经济日报 ECONOMIC DAILY

把指尖技艺变成指尖经济

经济日报·中国经济网记者 张 雪

图① 在第六届中国非物质文化遗产博览会上，虎头帽系列产品受到青睐。

图② 在第六届中国非物质文化遗产博览会上，非遗传承人在展示红丝砚制作技艺。

本报记者 张 雪摄

最近，苗族姑娘石佳的行程很满，才在长沙领受了湖南省2020年百名最美扶贫人物的奖项，又赶到济南参加非遗博览会。在不同的场合，她总是不遗余力地宣传自己经营的苗绣产品。石佳不是为自己，她背后有近500名绣娘和她们的家庭，每多卖出一件绣品，就意味着她们又多了一份收入。

依靠手艺改变生活

石佳没想过自己会和苗绣结下这么深的缘分。

石佳聪明、漂亮、有闯劲儿，在北京念了大学后，自己做生意风生水起。2017年，她回家乡——湖南湘西花垣县石栏镇探亲，遇到了石栏镇文化站站长。站长正为如何改善镇里老百姓的生活条件，解决留守儿童和空巢老人无人照顾的问题而苦恼。“你能不能把苗绣产业做起来？”

石佳开始拒绝了，但家乡的情况又让她不忍。因为没有支柱产业，这里老百姓的日子都不富裕，大部分年轻人外出打工，石栏镇1.9万名常住人口里，留守儿童就有1200多人。把苗绣做起来的确是解决这些问题的好出路，“苗族姑娘从小都会学一些苗绣，上手相对容易”。思考再三，石佳决定试试。

她成立了湘西七绣坊苗服饰文化公司，并聘请4位非遗传承人作为老师，给乡镇里的妇女带薪培训苗绣技艺。培训合格之后，公司和绣娘签订合同，她们可以自主选择到公司基地上班，或是在家承接公司订单。

3年过去了，公司走上正轨，已累计培训1000余位绣娘，签约带动486人，其中，建档立卡贫困人口131人。“绣娘们每月有了1500元到10000元不等的稳定收入，还可以留在家里照顾孩子和老人，实现了‘背着娃，绣着花，养活自己养活家’的生活。”石佳说。

和石佳不一样，李柏颖是主动走近传统手工艺的人。2015年底，他到内蒙古鄂尔多斯考察，一位29岁的年轻妈妈深深触动了他，“因为家庭贫困，且常年失业在家，她出现了抑郁的状况”。李柏颖想帮她以及和她一样的女性，“要让她们能赚钱，能照顾家，还要让她们和社会多接触，改变她们的精神状态”。李柏颖尝试从内蒙古当地传统的头花入手，让年轻设计师设计了4款产品，再交给当地的贫困女性手工制作，没想到200多个头花一星期就卖完了，这让他为“妈妈制造”公益项目找到了方向。

依靠包括刺绣、扎染、剪纸、绘画等在内的传统手工艺，越来越多的老百姓实现了灵活就业和脱贫增收。

勇于尝试网络营销

石佳把大量的精力都投入到给产品找销路上，她很清楚，只有把它们卖出去，才能把指尖技艺转化成指尖经济。否则，绣娘们增收以及做大做强品牌都无从谈起。

原本，公司只在北京、济南、湘西等地开设了4家实体店铺，一场疫情让石佳看到了网络销售的必要性和无限可能，现在，她把销售的主阵地转向了网络——“包装”淘宝店铺、上直播间……今年6月，石佳的抖音账号流量突破10万。在直播时，她不拘泥于简单介绍产品，而是懂得用自己的个人魅力圈粉，“粉丝量上来了，活跃度有了，才会有更多人关注苗绣，购买我们的产品”。

今年54岁的宋水仙是水族马尾绣国家级非遗代表性传承人，今年5月，她第一次通过网络直播卖货，“40万人在线，成交1200单，成交金额共计9.5万元”。这让她初尝了直播带货的力量。

越来越多的手艺人希望借助网络解决产品销售的难题，不过，和他们娴熟的指尖技艺相比，“新鲜”的网络手段有时让他们“力不从心”。65岁的郭明昌是齐笔制作技艺山东省级传承人，2018年，他开始尝试电商平台销售，“销量一般，我自己岁数大了不会弄，孩子们又没时间干”。贵州省黔东南州雷山县的高成春是苗绣传承人，她和郭明昌有着相似的困扰。

“很多非遗传承人对内容创作不熟悉，产出的内容传播度不高，存在曝光不足等问题。而且，他们对平台的规则和运营了解不多，很难形成自己独特的风格。”抖音“山里DOU是好风光”项目负责人说，手艺人们在接触新的营销手段时的确会面临各种各样的问题。

“山里DOU是好风光”项目，正是致力于帮助贫困地区打造文旅品牌，带动产业发展。“我们会根据当地的实际情况制定和实施不同的推广策略。同时，对传承人进行新媒体培训，帮助他们掌握内容创作、账号运营等技能，让更多人看到、购买他们的非遗产品。”该项目负责人表示。

注重提升产品价值

依靠一门手艺实现脱贫增收，离不开外部力量的支持。由中国妇女基金会和北京蚂蚁力量传统手工艺文化发展中心于2016年共同发起的“妈妈制造”专项基金项目就是其中的一股力量。

“妈妈制造”项目执行主任李柏颖介绍，“妈妈制造”的初衷是希望通过对包括非遗在内的传统手工艺进行梳理，联合设计师共同创作产品，再交给具备一定生产技能的低收入“阿妈”制作，使这些女性通过劳动获得报酬、改善生活，“我们帮助她们成立合作社，并在资金、设计、供应链、传播、销售以及培训等环节进行帮扶”。

“妈妈制造”最初走进云南大理，遇到了不少困难。“我们提供设计师设计好的纹样，找当地人制作扎染产品，并承诺对全部产品进行收购。当时挨家挨户做了3天工作，才说服一个人答应尝试。”李柏颖说，“开始是100条，见我们如约收购后，她又承接了200条的订单。就这样，慢慢得到当地人的信任后，我们成立了合作社。”如今，“妈妈制造”项目已经在14个省建立了50家合作社，直接帮扶了4000多名手艺人。

李柏颖告诉记者，他们对合作社按照订单生产的产品全部收购，不管最终能否卖掉，绝不让合作社成员“背”库存，“在实际销售过程中，我们发现，有的产品很快可以达到两三万件的销量，有的确实不太好卖”。

李柏颖说，这几年，围绕非遗产品做文章的人很多，但是真正实现规模化销售的很少，大家都在摸着石头过河，“不是所有的传统手工艺产品都具备产业化的可能性，我们首先找到适合的品类，比如刺绣、扎染，之后通过专业的设计师，创作出具有东方文化符号、又符合现代审美的产品。重要的是，要消除产品设计的年代感，提高产品的应用性及使用价值”。

“通过合作社，我们把设计、销售、管理等方法教给手艺人们，除了‘妈妈制造’的订单外，鼓励他们依靠自己的能力对外接单。”李柏颖表示，教会手艺人运用市场化的手段发展壮大，实现造血式扶贫才是更好的方法。

思语

推进红色文化多角度传播

□ 王统宇

新时代需要发挥好红色文化的精神力量，不断实现红色文化创新发展，通过加快红色旅游模式转型、创新红色文创表现形式、拓宽红色文化传播渠道等推进红色文化更广泛地传播。

文化是一个国家和民族的灵魂，是凝聚民族精神的纽带。作为中国特色社会主义文化的组成部分，红色文化是中国共产党以马克思主义为指导，吸收中外优秀文化创造的先进文化，不仅是中国人民价值观念体系中的重要组成部分，更是凝聚国家力量和社会共识的重要精神动力。

新时代需要发挥好红色文化的精神力量，不断实现红色文化创新发展，从多角度推进红色文化更广泛地传播。

一方面，要加快红色旅游模式转型。在后疫情时期，各个地方旅游产业逐步回暖，红色旅游是红色文化传播的重要途径之一，要紧紧跟随时代的变化进行自身改革升级，将红色旅游从传统的购物、娱乐、游玩的横向旅游模式转变为由浅入深的沉浸式纵向旅游模式，加强红色文化记忆与印象，增强红色旅游过程的趣味性。

各地可以针对当地红色历史，增强挖掘的精准度，打造具有地方特色的红色文化，带给游客独有的红色记忆；将红色旅游与思政教育有机结合，积极建设系统的、健全的红色文化教育基地。

另一方面，要创新红色文创表现形式。红色文创要精准把握红色文化核心，保证红色文创的地方差异性。对于红色文创本身，既要保证文创产品的艺术美感，又要将红色文化恰当的体现在产品之中，将传统红色理念与当代审美标准融合起来。

同时，还要注重保障文创产品的实用性，不能将红色文创等同于红色艺术品。强大的实用性能够增强用户使用频率，延长使用时长，为文创产品中的红色文化提供更多传播的机会。红色文创应创新设计理念，将现代的材料与具有历史感的红色文化有机结合。

此外，要拓宽红色文化传播渠道。将优秀的红色文化带入新媒体的传播平台中，推动更多的新媒体用户传播红色文化。

为了让红色文化能更好地在新媒体平台传播，就要下功夫研究新媒体传播的方式和手段，使信息传播更加高效便捷。可以将红色文化进行有机的“碎片化”处理，方便用户对红色文化的吸收，提高红色文化信息的竞争力。通过碎片化信息让新媒体用户快速接收并且记住，再经过对碎片的累积，激发用户了解红色文化的意愿并且通过平台进行自主传播。同时，以符合当代文化传播潮流的形式来促进广大青少年网民接受、理解和认同红色文化在当代的重要意义。

浙江湖州：

鱼文化节庆丰收

日前，浙江湖州南浔区第十二届鱼文化节在和孚镇荻港村举行，游客看表演，品民俗，尝鱼味，体验传统丰收场景。图为游客在和孚镇荻港村观看“水上晒秋”丰收庆典。

新华社记者 黄宗治摄

武汉琴台艺术盛宴好戏连台

本报记者 柳 洁

高歌家园之美，抒发感恩之情，唱响祖国之恋……日前，大合唱《我们的生活充满阳光》在湖北武汉体育中心体育馆奏响最后一个音符，第九届琴台音乐节圆满落幕。本届琴台音乐节先后开展了剧场音乐系列、古琴系列、群众合唱展演、流行音乐展演、市民音乐沙龙五大板块近60场音乐演出和活动，用音乐祝福城市，用音乐歌颂祖国。

这里有动人的交响乐章。中国爱乐乐团艺术总监、首席指挥余隆，女高音歌唱家张立萍携手中国爱乐乐团带来了精彩的演出。舒展豪迈的《红旗颂》、华美悲悯的《最后四首歌》、深情婉转的《我爱你中国》、激越昂扬的《火鸟组曲》，献给英雄的武汉人民，祝福重生的武汉。余隆表示，“乐团把自己2020年巡演首站定在武汉，不只是把演出献给音乐厅里的观众，也献给所有的武汉人，他们是真正的英雄”。

这里有暖心的诗歌吟诵。国内知名演员宋春丽、濮存昕、张秋歌、吴京安、温玉娟、刘劲、史可等齐聚武汉，带来《以诗之名，致敬英雄——“聆响·行歌”音乐朗诵会》，用直击灵魂的方式歌咏美好的未来，向观众传递温情与力量。

这里有悠扬的琴音。丁承运、赵家珍、刘善教等古琴名家带来《山河无恙、古琴在此——古琴名家专场音乐会》，慷慨悲歌中呈现激昂动人的旋律，将英雄的城市、英雄的人民、英雄的抗疫工作者的无畏、无悔、无惧一一呈现。

据介绍，本届琴台音乐节继续秉持“音乐的盛会，人民的节日”办节宗旨。剧场系列所有演出平均票价不超过200元，最低票价仅为50元。主办方还邀请武汉战疫代表、“惠游湖北、打卡大武汉”活动的游客代表现场免费观看，部分演出以直播的方式让市民免费观看。为了让更多群众受益，本届音乐节充分利用网络，通过线上直播的方式，让1753.8万名观众足不出户在线免费观看。

好戏一台接一台。第四届琴台艺术节11月12日在武汉开幕，在接下来的40多天里，舞台剧、音乐剧、话剧、京剧、相声、音乐会等17个演出项目的21场演出将逐一亮相，让江城观众尽享文化盛宴。

记者从武汉琴台大剧院了解到，本届艺术节将持续至12月31日，邀请中国芭蕾舞团、北京现代舞团等享誉全国乃至世界的名家名团来武汉演出，引进了《中国三大男高音武汉新年音乐会》《倚石听声—石倚洁与美声男孩专场音乐会》《楚风颂歌—上海民族乐团音乐会》等优质演出。

尤其是12月30日，中国三大男高音——戴玉强、莫华伦、魏松将携手武汉爱乐乐团，登台武汉琴台音乐厅，为观众演绎《我爱你中国》等名曲，以及《龙船调》等独具湖北地方特色的曲目，展现中国当代声乐艺术的卓越成就和独特魅力。

据介绍，为了回馈广大观众，本届艺术节专门制定了惠民政策，21场演出全档次票价均降低30%，平均票价不超过200元，最低票价30元，市民还可以在此基础上享受政府的文化惠民补贴。针对医护人员、抗疫工作者群体，艺术节还给予专享优惠。

本版编辑 刘 佳 视觉统筹 高 妍

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务：13911270606（同微信号） 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 零售每份：1.00元 广告许可证：京西工商广登字20170090号 广告热线：58392178 发行热线：58392172 昨日（北京）开印时间：3:10 印完时间：4:25 印刷：