

发挥文化品牌作用推进脱贫攻坚的思考

刘振斌 李清福

(中共松桃县委办)

舞龙作为一种民间活动，自古以来深受广大人民群众喜爱。松桃苗族自治县的舞龙活动，有自己的特色，这里的“舞龙”是翻滚式的“滚龙”，已有600多年的历史。近几年来，松桃“滚龙”的发源地寨英镇认真贯彻落实县委县政府文化旅游产业化发展战略，把“滚龙”活动作为民族文化来建设、作为创收产业来培育，把“滚龙”文化提升到品牌来打造，“滚龙”文化既补充了群众精神之钙，又带动了农村脱贫攻坚。

一、主要做法

(一) 打民族文化“滚龙”牌带动产业脱贫

寨英镇把滚龙作为一项创收产业来培育，通过主打民族文化“滚龙”牌带动贫困群众走上产业脱贫之路。一是建设滚龙文化艺术馆增“灵气”。寨英滚龙“龙身”全长36米，共分17节，由34人轮换舞动，没有滚龙，寨英就失去了应有的“灵气”。目前，寨英镇正积极筹备建设滚龙文化艺术馆，不断为寨英增“灵气”，带动群众走产业脱贫之路。二是举办滚龙文化艺术节聚“人气”。寨英镇将每年的农历正月十三定为滚龙文化艺术节，活动期间，至少有30条寨英滚龙参加，每条龙就有2-3名贫困人员参与。锣鼓喧天，气势磅礴，人声鼎沸，欢欣鼓舞。欢呼声连成一片，整个古镇热闹非凡。

凡，吸引周边乡镇数万群众观看。三是畏于滚龙文化绝技活动添“神气”。滚龙是寨英之魂，更是寨英之神。寨英每年春节都要模拟龙神的形状编扎“滚龙”。一则借助龙的神威消灾避邪、扫除瘟疫；二则祈求龙神保佑风调雨顺、国泰民安。栩栩如生、活灵活现的寨英滚龙，不仅经常到湖南、重庆等周边省市演出，还深入北京、上海、广东等中国名城演出，获得“中国一绝”之称，实现了“关门演出”向“出去创收”的转变。民族“滚龙”牌为寨英镇打出了“中国民间艺术之乡”及“中国滚龙文化艺术之乡”的称号，民族“滚龙”牌已经成为贫困群众创收的重要产业，经常性参与的贫困人口达300人次以上，人均增收8000多元。

(二) 打饮食文化“滚龙”牌带动创业脱贫

积极做大做响地方特色饮食，打出饮食文化“滚龙”牌，带动群众走上创业脱贫之路。一是探索“长桌宴十”饮食“滚龙”模式带动脱贫。每年农历正月十三，寨英镇都要借举办滚龙文化艺术节摆上寨英百米长桌宴，来自全国各地的摄影爱好者及游客不约相聚于此，品尝寨英百米长桌宴上的美味佳肴。长桌宴沿着古城一条街一字型铺开，面对面地坐满了“寨老”和游客500余人，“长桌宴十”带动了其他饮食行业的创收。二是探索“协会十”饮食“滚龙”模式带动脱贫。“米豆腐协会”“卤鸭子协会”由500多名贫困人员组建而成。“两协会”抱团闯市场，风险共担、利益共享，将米豆腐、卤鸭子生意做到了铜仁、贵阳、秀山、怀化等地。作为寨英饮食文化“符号”，柔软细嫩、富有弹性、健胃消食的米豆腐至今依然如故，荣获“贵州省风味小吃”二等奖。三是探索“互联网十”，饮食“滚龙”模式带动脱贫。经电商平台包装打造，寨英米豆腐、卤鸭子成功“走上了”市民的餐桌，深受黔、湘、渝周边市民的“青睐”，寨英特色饮食文化链条得到了拉长，形成了“产供销”一条龙的流水产业链，有1200多人参与到流水产业链的生产之中，年人均创收不下2万元。

（三）打古镇文化“滚龙”牌带动旅游脱贫主

打古镇“滚龙”牌，依托中国最美村镇“典范奖”、中国历史文化名镇等效应，带动贫困群众吃上“旅游”饭、走上旅游脱贫路。一是打造精品型“滚龙”景点带动旅游脱贫。投入500余万元修缮“裕国通商”“福寿宫”“易和兴”“富华”商号及何家坝等6处文物建筑；分别投入120万元、450余万元修复了古镇广场和600多米的镇区防洪堤建设。凭借“中国滚龙艺术之乡”金字招牌“借船出海”“借梯上楼”，着力把传统古村落打造成精品，大力推进旅游业发展。二是打造融合型“滚龙”景点带动旅游脱贫。坚持把寨英传统古村落融入梵净山佛教文化和生态优势之中，着力打造梵净山文化旅游产业升级版，修建了37公里的旅游环线，推进环梵净山“金三角”文化旅游创新发展。三是打造特色型“滚龙”景点带动旅游脱贫。围绕“山上有吸引力、山下有生产力”的布局，以“山上佛祖、山下天王罗汉”的大寺院大景区大旅游推进名山效应，精心打造四大天王寨、十八罗汉村，让“山上”的游客体会到奇险交融的梵净自然风光，同时还能感受到天王寨、罗汉村的佛教文化，为寨英古镇旅游业注入新鲜“佛”力。节假日期间，慕名而来的游客达上万人，每年实现旅游创收2.3万元以上。

（四）打生态文化“滚龙”牌带动基础脱贫

通过主打生态“滚龙”牌，有效带动贫困群众走上基础脱贫之路。一是建设绿水“滚龙”带动基础脱贫。依托“水码头”大做水文章。利用水美的自然优势引进了白沙晶山泉责任有限公司，采取“村支两委+公司+贫困户”模式开始运营。今年每户贫困户分到1300元的红利，村集体分到4000元的红利。二是建设青山“滚龙”带动基础脱贫。依托总面积18000多亩的国有阳雀林场，打好青山文化。阳雀村利用山美的自然优势，采取“租户十厂家”模式引进了厂家开办石场，目前杨家组已收到租金11万元。三是建设洁地“滚龙”带动基础脱贫。“龙”是寨英人祥和安宁、丰衣足食的保障。寨英人依托“磨龙洞”，“回龙寺”等厚重的“龙”文化，每年新春佳节都要祭“滚龙”、舞“滚龙”，以此留住龙神。同时大力推进“六绿”攻坚行动计划，既抓绿水青山，也抓金山银山，念好“山字经”、做好水文章、打好生态牌，打赢了“蓝天”保卫这场硬仗。

二、主要成效

一是实现了文化增值。每逢松桃的重大活动，寨英“滚龙”都要上演一场精彩表演。“滚龙”每次出演时间在3-5天甚至一个星期左右，每人每天创收80-100元甚至更多，这既是寨英“滚龙”文化的传承，又是寨英“滚龙”文化的宣传，更是寨英贫困户经济收入来源的有效途径。铜仁市瓦屋油菜花节期间，寨英镇就有4条龙在2天时间以3万元的演出费被邀出演，平均每人每天演出收入200元。“滚龙”文化让寨英脱贫攻坚从“输血式”变成了“造血式”。

二是实现了农民增收。罗家寨、吴家寨、上寨、王家坪等10个村180余户从事米豆腐行业生产，特别是古镇区就有30户是“同行”。全镇每年生产和外销米豆腐200余万斤，年产值达500万元以上，户均增收27万余元。每逢春节，农户张祖友家每天至少要销售800斤米豆腐。做米豆腐生意的农户，家家修起了小洋楼，买起了小轿车，日子越过越红火。贫困户实现了“要我脱贫”，向“我要脱贫”的转变。

三是实现了城镇增美。寨英政府组织了派出所、综治办联合成立了一支32人的古镇消防队和“护卫队”，对古镇消防器材、老化的电线进行修缮，古镇的建筑群至今保存完整。古镇的“古景”增加了现代建筑物的美，“古景”与“现景”很好地交融在一起，让游客进入古城就感觉自己“回”到了明代洪武十八年。一排排苗族吊脚楼、会馆、手工作坊加工点等古城景象十分抢眼，古城美景让游客们赞不绝口。古镇的古景，成为寨英小城镇一道亮丽的风景线。

四是实现了环境增绿。去冬今春，寨英镇荒山造林580亩，森林覆盖率高达51%。该镇聘请了56名贫困人员为山林“守护神”护林员，其中有省级护林员32人，每人年收入1万元，县级护林员24人，每人年收入6000元。寨英镇以“零容忍、下重拳、出实招”的方式，深入开展森林保护专项行动，全力抓好基础建设靓化、古城建筑美化、人居环境优化，建成了天蓝、地绿、水净的寨英小城镇。

三、存在的主要问题

一是民族文化挖掘不深。由于受资金及体制机制的制约，挖掘整理少数民族文化缺少专业人才，潜在的民族文化资源无法得到充分的开发利用，导致历史文化的遗留或保存不太完整。

二是旅游文化基础不牢。旅游文化接待的基础设施还不牢固，文化旅游接待能力偏低，配套设施和服务水平还不能满足游客的需要，还难以满足扎实推进文化旅游产业化、创建绿色发展先行示范区的新要求。

三是饮食文化扬名不远。当地的“滚龙”卤鸭子、“滚龙”米豆腐等特色小吃文化，除了本地人知道以外，外地人一般都不知晓，饮食文化的名气还没有真正在社会造成影响。

四是品牌文化打造不力。寨英虽然已经取得“中国民间艺术之乡”及“中国滚龙文化艺术之乡”称号，但品牌文化还存在打造不力的问题，滚龙文化品牌的经济效应、社会效应还不很明显。

四、对策建议

一是多元文化“深”挖掘。深度挖掘寨英古镇多元文化，特别是抓好“龙”文化传承的深度挖掘。建立滚龙表演中心，以资源创造特色，用特色吸引游客。组建寨英滚龙演艺公司，定时定期演出寨英滚龙节目。

二是古建筑群“深”修复。积极向上级文物部门争取项目资金，加快古建筑群的修缮保护。加大力度建立健全旅游基础设施，积极完善古建筑群的设施设备，重现辉煌时期的古城情景，实现“古景美”与“现代美”相得益彰。

三是发展基础“深”构筑。开发、包装寨英米豆腐、寨英卤鸭子等特色小吃，培育壮大米豆腐、卤鸭子等协会，广泛吸纳贫困户入会。大力发展“农家乐”“庭院经济”等模式，满足游客“吃、住、行、游、购、娱”六要素。

四是营造氛围“深”宣传。坚持利用报纸、网站、电视台等宣传窗口，利用“中国苗族情人节”“苗家四月八”等活动载体，大力宣传民族文化、饮食文化、古镇文化、生态文化等“滚龙”牌，让“滚龙”牌走得出去、立得起来、唱得响亮。