

大型民族器乐剧《玄奘西行》不日在京首演

中国出版传媒商报讯 6月27日，文化部和财政部立项的重点项目，大型民族器乐剧《玄奘西行》新闻发布会在京召开。这台由中央民族乐团制作、中南集团全年总冠军的剧目将于7月7日至12日在北京天桥艺术中心首演。

值得关注的是，不同于常规的民族器乐表现形式，《玄奘西行》最大的亮点是将舞台表演和乐器演奏有机融合在一起，用故事性的叙事方法讲述亚洲家喻户晓的玄奘西行故事和中国音乐的前世今生，将为观众展现了耳目一新的多民族音乐魅力。

中国传统古村落正在以惊人的速度消失，如何保护与复苏原生态古村落的独特魅力，已成为建设创意乡村的重要内容。



■中国出版传媒商报特约记者 钱秀中

文化、设计、保护 创意乡村打开方式探索进行时

6月16日~18日，由清华大学建筑学院、北京绿十字、中国扶贫基金会、中国古村落保护与发展专业委员会、开始吧&借宿共同主办的中国乡村复兴论坛·台江峰会在贵州台江县开幕。秉持“在村里开大会”的宗旨，该论坛分别在交宫村、红阳村和长滩村三地举行。来自全国14个省市县政府职能部门领导、国内建筑设计、旅游规划、乡村实践领袖等方面专家学者共400余人参加了会议。

中国乡村复兴论坛主席、清华大学建筑学院副教授、住建部传统村落专委会副主任罗德胤在峰会上提出，乡村的激活最重要的

是创意，创意让传统与现代互动起来。挖掘乡村特点，用通俗的方式普及乡村的文化价值，使它能够进入都市人的日常生活，就是创意乡村的最大意义所在。

据了解，峰会设置了综合、文创、民宿、和扶贫4大板块。与会者认为，在打造创意乡村的过程中，既要尊重自然环境和地域文化，也要尊重百姓发展的愿望；既要满足村民的物质需求，通过改造植入产业，增收致富，也要满足村民的精神生活需求，建设相关活动场地，达成价值共同体，通过共同体的活动，让村民更加和谐地生活。“最重要的是通过在村落设立生态博物馆、传统艺术工作室、文化沙龙等形式多样的乡土空间，培养年轻一代对本村落文化的了解和认知，增强民族文化自信，让年轻人回到农村，建设家乡”。

在此次峰会中，民宿、电商、古村落保护成为参会者最为关注的话题。其中，创意民宿作为一种先锋业态，已逐渐成为沟通都市与乡村、现代与历史的桥梁，既需要做到让客人体验当地风土人情，感受民宿主人的热情服务和有别于以往的生活细节，更肩负着用创意带动周边业态的重任。来自全国各地的7位民宿主人分享了各自在乡村经营民宿的经验，以及遇到的困难和痛点，包括土

地政策、人才缺失、文化氛围、政策导向等。

安徽合半汤商学院院长陈民利分享了安徽合肥三瓜公社通过电子商务驱动创意，为乡村注入活力的经验。他表示，公社对安徽巢湖的银鱼丝、花生等农特产品进行了二次开发加工，如文创包装设计、产品营销等，通过淘宝、京东、微商城等渠道授权分销，提高了当地农民的收入。不仅如此，对乡村的美化和田园的打造，也吸引了大量游客。同时，在乡村的路边小店经营农产品，成为线下体验店，实现了线上线下的渠道融合。此外，公社帮助村庄引进电商机构，如微创联盟、京东馆、甲骨文科技等，在村里打造了创客中心，让年轻人在村庄也能进行创业。

中央美术学院建筑学院院长吕品晶分享了对贵州布依山寨108座吊脚楼进行梦想改造的过程。如为蕴藏着丰富非物质文化遗产的古村落设置专门的乡土空间、将废弃沼气池改造成传统陶艺工作室、将旧宅改造成酿酒坊并增加了品酒空间，同时设置了公共的锦绣坊。安徽大学农村改革与经济社会发展研究院研究员左靖则讲述了他在贵州茅贡古村落，如何通过打造艺术中心和生态博物馆带动当地经济发展的经验。

与会者一致认为，挖掘村落传统并将其特点不断放大才是打造创意乡村一种路径。

声音

创意回迁房拯救乡村文化

■孟凡浩(gad乡村实践工作室设计总监、杭州富阳东梓关村乡村农居设计师)

农民回迁房在人们印象中总是千篇一律了无新意，但我们在杭州富阳东梓关村做了新的尝试。东梓关村北临富春江，村里有80幢明清初的历史建筑，为在发展村庄的同时延续村庄传统风貌，形成自身的特色，我们与镇领导以及村民合作商议，建造了回迁房，希望激发村落原有的活力，同时也体现江南传统气质。为保证实用性，我们对村民进行了细致的问卷调研，才最终确定了户型。在外观上，我们将回迁房设计建造成吴冠中笔下的旧时江南，白屋连绵成片，黛

瓦参差错落，如同一幅水墨画卷。最大的亮点则是抛开了单纯地仿古，而以现代的抽象线条来展现传统民居的神韵。一开始村民并不认同，他们更喜欢光鲜靓丽的风格，但在反复沟通之后，得到了认可。完工后，项目的反响比较强烈，不少人在网上看到图片之后专程过来参观，成为了“网红回迁房”。这个村子原本已是“空心村”，通过这样的改变，推出了乡村旅游地图，旅行社把东梓关村写入旅游路线，每天有很多的旅行社大巴带游客到村里参观。

创意乡村需要小而美项目

■夏雨清(开始吧副总裁、借宿CEO)

我们注意到，现在的一些创意乡村项目，都是大型地产集团在拿地，帮助地方政府做文旅小镇。这些文旅小镇建设在偏僻的山村，到最后都变成房地产项目，也可能成为“鬼城”，这是未来需要警惕的。因为创意乡村很难支撑起以后庞大的文旅市场，更需要一些小而美的项目。例如在海南，除了三亚的经济发展水平较高，整体是比

较贫穷的，还有很多贫困村。但是这些村的海岸线和山林都非常不错，如果在一个只有十几户人家的小山村开间民宿，基本上田里种的作物都可以消费掉，不会出现卖不出去，甚至大量的水果烂在地里的问题。所以创意乡村首先要解决的是两大痛点：一是民宿的痛点；二是乡村的痛点，而不是盲目地引进地产项目。

整合资源 激活古村落

■孙君(北京绿十字创始人)

现在的创意乡村建设有一些误区：一是资源不能整合，旅游做旅游，工业做工业，土地做土地，招商看招商，谁也不管谁，形不成合力。资金量看起来很大，一旦分散开来，就所剩无几。所以我们现在做项目都尝试把规划、室内、室外、农民培训、村集体组织等融合一起做；二是以为招商引资就能解决一切问题，结果反而破坏了原有村落环境。为此，我们在策划湖南怀化高桥村项目的时候，提

出了“让这个古村落再活500年”的主张，不招商、不引资、不卖地。以前人们热衷于龙头企业、大企业进村，最后农民还是农民，企业还是企业，中国农民还是打工，穷的还是农民。所以说要换一种思维，激活古村落，把农村建设得更像农村，是传统和现代文明对接的农村，是农民和工人携手的农村，是传统文化和现代文明携手的农村，还原一个我们心中的农村，还原一个属于中国的农村。

观点

何斯路村距离世界小商品之都义乌几十公里，曾经是一个贫困村，只有1000左右居民、300多亩耕地，风景也并不怎么美丽。那时，在义乌的环卫工人，十有八九都是何斯路村的，可见没有产业的乡村发展极为艰难。

作为乡村的带头人，我认为最重要的就是策划，找到引爆点，为乡村带来创意。2008年，何斯路村选择了薰衣草。

薰衣草的生活条件是纬度41.2度，何斯路村纬度是28度，就自然环境和人工素质来看，根本没有种植薰衣草的可能。在决定种植薰衣草后，我们先后尝试过国内引种、国外购买花苗等方式，都不见成效。2009年，我们在济南购买了神州9号太空飞船上繁育的薰衣草种子。一个月后，薰衣草真的长出来了，还找了媒体进行宣传。但7天之后，薰衣草全部死亡了。我们把土扒开，发现薰衣草种子还在地里，长出来的不过是野草。多番碰壁后，我们何斯路村终于种出了薰衣草，这是村民和农业专家共同努力的结果。

从种植薰衣草之初，何斯路村就没有把目光局限于薰衣草本身，而是拉长产业链。薰衣草产业收入，一方面是门票收入，薰衣草园每年有超过20万人次的固定游客，周末时最多可达8000人，每天门票收入十几万元；另一方面是薰衣草相关产品的销售。当薰衣草还没有种好的时候，我们就注册了6个大类169个产品。有人问我，为什么薰衣草还没种出来就着急注册？我说，何斯路村一旦成了品牌，卖纸都可以赚钱，一年能达到上千万的利润。现在，上海、杭州很多工厂都与何斯路村形成了长期的合作关系。

因为薰衣草，何斯路村原来的特困户现在都盖起了豪华农民房。不仅本村人愿意回村居住，一些外国人都在这里落户。何斯路村的做法，全国有7000个村在复制。怎样能让中国的农民爱上自己的家乡，愿意建设乡村？我认为领头人很重要，这个人必须是群众榜样，也就是传统所说的“乡贤”。我在2008年放弃了城里的物流生意，回到何斯路村竞选村干部。村子初期建设及后续的产业发展，也动用了不少我的个人资金。当何斯路村资产到了3000万原始股时，我把我持有的11.8%的股份无偿地捐给了村集体。因为，只有比村民站得高，才能广泛地发动群众参与建设自己的家乡。



大陆最近几年非常热衷在乡下种一大片薰衣草，一大片花海，吸引游客。而在我国台湾，早在16年前，就有2位女生放弃了外商银行和钢琴教师工作，回到乡下开启了种植薰衣草的事业，打造了薰衣草森林集团。发展到今，集团已拥有8个品牌、28种业态，其中70%的业态散落在乡村各个角落。我们的感悟是，最重要的不是种一大片的花海，而是通过经营、品牌和服务让客人心中种下薰衣草。

创意村镇，不仅仅是在乡村做一下旅游、餐饮、民宿、农业、婚庆、香氛等，这是硬实力。在乡下做事，最重要的还是看有没有软实力——把故事讲好，把美学设计好，把文化诠释好，把感动讲透。

所有的旅游业都存在一个问题，就是顾客没有忠诚度。就阿里山而言，台湾本地人基本上去一次就够了，人们总希望下一次能去更远远更漂亮的地方。所以，在商业模式上，我们形成高回头客率。要再次吸引人，一定要创新的打造风景以外的因素。这是创意乡村产业里最重要的部分。

人们来到乡村不是寻求刺激、增广见闻，而是激发心中的柔软和善意，因此我们推行一种善意旅行。不是在卖一片美景、一个房间、一杯咖啡、一瓶薰衣草精油，而是通过文创最终打造出一个田园之梦，提供一种静下来的方式，满足都市人对慢生活的渴望，达到一种幸福的状态。只有做到这一点，才能把软实力发挥出来。

案例

创意民宿振兴数百亩稻米经济

在我国台湾阿美族的传统部落，30年前，村里的年轻人在海边种稻米，后来他们到城市里当建筑工人。但随着产业结构的转换，他们失去了城市的工作回到家乡，重新种植荒废的稻田种植，可是怎么销售呢？薰衣草森林集团建设了民宿项目，共有15个房间，每天可接纳30位客人。当客人离开民宿时还会买走很多稻米。回到城市，客人会想起曾经住过一个地方，那里有人非常认真地种植稻米，感动之余还会再来。就这样，通过一个民宿的努力带来了农业的振兴。同时我们还邀请了阿美族的艺术家长加入，其中一位连续3年入选了英国爱丁堡艺术节。他回到部落告诉小朋友应该热爱自己的文化，有一天你也能站上世界的舞台。

在台湾最不幸的地方开民宿

我国台湾有一个号称最不幸的地方：甲仙。8年前台风把这个村落全部摧毁，全村只有1000人，所有的年轻人都离开了村庄，只剩下老人、小孩和外籍新娘。5年前，薰衣草森林集团来这里开一家一定会亏损的店，想要看看有没有人愿意回到自己的家乡。我们希望让人们相信，即便在一个号称台湾最不幸的地方，也有一个幸福的企业，愿意陪他们走很久，让遇到困难乡村仍然有机会有能力再站起来。创意乡村就是要像这样不断诉说生产者的故事，才能变成有价值有魅力的乡村。

何斯路村模式，全国七千村复制

■何允辉 浙江义乌何斯路村党支部书记

创意村镇要把文化诠释好

■王村煌(中国台湾薰衣草森林集团执行长)

个案

贵州茅贡：以『艺术中心+生态博物馆+非遗』打造的小镇

■左靖(安徽大学农村改革与经济社会发展研究院研究员)

贵州黎平县茅贡镇位于黔东南。茅贡镇有15个行政村，其中10个是中国传统村落，有丰富的物产、传统的植物染等珍贵的传统农耕文明遗产。1000年来，侗族人在这里过着歌声萦绕的生活，现在他们独特的文化仍然薪火相传，但是还能传承多久？我们选择这个看似破烂的村镇，就是想通过合理规划和发展村寨的集体经济，严格控制不良资本进村，限制民宿农家乐数量，保护好村寨的自然生态和文化遗产，并在此基础上发展可持续发展的艺术形式。经过多年努力，目前茅贡镇已经实现了生态博物馆、创意乡村和公共艺术的价值叠加，带动了当地的经济文化。

在这过程中，我总结了“三个生产”：

一是空间生产。排查乡镇所在地闲置国有资产，并进行选择性改造。我们首先选择了一个废弃的粮库，经过建筑师的设计，以传统侗族的木构形式，打造了非常有意思的粮库艺术中心。

二是文化生产。我们在茅贡开办了一座生态博物馆，村民日常搜集的大量关于村寨传统习俗、生老病死等原始素材都在这里陈列。把这些素材转化成可视的形象，包括出版、展览以及和公共艺术的结合，就是所谓的文化生产。我们请艺术家制作了一些结合当地素材的作品在粮库艺术中心展览，后续还推出了一个侗族乡土建筑的摄影展，表达对以钢筋混凝土为代表的现代建筑的反思。同时我们还做了《百里侗寨》的风物志，在纽约时报去年发布的“2016年世界上52个最值得到访的旅游目的地”上，中国仅有贵州和杭州上榜。怎样使优秀传统村落让更多人看到，又避免被破坏性的开发，十分考验政府和乡建工作者。此外，我们还策划了3个手工艺设计师的展览，包括传统手艺例如侗布、植物染等。

三是产品生产。产品生产是实现项目可持续的基本条件。在生态博物馆的项目中，我们也开展了一些跟传统手工艺相关的工作，包括建立了社区生态产业合作社，研发包装米、茶、油土特产等。其中最重要的是木构工厂，黔东南特产桑木，侗族的木构营造技艺是国家级的非物质文化遗产，我们将这个产业放在茅贡镇，打造了木构工厂，帮当地人做设计，带动了很多木匠一同参与产业发展。