办，基础设施原本并非为大规模客流而建。“大地指纹”音乐会期间大方县投入大量公共交通服务和提供免费停车位。从全国视角看，这类公共服务投入，对县城旅游、乡村旅游发展有怎样的启示？

戴斌：“大地指纹”音乐会看上去是一场民间的文化艺术活动，背后需要大量的基础设施建设和公共服务保障，甚至需要动员社会力量协同推进。

从全国范围看，乡村旅游发展有3个需要关注的问题：一是基础设施建设，很多地方没有做好接待大规模人员到访的准备；二是公共服务短板，安保、通信、解说系统、公共宣传系统等都值得关注；三是文旅融合的可持续性——某个时间节点上有个活动，互联网声量很大，但如何转化成造福当地居民、并为游客所称道和重复到访的场景？这是最需要关注的。

记者：您曾评价，“用村子的力量带出了全国性现象级的活动，贵州走在全国前列”。在您看来，贵州经验中有哪些是可以复制的？对全国乡村旅游提供了怎样的启示？

戴斌：贵州爆款文旅IP能够持续发展，不断迭代，根本在于坚持了旅游发展过程中的人民立场。各地在借鉴时，一定要牢牢把人民性作为思考一切问题的根本出发点。一切为了人民、源于人民、依靠人民，才可以行稳致远。

具体有4个方面的路径启示：第一，深入挖掘本地文化，研究文旅市场运行规律，让当地资源真正造福于当地人民。第二，深化文旅融合、科技赋能，让美好事物驻留在这块土地上。第三，重视互联网宣传工作，但也要给市场以合理预期，不能把偶发事件当成经济社会发展的全部。第四，一体化推进文旅相关的教育、科技和人才队伍建设。说到底，任何事情都是由人来推动的，加强干部和人才队伍建设至关重要。



贵州民间文艺活动就是当地人的生活。本报记者 吴蔚 摄