

# 文旅融合发展 助力乡村振兴

贵州日报天眼新闻记者 彭芳蓉

## 贵定县红旗村：金海雪山 花期之后



扫描二维码  
读《黔地·村寨采风》专题报道

### 编者的话

## 文旅乡村好韵味

为什么要发展乡村旅游?在《黔地·村寨采风》里,我找到一个颇具日常性的回答:对旅客而言,恰似人生的航船偶然停泊在平静的港湾;而对乡村而言,则是寂静的港湾等到了更多“回家”的船。

“回家”总是与乡村有着千丝万缕的情感联系,“寻味乡愁”一度成为发展乡村旅游的最佳代名词。抛开感性思维,乡村与“回家”还存在着人与自然的理性沟通,引导人们回归纯粹和本真,构建人与自然之间的内在联系与和谐统一。近年来,“回归本真”在乡村旅游中变得越发重要,也成为许多人一路向前的决心和理由。

红旗村党支部书记李成举对“绿水青山就是金山银山”这个道理深信不疑。为了保护红旗村的“金海雪山”,他小心翼翼地呵护着村里的李树林,在他看来,这是红旗村发展经济的重要途径,也是让家乡回归自然的最佳机遇。守住家乡特色自然资源让李成举的努力得到了回报,在《贵定县红旗村:金海雪山 花期之后》一文里,作者记录下红旗村的旅游状态:“红旗村人的美好生活已不再限于花期。”

文旅融合的路径就是文化贴近生活、旅游回归生活。在《龙里县平坡村:“农民画家”兰开军》一文里,回到家乡驻村的兰开军看到了乡村原生活的美。他开始重新审视平坡村,寻找乡村区别于城市的文化特性和本真属性,开发出属于平坡的乡土文化。他带着大家在刷了白漆的墙上作画,让整个村庄回归生活的原真和原态,引来了游客也助推平坡苗画走出大山、走进课堂。

作家余秋雨说:“文化是一种养成了习惯的精神价值和生活方式”。在《惠水县好花红村:“好花红”的文旅效应》一文,便讲述了一个“当文化成为生活方式”的故事。

布依族民歌《好花红》脍炙人口、流传已久,它改变了一个村的发展境遇,也让许多人有了更多的选择,非遗传承人王科国就是其中一个。从传唱它到继承它,最后再因此吃上了旅游饭,王科国对《好花红》的感情不言而喻。当文化融入生活,那么诗意无处不在。随着乡村振兴不断推进,好花红村的文化血脉愈加活跃,那一抹“乡土本味”在发展中渐渐浓郁。

山水风光、乡土之韵,都是大自然最本真的存在,都是生命意蕴的丰富展现。无论是红旗村、平坡村,还是好花红村,它们的发展都与自然生态并肩而行,在旅游体验空间里以生活作为原点,保持着独立的“本真”。或许,回归本真是一条漫长的道路,但李成举、兰开军、王科国等乡村建设者却怡然自得,一直积极、向善地走在“回家”的路上。漫漫其修远兮,吾将上下而求索。

——向秋艳



红旗村的农庄内环境设计十分优美。



兰开军指导村民画画。



王科国的农家乐。

本版图片均由  
贵州日报天眼新闻记者 彭芳蓉 摄

回到20世纪80年代,眼前仿佛浮现出当时丰收的情景。“你是贵阳人,你肯定晓得,以前我们红旗村的酥李在贵阳可是出了名的。”提起当地盛产的酥李,他不禁有几分自豪。

那时,土地包产到户,红旗村落海寨的人们对酥李钟爱有加,家家户户都种了一些。每年到了5月份左右,青色的果子挂上枝头,落海寨的人们便掀起一阵丰收热潮。

贵定县地理位置优越,距离省城贵阳仅80公里,又处在重要的交通枢纽之上,多条铁路、公路在这里交织成密集的交通网络,外出非常方便。即使当时的红旗村内依然泥巴路纵横,但出村进城并不难。于是,村民们便不辞辛苦地挑着酥李去往外城贵阳销售。

这种酸甜适口的酥李在贵阳广受欢迎,山坡上的树林越来越密。2000年后的某个温暖春天,被酥李覆盖的山坡一点点被染成白色,满山梨花竞相开放,一簇簇如定格的雪山,让整座山看起来毛茸茸的。

酥李的连年丰收让人心情大好,生活富足也让人眼前的景象很是惬意,红旗村人在邻村苗寨觅得一处临河的地方,将此处命名为“小花溪”,一边赏花一边游玩,自得其乐。

班结业,兰开军的美术之路却正式开启,他成了何苦的徒弟。

彼时,何苦在县文化馆工作,常年下乡开展文化活动,还将三元镇的河边寨打造成农民画艺术之乡。兰开军向何苦提起自己的老家平坡:“平坡的苗族文化和风俗都保留得很好,我想,是不是也能在那里做一个农民画艺术之乡?”兰开军瞄了一眼何苦的反应,老师似乎轻点了点。

很快,何苦就向县里申报了这个项目,让兰开军带着路前往平坡。此后的一个多月,师徒两人白天组织百姓村民学习绘画,夜里便住往平坡,却并不影响两人发现惊喜。一个苗族女人骑在马上,肩上有三个脑袋,中间那个脑袋正面向前,两边则是左一右两张侧脸。何苦见到这幅画不禁拍案叫绝,立即找到作者聊了起来。这位名叫“依朵”的姑娘十分羞涩,怯怯地解释:“我就是想画一个人骑在马上东张西望,不知道怎么去表达,就画了3个脑袋……”

“这手简直像极了马蒂斯和毕加索!”何苦欢呼。如此高的评价让兰开军惊喜不已,他隐约明白了该如何教授苗族老乡们创作农民画。“苗族妇女从小

画花,那些流动的线条几乎都已经刻进了肌肉记忆。画画对她们而言,就像装在瓶子里的酒,有丰富的内容,但需要引导她们把‘酒’从肚子里倒出来。”

当初培养的年轻画师陆续南下打工,村里最终只剩下10余位年纪较大、出不了门的老画师。兰开军去县里相关部门求助,又向恩师何苦吐露心中的焦虑,终于邀请了电视媒体去往遥远的平坡做新闻报道。此后,新华社、《人民日报》、中央电视台也闻讯而来,兰开军一遍遍地带着记者驱车驶上颠簸的公路,摄像机在车里“咔嚓”作响。

“快看,你们又上电视啦!”兰开军快指着电视里的新闻向村民们吆喝,大家脸上有显而易见的光彩。兰开军的目的似乎达到了。

2006年,平坡村成立了贵州首

然而,果期短暂,游客和采摘一空的酥李一同散去。红旗村仅热闹了不到一个月,便又恢复了平静。显然,酥李的季节性太强,让红旗村的人们无法长期享受旅游的红利。

红旗村的村民们陆续外出打工,年轻人一个走出了村庄。李成举一开始并未觉得有何不妥,但随着时间推移,他渐渐发现,村里的李树开始老化,收成逐年减少,连春天最壮美的“雪山”看起来也有些稀薄了。他有些束手无策。

转眼到了2015年,脱贫攻坚工作在村里如火如荼,李成举也适时提出了自己的忧虑。“酥李和油菜花是金海雪山赖以生存的两大要素。现在村里大多数年轻人外出打工,酥李没有人管护,这两年老化太快,如果我们再不采取一点措施,这个招牌搞不好就……”

李成举说得在理,县里的旅游部门也作出行动,很快引进了四季花谷公司进驻,金海雪山又迎来了李成举感到兴奋的变化。他看到新的基础设施一点点建成,天下粮仓、乡愁园、稻梦空间、人民公社……这些他从未想象过的新景观,逐一进入到红旗村村民们的生活之中,不少没有外出的村民,也

在景区内找到了一份合适的工作。入驻的不仅有四季花谷公司。2018年,又有一家公司被引进到红旗村,与村民们产生了更为紧密的联系。李成举牵头成立的村集体合作社,与这家公司合作建了一座“升级版”的农家乐,命名为“依山依水生态农庄”。

“其实,我觉得还远远不够……”虽说这几年的改变,已经让金海雪山成为国家4A级景区,知名度也早就打到了省外,但李成举依然忧心忡忡。

外出的村民大多过上了富足的日子,不愿再回乡种树,这让李成举感到无奈。不过,他已经有了解决方案,“我想再等个一两年,现在景区发展还不错,如果年轻人还是执意要出去,那就从村委的角度来组织管理,流转土地,引进公司,继续把我们的品牌维护起来。”

草长莺飞的季节里,金海雪山已经过了最佳观赏期,但李成举依然每天来农庄打扫卫生、维护设施。他知道,到了周末或假期,周边城市的人们还是会来这里烧烤、游玩,度过短暂却美好的闲暇时光。金海雪山没有海,也没有雪,但这时飞逝的十几年里,红旗村人的美好生活已不再限于花期。

个村级农民画协会。2007年,兰开军倾尽积蓄,同时又向县里提出申请,在县城开了一间画廊,专门售卖平坡苗画。他知道,兴趣、荣誉固然能让人点燃作画的激情,但贫穷会限制人们的创作欲,只有让

大家看到,画也能换来钱,或许才是让平坡苗画持续生存的方法。

回乡培训、收购苗画,再放到画廊里销售,这确实让平坡的画师们来了兴趣。为农民销售作品的举动,也让兰开军在2007年获得了贵州省十大杰出青年称号。两年后,他作为特殊人才被引进到县文化馆工作,这也为他后来推动平坡苗画继续发展提供了更大便利。

他与何苦时常通过文联、美协等途径,向各类展览推荐平坡苗画。2010年,他们组织平坡画师创作作品参加全国农民画展,有7件作品收藏于浙江美术馆,2件作品刊登在《美术》杂志上,作者获得了收藏的费用。2018年,有两幅平坡苗画被江苏美术馆典藏,典藏费用为每幅画2万元。兰开军将这笔钱交到作者手中时,对方差点掉下巴,感叹道:“我在外面打工,一年可能都挣不了这么多,一幅画这么值钱吗?”

画师们热情高涨,创作的作品也越来越多。2017年,兰开军被派

回老家驻村。他换了一个角度,重新审视自己生长的地方。人们不仅在纸上作画,也开始在刷了白漆的墙上作画,平坡苗画也不再局限于绣娘之间,同时也走进了课堂。

“老家这么美,想让更多人来看看。”2018年,龙里县被确定为全国新时代文明实践中心建设试点县之一,平坡村也获得“贵州民间文化艺术之乡”称号,兰开军心中又萌生出一个更长远的愿望。他希望平坡村能变成一个旅游村寨,人们来这里看最具特色的乡村,画师们也能画下每天都在变化的新乡村。

不久之前,兰开军突然每天都更新一条微信朋友圈,每一条都是一幅画作,统一名为《我的驻村日记》。12幅画作,以独特的风格记录了他驻村时的所见所闻,那支紧握了30余年的画笔,至今紧紧握在他的手中。

30余年,恍如昨日,其中冷暖,只有兰开军自己体会最深。每次当他深感无力时,总会梦回高中最后一节历史课的课堂。那位为他指引了梦想之门的老师正站在讲台上,沉默良久,吐出一句话:“今天最后一堂课,我不再讲什么知识,只送你们一首蒙莱托夫的诗。”他转过身去,黑板上出现工整的字迹,写下诗的名字:《假如》。

中,走村串寨四处演唱,《好花红》当然是他的必唱曲目之一。

不过,王科国在开办农家乐之前,还没有想过这首民歌能为生活带来什么样的改变。直到2007年,他熟悉的歌曲《好花红》竟成了这个村庄的名字,又过了一年,《好花红调》被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。随着名字的改变,王科国也亲眼见证了村寨变化。他隐隐感受到,“好花红”三个字不再仅仅是一首乡间小曲,已经成为一种现象,一个品牌。

过了40岁,王科国不再卖猪肉,转而专心经营农家乐,过点轻松的生活。而好花红村也如他期待的那样,连续几年里迅速改头换面,越来越像一个旅游景区的模样。

不再经营猪肉生意的王科国多了不少时间,也多了一些新的身份。《好花红调》成为国家级非遗之后,王科国也顺理成章成为非遗传承人,承担起了教授《好花红》的责任。2011年3月,他换上一身布依族传统服饰,登上小学课堂的讲台,他感觉有些奇妙,一时不知是《好花红》在传播他,还是他在传播《好花红》。

《好花红》曲式简单,演唱时可即兴填词,教授起来并不困难。王科国断断续续培养出不少年

轻人才,在后来的各种比赛和演出中,屡获奖项。到了2017年,省文旅厅非遗中心的工作人员来到好花红村,与王科国见了一面。

“申请国家级非遗传承人?”王科国有些惊喜,也有些惊讶,没有想到自己年过半百,还能有一个“国字头”的新身份。

会熟练运用《好花红调》的年轻人越来越多,王科国却萌生了退居二线的想法。“我店里还有一套价值4万多的音响,平时兴致来了也会唱上两首,但演出就算了,机会留给年轻人。”他的笑容里夹杂着一丝羞怯,“我文化不高,现在很多年轻人已经比我强了,他们能熟练地用好花红唱出党的最新好政策,我怕我一知半解,不敢乱唱,闹笑话。”

时间早已过了中午饭点,王科国的“吃汤农家乐”里没有客人,游客都进入村庄在花田里拍照、到古建筑里参观去了。王科国把桌椅摆放整齐,打下了一院落。餐桌旁的木柜上,摆放了不少他曾经演出的照片,还有那张国家级非物质文化遗产传承人的证书。在我们的强烈要求下,他又羞怯地坐在那张长椅上,哼唱起不知唱了多少遍的《好花红》:“好花生在刺梨树,哪朵向阳哪朵红……”

## 惠水县好花红村：“好花红”的文旅效应

表性传承人。”带我在村里参观的村干部介绍。我内心有些惊讶,说实话,仅从外表来看,他略显粗犷的外形与布依族的柔美曲调反差不小。

“以前村里完全不是这个样子,我的日子也没这么安逸。”王科国唱歌时的声音清亮柔柔,但说起话来竟带有一丝沙哑,“大概是在第一届好花红艺术节举办之后,村里才开始有了游客。”那年11月,在临时搭建于村中的隆重舞台上,王科国见到了蒋大为、李丹阳、龚琳娜等知名歌唱家。闻讯赶来的各地观众挤满了这个并不富裕的小村庄,“我有个嫌疑,她挑井水来在路边卖,一天挣了300多元!”那两天的盛况直到现在还深刻留在王科国的脑海中。

希望靠明星效应吸引游客的当地旅游部门,鼓励村民开办农家乐,凡愿意开办的村民,村委免费为他们置办四五套桌椅。住在村口的王科国就是那时候开办起农家乐的。

小小一间屋子,几套桌椅,连招牌也来不及想,旁边还保留着自己家的农田,王科国的农家乐就这么毫无章法地开了起来。虽然好花红艺术节制造了一场轰动效果,但游客依然寥寥无几。还好,王科国不过30多岁,他有另一份赖以生存的工作——卖猪肉。这是一份体

力活,每天凌晨三四点,他就必须起床将处理好的生猪洗干净,然后运到镇上销售。

王科国知道,之所以能办那场让人刮目相看的艺术节,完全是因为那首首红了许多年的《好花红》。而这首诞生于20世纪初的老民歌,与王科国之间又有十分密切的关系。

布依寨里的男女老少对唱歌这门技能似乎无所不知,王科国更有先天优势。爷爷常给王科国提起自己的光荣往事:“1953年的时候,乡政府叫我们去唱《好花红》,后来好花红调就在全国传唱起来了。”

那时,中国作曲家罗宗贤和贵州省歌舞团的黄江帆、曹玉凤等,在惠水请王科国的爷爷等人现场演唱《好花红》,后又根据好花红调创作歌词,推出了《桂花开放幸福来》,在全国迅速传播。此后,《好花红》陆续在全国推广,也在民间文学遗产抢救中,被收录到《布依歌谣集成》中,还出现在电影《山寨火种》和电视剧《布依女》中,又被创作成歌舞剧登上全国舞台,摘得第十届文华新剧目奖……

王科国继承了爷爷的好歌喉,每年“六月六”布依族歌节时,他总会一亮好嗓子。到了1985年左右,年轻的王科国便得到县文化馆的培训机会,并参与到县里组织的文艺宣传队

中,走村串寨四处演唱,《好花红》当然是他的必唱曲目之一。

不过,王科国在开办农家乐之前,还没有想过这首民歌能为生活带来什么样的改变。直到2007年,他熟悉的歌曲《好花红》竟成了这个村庄的名字,又过了一年,《好花红调》被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。随着名字的改变,王科国也亲眼见证了村寨变化。他隐隐感受到,“好花红”三个字不再仅仅是一首乡间小曲,已经成为一种现象,一个品牌。