

共同富裕视角下农民画产业发展路径探析

——以浙西余东村农民画为例

吴哲萍¹ 金秀玲² 王婧文³

(1. 浙江经济职业技术学院, 浙江 杭州 310020;
2. 浙江省衢州市柯城区作家协会, 浙江 衢州 324000;
3. 英国诺丁汉大学, 英国 NG7 2RD)

【摘要】2022年7月, 浙江省委发布2021年度“八八战略”实施以及综合评估情况, 全省上下深入学习贯彻习近平总书记关于共同富裕的重要论述精神, 细化落实中央关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见。共同富裕视角下, 传承和培育乡村本土特色文化产业, 真正发挥特色文化品牌作用, 成为文化产业, 既是传承和发展非物质文化遗产的重要方式, 也是促进乡村经济发展的应有之义。位于浙江省西部的余东村, 将农民画和乡村旅游相结合, 开辟出一条集观光游览、民俗体验等为一体的、具有余东特色的产业村。这个有着50多年农民画史、以画兴业的村庄, 被誉为“中国第一农民画村”。因此, 从“浙江高质量发展建设共同富裕示范区”的政策视角, 通过理论研究、实地考察等, 对余东村农民画产业发展现状与创新发展路径进行研究意义重大。

【关键词】共同富裕; 余东村; 农民画产业

共同富裕是社会主义现代化的一个重要目标。2021年, 《中共中央国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》发布, 共同富裕示范区落地浙江。目前浙江正坚持和深化新时代“千万工程”, 全面打造乡村振兴浙江样板。乡村传统文化振兴与发展本身是一种创造性的生产力, 是我省全面打造乡村振兴浙江样板的重要举措。衢州市作为一个有着六千多年的文明史、一千八百多年建城史的历史文化名城, 孕育着丰富的民间传统文化, 文脉绵延流长。地处浙皖闽赣四省交界, 兼收并蓄了吴越文化、徽派文化、客家文化, 铸就了衢州文化高度的包容性。衢州市余东村享有“中国第一农民画村”“中国十大美丽乡村”等美誉, 800多名村民中有300多人会画画。余东村农民画作为衢州特色文化的一张名片, 具有极高的文化价值和经济价值。

一、共同富裕视角下农民画产业发展的价值意蕴

农民画作为一种民间艺术表现形式和乡村本土特色文化产业的代表, 具有极高的艺术价值和社会价值。

一方面, 乡村农民画的发展可以促进乡村振兴, 增加农民收入。农民画文化特色产业是一种基础性、造血性以及具有带动性的乡村文化发展方式, 能够通过农民增收实现社会效益与经济效益的“双效统一”。农民画作为一种无形的文化资源, 在一定程度上可以克服政府资金扶持和乡村物质生产条件的限制, 为村

民提供新的就业机会, 能产生稳定增收和乡村振兴的效果。2020年以来, 随着全省推进未来乡村建设, 余东村依托农民画的资源禀赋, 创新性打造了全省首个以农民画为特色的旅居型未来乡村。2019年至2021年三年间, 余东村农民画及相关文创产业产值达到近5000余万元, 有效带动余东村民人均增收, 以及村集体经济收入增收, 为全省打造未来乡村贡献了有益的探索。

另一方面, 农民画的发展能促进文化的借鉴和交流。随着农村发展受到更多的关注和政策的支持, 农民画作为农村特色产业的重要部分, 可以促进当地文化与外界文化的交流深入。2006年至2021年, 余东农民画家三次进省城办画展, 产生了较大的影响力。其接受了专业美术家的指导, 成为外界了解余东的一个窗口, 促进了各地农民画的交流, 进而带动了文化的交流。目前, 余东农民画创作协会成员每年创作各类农民画超千幅, 同时广受业内专业人士好评, 累计有超过300幅作品先后在文化和旅游部、中国美术家协会、中国文学艺术界联合会等单位主办的展览与比赛中获奖, 向外界展示了“余东魅力”, 产生了较大的品牌效应。

二、余东村农民画文化元素核心基因评价

(一) 活力评价

从余东村农民画本身来看, 其色彩鲜艳夺目, 内容喜庆吉祥, 主题随时代内涵而不断丰富, 保持

着浓郁的乡土气息，具有丰富的民间色彩（周华，2011），深受广大群众喜爱，具有极高的观赏和收藏价值。从农民画创作者来看，在余东村这个800多人口的小山村，300余人会画画，农民画创作中坚力量成员有48位，其中更有骨干力量得到专业部门认可，有6位农民画家被浙江省委宣传部、浙江省文联、浙江省文化厅联合列入首批“浙江省民间优秀艺术人才”。可以看出，余东村强大的人才队伍为农民画创作提供了源源不断的新思路。余东村以农民画为发展根基，成为全国首个文化艺术与美丽乡村结合的示范村，具有鲜活的生命力。

（二）向心力评价

余东农民画通过师徒传承、授课发展，已经走出了一条抱团取暖的群体发展之路。在余东村，原生态文创店、咖啡馆、民宿经由闲置的农房改造而成，产业得到融合与创新。2020年以来，随着全省推进未来乡村建设，余东村依托绘画的资源禀赋，打造了全省第一个以农民画为发展特色的旅居型未来乡村。以画育人、以文化人，农民画也使得余东村因此收获了“中国十大最美乡村”“全国美丽宜居示范村”“全国民主法治示范村”等美誉，极大地彰显了“余东向心力”。

（三）竞争力评价

余东农民画的影响力具有多样性的特点，这是由艺术的感染力、品牌效应及衍生产品的实用性及附加价值多重特点决定的。第一是艺术感染力。余东农民画色彩鲜艳夺目，内容喜庆吉祥，主题随时代内涵而不断丰富，其注入了我国民间民俗文化元素及乡土文化气息，深受群众欢迎。第二是品牌效应。2006年至2021年，三年间余东农民画家三次进省城办画展，产生了较大的影响力。第三是衍生产品的实用性及附加价值的提升。余东村自筹开发的农民画衍生产品，有农民画丝巾、农民画拎包、农民画桶包等系列产品，每类产品开发了多个款式。在余东村文化内涵的渗透下，这些农民画衍生品也彰显出不一样的价值，产生深远的影响。

（四）内生动力评价

余东农民画作为历史赋予浙西地区宝贵的文化和精神财富，具有意义非凡的时代价值。2008年，时任浙江省委常委、宣传部部长的黄坤明在余东村调研，给余东村农民画留下“种文化”三个意味深长的字，激励当地农民实现从绘画到文化到精神的跨越，画出更广阔的天地。2009年9月，时任浙江省委书记赵洪祝到余东村专题调研，指出“乡村文化是建设社会主义新农村的源泉与动力”。2016年，时任浙江省委书记夏宝龙作出批示：“余东农民画越画越好”

（王继红、陈雯，2019）。余东村农民画的发展欣欣向荣，正渐渐将画作融入文化发展、精神发展中，彰显出生生不息的强劲动力。

三、余东村农民画产业发展的有益探索

（一）探索对外合作路径

与企业合作。近年来，余东村农民画与万事利、好梦来等合作，打出一系列国字号产品品牌，丝巾、床上用品、陶瓷杯等近60个品种中高端农民画衍生文化产品（王芸、郑梦慧、毛贵珠，2023）。2020年，余东村与华为技术有限公司合作，开发了以余东农民画为主题的手机壁纸、手表表盘等周边产品，并上线华为主题商城进行售卖，进行了数字化销售模式的探索。与院校机构合作。积极促进与国内知名美术院校以及专业美术培训机构的合作，创作更多的优秀作品，提升艺术品牌。

（二）开发文旅融合项目

凭借进京展览的影响力，余东农民画村建起中国乡村美术馆，积极打造余东农民画特色文化品牌，以品牌推进产业，成为来衢旅游的文化及艺术聚集地。通过开发符合当前民众旅游热情的文旅项目如陌野露营基地、罗汉山写生基地等旅游精品路线，开创游客扎起农民画红头巾、围上农民画围裙、穿上农民画情侣服等各具特色的民俗体验项目，推动余东农民画效益增收。

（三）创新宣传画作形式

将余东农民画有机融入南孔书屋、水亭门历史文化街区等新型文化空间，建立余东农民画网红打卡点，通过开启线上“农民画大讲堂”，打造“云上余东”等网络传播工程。

现今，余东村正以“一幅画”为发展核心，启动余东未来乡村建设。余东村向内挖掘“农民画”这座“金矿”，写好“乡村振兴”这篇大文章。

四、国内其他地方农民画产业发展的实践经验

（一）陕西户县农民画的线上宣传渠道

户县农民画诞生于20世纪50年代，植根于厚重的关中文化，是我国起源最早、发展过程最为完整的农民画。20世纪80年代，户县已成为远近闻名的“中国现代民间绘画之乡”。目前陕西郿邑区参与农民画创作的人数多达2300余人，骨干画家200多人，9000余件作品在海外60余个国家和地区展出（王怡萱，2015）。疫情期间，为满足大家足不出户就可了解户县农民画、参观农展馆的需求，户县推出了线上农展馆，运用AR技术，让大家可以“云逛馆”，同时运用数码技术，让农民画动起来。户县农民画创新传播形式，让更多国内外游客感受到户县农民画的魅力。

（二）上海金山农民画村及衍生品的时尚运营

金山农民画是在江南民间艺术土壤中滋生出来的一棵新苗，70年代末就创立了我国现代民间绘画的新风格，广受中外专家们的肯定和群众的厚爱。1980年，金山农民画首次赴比利时布鲁塞尔国际博览会展出，自此至1997年，金山农民画先后赴海内外十七个国家和地区展出交流（应园，2011），计2700多幅作品。2019年，第二届进博会上，金山农民画创新性开展与国际知名品牌爱马仕的跨界合作，以色彩鲜艳、设计独到的丝巾吸引众人眼球。2020年，金山农民画与金山冻龄梦工厂的面膜跨界，让非遗元素点亮日常生活。上海金山农民画的跨界融合，让接地气的农民画与时尚元素创新性融合，产生不一样的跨界影响力。

（三）广西三江农民画经营模式的创新

三江农民画历史悠久，早在清朝就出现侗布画。三江农民画以建设“非遗工坊”为抓手，将传统手工艺和现代化经营模式高效融合，三江农民画发展潜力被进一步挖掘。农民画家积极参与到三江侗画产业发展建设当中，通过成立公司，以“政府支持、公司管理、市场运作”的多元化经营方式，扩大农民画影响力（黎华露，2022）。通过聘请画师及收购农民画的方式灵活带动就业200多人，户增收超过1万元。三江农民画经营模式的创新提升了品牌效应，为民族地区传统文化产业化发展做出创新表率。

从各地方农民画的发展实践可以看出，进行农民画数字化改革、推动农民画产业跨界融合、创新经营模式和宣传渠道等方式，都是农民画产业发展的重要经验。余东村农民画要在全国范围占据一席之地，可以汲取以上地区有益经验做法，走出一条数字化、品牌化、可持续化的产业发展之路。

五、共同富裕视角下余东村农民画产业发展的完善路径

（一）深入挖掘文化IP，开发数字文创产品

在不断挖掘优秀传统文化的基础上对文化资源进行再创造，将已有的文化元素以一种有趣、特别的方式与产品相融合，既能让消费者感受到设计的巧思，又能收获良好的文化体验，使得文化的创新在文创产品中体现出来，促进文化的传承。如开发余东农民画的IP文化表情包，可设计表情包人物讲述余东村当地方言；设计动画片，通过此举加深用户对余东村当地文化的了解，实现文化可持续发展；开创线上农展馆，运用AR技术，让游客“云看画”。

（二）瞄准细分市场，深耕产品创造

随着农村旅游的兴起，越来越多的游客来到农村体验当地的文化和生活，这也为农民画文创产品

提供了更广阔的市场。在此背景下，以市场为导向，细分市场，精心耕耘，积极探索农民画发展的路子，提升农民画产业发展水平，以丰富的产品业态形成“农民画+”发展模式，是带动乡村的产业振兴和人才振兴的重要举措。细分市场主要分为两类，第一类是具有文化自觉意识的人群，第二类是具有地域文化亲缘性的人群（蓝星、卢海，2011）。针对具有文化自觉意识的人群可开发创造欣赏性的农民画，该创作需遵循艺术家个人精神的绝对价值。针对具有地域文化亲缘性的人群可以创作以农民画为内容或风格的日常生活、文化消费品，以一种较为通俗易懂的方式被该类人群所接受。

（三）拓展宣传渠道，提升农民画影响力

余东农民画产品要想区别于别的商品，或者区别于别处的农民画产品，就要结合余东村当地特色，努力探寻农民画展示市场。打造余东村农民画品牌销售方式，努力探寻富有余东村特色的产品宣传渠道。从大处着眼，通过深化与万事利、好梦来等合作，创新推出系列国字号产品品牌，并通过举办画展等方式扩大影响力；从细节入手，如通过开发余东农民画衍生产品：邮票、贴纸、钥匙扣、茶杯外观等周边，促进余东农民画产品的流通，带动农民画的宣传与推广。

参考文献：

- [1] 周华. 区域特色民间艺术资源的产业化开发探析——以浙西余东村农民画为例[J]. 美术大观, 2011(12):64-65.
- [2] 王继红, 陈雯. 展现衢州美丽乡村文化魅力[N]. 衢州日报, 2019-12-31.
- [3] 王芸, 郑梦慧, 毛贵珠. 从“种文化”到“众文化”余东农民画绘出乡村幸福生活[N]. 市场导报, 2023-06-16 (04).
- [4] 王怡萱. 农民画产业化发展研究[D]. 陕西科技大学, 2015 (19).
- [5] 应园. 以文化产业为核心的休闲农业园区发展策略探讨[D]. 南京农业大学, 2011.
- [6] 黎华露. 乡村振兴背景下农民画产业发展路径探析——以广西三江农民画为例[J]. 广西农学报, 2022, 37(01):5-9+43.
- [7] 蓝星, 卢海. 以农民画为重要资源的欠发达地区创意产业发展[J]. 湖北社会科学, 2011, (01):91-93.

作者简介：吴哲萍，1993年3月生，女，汉，浙江省衢州市人，硕士研究生，助教，研究方向：企业管理。