



侗族「绣娘」在榕江县推进全域旅游资源整合工程启动仪式上展示侗族刺绣技艺。新华社发

非遗飘香

青春创业
嬢嬢就业

——贵州村超“踢”出就业增收新天地



村超新媒体传播团队。新华社发



榕江县特和社区“母亲回家”手工坊因“村超”爆火,订单增加,搬迁户绣娘们正在加紧制作。新华社发



盛装打扮的侗族姑娘在榕江县乐乡侗寨油菜花田间自拍。新华社发

鼓楼边,榕树下,都柳江水潺潺流过。十多名苗族嬢嬢(当地人对女性长辈的称呼)围坐在树荫下,用传承了千年的蜡染布料缝制村超吉祥物公仔。

仅在榕江县三宝侗寨,就有超过千名绣娘参与到村超吉祥物“村超牛”的制作之中。

2023年5月贵州村超开赛后,现场数万群众踊跃参与的热情、场内外丰富瑰丽的非遗展演,让这项村级赛事迅速在全网发酵。村超爆红,让贵州多彩民族文化“被看见”,更带动了当地特色服饰等手工艺品“出圈”,榕江村寨里以往赋闲在家、照看孙辈的嬢嬢们,因此有了在家门口、江水边、榕树下发挥特长就业创收的机会。

55岁的榕江县特和社区居民石本然,与老姐妹们正在赶制一批文创刺绣耳环。“一副耳环共有四个面,每一针都要仔细,才能美观。”石本然说,“刺绣是我们从小就学的手艺,但在村超火爆之前,做得再好也卖不出去。现在刺绣产品销路打开了,家门口就有赶不完的活。真没想到,老都老了,还能靠小时候学会的手艺挣钱。”

石本然所在的特和社区“母亲回家”手工坊,与村超相关的文创产品都很畅销,足球、包包、围巾、鞋子……很多日常用品都被融入村超、蜡染、刺绣等元素。这家手工坊的总经理助理于海峰介绍,村超“出圈”以来,各类文创产品销量增长了20%以上。

榕江县政府统计数据显示,目前榕江县内共有重点文创企业(非遗工坊)12家,建设文创品牌,开发有蓝染家居、染花集等400多种产品;指导各文创企业(非遗工坊)通过传统技艺与村超文化相融合,开发服饰、包包、玩偶、家居装饰、文创伴手礼等非遗文创系列产品以及村超衍生产品200余种。

“嬢嬢就业”的背后,是榕江年轻人掀起的创业热潮。

榕江县就业局副局长龙清华表示,村超“出圈”之前,榕江乡村中青年劳动力、优质人才持续外出务工,人才总量不足、老龄化严重等问题凸显,“有时候在村里走访一圈下来,除了老人小孩,见不到几个年轻人”。

榕江县委副书记、县长徐勃认为,以前年轻人外流严重,是因为家乡发展机会相对较少,“就算有愿意回来搞种养业的,销路也是个问题”,通过发展“新媒体”数字经济产业,让新质生产力和农业、农村、农民有机结合起来,真正让老少边穷地区也享受到了数字经济的发展红利,真正实现了“数商兴农”。

村超带来了改变的契机。看到全网叫好、满屏点赞,游客纷至沓来,外出务工的年轻人不仅与有荣焉,更看到了家乡扬名后的变化和机遇。家门口就有奔头,何必再背井离乡呢?

“村超带来了流量,更带来了商机,吸引了大批年轻人返乡创业。”徐勃说,“可以说村超与年轻人互相成就。乡村振兴、县域经济发展离不开人才尤其是年轻人。所有的创新、再好的点子都要有人去实施,尤其是素质高、头脑活、有闯劲、干劲足的年轻人。”

榕江县政府提供的数据显示,村超走红以来,全县已有816名外出务工人员返乡创业,4527人次咨询返乡创业政策。大批有见识、有思想的年轻人“归巢”,为榕江发展带来了活力。

近日,在榕江县忠诚镇乐乡村,一场融合了歌舞表演的青春诗歌会火热上演。“95后”侗族女孩杨想妮,携手华东师范大学学生演绎的一曲侗族歌谣《侗家姑娘》,赢得了现场观众的阵阵喝彩。

2020年从贵州大学音乐学院毕业后,杨想妮先后在榕江和贵阳市从事音乐教师、艺考老师以及演

艺人员等工作。2023年9月,杨想妮与王婷等同龄伙伴一起,看好村超的巨大流量,开启了侗族音乐文化研学的创业之旅,主要教授村里的侗族小孩、研学学生以及参观游客唱侗歌,体验侗族文化和农耕文化。“2023年11月以来,我们接待了来自成都、深圳、佛山、上海等地的大批研学团队,以及前来参与村超友谊赛的法国青年代表队等外国人士。”杨想妮说。

在杨想妮团队的示范带动下,目前乐乡村已有三家研学机构,还有深圳企业家投资的超开心旅游公司,带着专业的研学团队驻扎在村里搞大湾区研学旅游。

刚刚在村里扎下根的黎平县“90后”侗族女孩兰通群,是2019年从广州返回黎平县肇兴侗寨创业的年轻人。早在两年前,她就打造了一个以非遗研学、民俗体验、自然科普等为一体的研旅品牌。

也是看到村超带来的巨大机遇,兰通群把研学业务拓展到了这里。兰通群希望在村超流量的加持下,带领更多的手艺人就业增收。

“乡村振兴,人才振兴是根基。有了新生力量的支撑,乡村的全面振兴才有希望。”在榕江开展乡村振兴调研的贵州大学教师胡平表示,杨想妮等大批见过“世面”、返乡创业的优秀年轻人,带回了更先进的思想和理念,结合地方的优秀传统文化,推动创造出更好的新业态,产生了显著的经济效益和社会效益。

文化研学、蜡染旗袍、民族美妆……在35岁的返乡创业人员石爱云看来,民族文化助力了村超的“出圈”,村超的“出圈”又扩大了民族文化影响力。她身边的外出务工返乡人员,更多围绕榕江的民族文化创新创业,开辟了一系列新业态,推动了新发展。

2023年11月,在浙江杭州做了6年美妆的石爱云,看到村超持续带来大量客流后,与丈夫黄子辉返乡创业。她开了一个小店,租服装、做美妆,黄子辉则做起了美食。

石爱云之前在杭州跟着剧组做美妆,每个月工资少则六七千元,多则上万元。回归榕江后,她的收入不降反升。全县开展的体操竞赛、村超比赛、足球交流赛、村奥会等一系列赛事,给她带来了大量客户。

“回到榕江后,我带了5位徒弟,凭借这项手艺,她们有了可观的收入。”石爱云说,有空的时候,自己还利用手机进行教学直播,帮助更多乡亲掌握一技之长,助力他们自主创业就业。

除了主动返乡的年轻人,榕江还通过实施“导师计划”“榕归计划”“银龄计划”“青村计划”等不断吸引优秀人才。目前全县共有高层次人才685人,柔性引进高层次、高学历专家人才512人,人才总量达39万余人。通过引进、挖掘和培育新媒体传播人才,全县有2200余个本地网络直播营销团队,均以年轻人为主。村超惊现“世界波”等早期爆款视频,就出自他们之手。

榕江县政府统计数据显示,自村超举办以来,全县新增市场主体4019家,累计带动就业1.1万余人。

“寨子里的年轻人越来越多了,家门口就业的嬢嬢也越来越多了。青春创业,嬢嬢就业,村超为县域经济注入了活力,就像是三宝侗寨旁都柳江的水一样,奔涌不息。”徐勃说,村超立足本地文化比较优势,通过各类人才的文创驱动,将自然珍宝和文化瑰宝转化成群众增收致富的金银财宝,正在探索一条全民参与的“乐经济,暖发展”道路,踢好快乐足球,塑造快乐品牌,传播快乐文化,搭建快乐平台,发展快乐经济,让村超成为了乡村振兴的催化剂。

(新华社记者 欧东衢 罗羽 蒋成)