

王茂均：让乡情发酵 为梦想干杯

□ 记者 马尤翼 文/图

近日，省委统战部“传承之光 同心点亮”统战宣传基层行活动采访团走进安康市旬阳市城关镇龙头村，探访新的社会阶层代表人士、省级非遗拐枣酒制作技艺第三代传承人王茂均。这位被乡亲们亲切唤作“酒哥”的传承人，用十余年光阴，完成了从外贸精英到“职业农民”的蜕变，让山间野果酿成的非遗佳酿走出深山。

顺着旬阳市龙头村蜿蜒的山路前行，一座由老供销社改造而成的酒厂映入眼帘，门前几棵拐枣树迎风而立。踏入酒窖，一个个直径1.6米的大木桶里，拐枣正在发酵，一阵阵清甜而又浓郁的香气扑面而来……

拐枣又名万寿果，是陕南特有的一种原始野果，自古就是中药材的一种。陕南人豪爽好酒，每逢贵客上门，主人总会拿出压箱底的佳酿——拐枣酒。

“过去旬阳山区穷，粮食和物产不足，唯独这拐枣金贵。”王茂均感慨道，用它酿出的不只是一杯酒，更是家乡生活的烟火气和情谊。就是这杯带着家乡味的酒，在13年前，唤回了一颗漂泊游子的心。

王茂均1997年大学毕业，凭着股闷劲儿到南方打工，从月薪550元的基层岗位一路打拼到年薪超50万元。2010年，他成为一家预备上市的医疗集团的股东，彼时他已在浙江绍兴安家，日子过得蒸蒸日上。

“月是故乡圆，酒是自家香。”常年在外出打拼、鲜少归乡的王茂均，竟因一杯拐枣酒彻底“破防”——2011年农历正月初九，舅舅从旬阳老家远赴绍兴投奔他，随身带来一壶二十斤的土烧拐枣酒。“刚热好的拐枣酒一端到嘴边，万千乡愁瞬间翻涌。”王茂均至今对那个瞬间刻骨铭心。

“这么好的酒，竟然只藏在旬阳山村里？”对比绍兴黄酒产业之成熟，王茂均对这壶土烧拐枣酒满心惋惜，一个念头在他脑海中愈发强烈：“城里的酒再多样，都抵不过故乡酒的醇厚。把祖辈手艺传下去，带乡亲们富起来，比挣高薪有意义多了。”

“回旬阳！做拐枣酒！”他毅然下定决心。一番周密筹备后，王茂均不顾家人反对，于2011年年底独自驾车一千多公里回到旬阳，注册成立了旬阳县生态农业有限公司。

放下原本的熟稔生意，扎进老家旬阳的深山里，对王茂均来说，转身背后，更是重重意想不到的难关。

“做好拐枣酒，远没有想象中简单。”王茂均坦言，传统拐枣酒都是农户自酿，没有统一标准，要实现规模化生产，原料供应、工艺规范、生产许可等一系列“拦路虎”横在面前。

“此前，乡亲们做拐枣酒全凭经验，早年的拐枣酒带着淡淡的苦涩与独特的药香，难以被更多消费者接受。”王茂均说，拐枣酒的酿造，藏着太多细枝末节的讲究：六七斤拐枣，才能做成一斤酒，从原料采购筛选、清洗保存，到粉碎环节的温湿度把控，再到发酵周期的精准掌控，每个细节都直接决定着产品品质。

为了让拐枣酒被更多人喜欢，除了沿用祖辈流传的“浸泡、初蒸、闷水、复蒸”传统蒸馏工艺外，王茂均一头扎进工艺改良里。他废掉了传统的大池子发酵，换成了水缸分缸酿造，反复试验后，将发酵周期定在28天。“这个周期发酵出来的液体既保留了拐枣酒特有的药香，又改善了苦涩口感。”王茂均说。

就这样，他凭着一股子韧劲，把拐枣酒行业的酿酒标准一点点“试”了出来。

经过三年攻关，王茂均创立的公司顺利通过认证，取得了全国首张拐枣酒生产许可证，填补了行业空白，同时他还牵头制定了首个拐枣酒企业标准，总投入超300万元。2016年，王茂均成功将拐枣酒申报为省级非物质文化遗产，成为拐枣酒制作技艺第三代传承人。

王茂均的“拐枣王”品牌取得合法身份，给旬阳山区拐枣种植户带来福音，旬阳的拐枣酒从此告别塑料壶，登上各类品质宴请的餐桌。酒的身价也水涨船高，从过去的3元一斤，跃升至30至70元一斤，成了旬阳人热情好客的新名片。

在“拐枣王”酒厂门口，“让乡情发酵，为梦想干杯”的标语格外醒目，这是王茂均亲笔题写的，“天天看着这两句话，也是提醒自己不忘初心。”

“‘让乡情发酵’，就是用心用乡情酿出一坛好酒。”他解释道，在自己心里，酒从来都是情感的纽带，希望用乡情酿造的拐枣酒走出旬阳，带给更多游子归属感，让他们喝到拐枣酒时感受到乡情的召唤，也能多回家看看。他还盼望有更多旬阳人一起把拐枣酒行业做好做精，一起“为梦想干杯”。

也正因为如此，王茂均对技艺传承向来毫无保留，“不管是老乡还是同行，只要来问酿酒的方法和经验，



王茂均讲述他与拐枣酒的故事

我都知道无不言、言无不尽。”他还计划将成熟技术整理成册向农户普及，希望大家相互交流、共同进步，一起把旬阳拐枣酒产业做大做强。

如今，王茂均的酒厂已形成了从种植采摘到加工包装的完整产业链，提供200多个就业岗位，不少外出务工的村民纷纷返乡，在家门口端稳了“饭碗”。

去年，王茂均的公司产值突破两千万元，产品出口韩国等国家和地区。“我们正和中国发酵工业研究院合作，想借助科技的力量，把拐枣里的好东西都挖出来。”王茂均说。

作为新的社会阶层代表人士，王茂均还有更大的期待——以非遗拐枣酒为核心，走酒旅融合路子，把酒厂变成酿酒体验、非遗展示的山野打卡地，让游客沉浸式感受陕南酒香与文化。

“我盼着用一杯酒串起产业链，带乡亲们吃上‘文旅饭’，最终实现‘家家酿好酒，户户有收益’，壮大非遗特色产业集群，让旬阳的文化自信与经济活力，随着酒香飘向远方。”王茂均说。

□ 记者 马尤翼 文/图

近日，省委统战部“传承之光 同心点亮”统战宣传基层行活动采访团走进宝鸡市陈仓区，近距离感受新的社会阶层代表人士、陕西社火脸谱绘制技艺省级代表性传承人薛亚兵以创新激活非遗之美，让社火脸谱这门古老技艺焕发新生的故事。

“你看这蛇的眼睛，灵感就源自何尊顶部那条小蛇的纹样。”在宝鸡社火博物馆里，薛亚兵指着一幅他创作的蛇年马勺脸谱娓娓道来。

这幅匠心独运的作品，陪着他登上了“2025年非遗春晚”“非遗里的中国·陕西篇”等重磅舞台。2025年春节期间，古老的陈仓社火在全国观众面前彻底“火出圈”。

“陈仓社火文化为何如此独特？因为它讲的大多是脱胎于《封神榜》的神话故事，与其他以演绎历史故事为主的社火不同。”薛亚兵说，马勺脸谱成为承载古代神话的创新载体。

也正是这些在巡游中演绎出的神话故事，打动了自幼看着社火表演长大的薛亚兵，痴迷社火脸谱的种子由此在心底生根。二十岁出头的他毅然拜师学艺，凭着过人才赋和潜心钻研，很快便吃透了社火脸谱从选材、刻制到彩绘的全套工序。

“那会儿乡亲们只在过年返乡时凑一场社火热闹，年后就外出打工，谁也没法靠这门手艺糊口。”谈及过去社火艺人的窘境，薛亚兵话语中透着惋惜之情。

热爱的手艺到底能不能变成营生？这个问号在薛亚兵心里积淀了多年。2006年，宝鸡民间社火被列入首批国家级非遗名录，薛亚兵嗅到了机遇，他带着自己画的马勺脸谱，跑到西安书院门摆摊，想把非遗好物做成旅游商品，可现实泼了他一盆冷水：“大家不了解社火文化，认可率太低。”

即使无人问津，他也没有停下创作的笔，反而在摸索中逐渐形成了色彩浓烈、造型灵动的独特画风。2009年，薛亚兵创办秦之雅公司，开始打造非遗文创产品，一系列新式脸谱应运而生。

转机出现在2010年。作为陕西参展商之一，薛亚兵带着心血之作大型插花社火脸谱登上了上海世博会的舞台。“外国人一看见这脸谱都走不动道了！”薛亚兵回忆说，他们甚至都不问价格，直接往怀里搂。

接下来的3个月里，薛亚兵积攒了五六年甚至十年的存货被一扫而空。“我们要做好社火文化，一定要先适应市场。”薛亚兵的创作热情一再点燃，之后在2013年、2014年设计的宝鸡特色旅游产品，均在中国国际旅游商品博览会上脱颖而出，荣获金奖。

走出国门，薛亚兵的思路也更加开阔：宝鸡社火脸谱完全能走得更远，只有先让文化入心，产品才好落地。

2018年起，薛亚兵牵头筹建宝鸡民间社火博物馆、市非遗保护协会、非遗工坊等平台，探索出一条“技能培训+文创研发”双线并行之路，紧纂社火脸谱和西秦刺绣两大非遗技艺；线上线下同步发力，既搭台展示鲜活的社火造型，推广新潮文创产品，又牵头开展技能培训，带动非遗代表性传承人和弱势群体以手艺增收，壮大传承队伍，兴旺了非遗特色产业。

2024年2月，其打造的“陈仓社火工匠”获评宝鸡市陈仓区劳务品牌。如今，宝鸡社火博物馆已构建起“非遗+旅游+购物+乡村振兴”的完整文化产业链，每年吸引上万名非遗爱好者前来游玩体验。

如何让古老非遗从“村子里”走入“购物车”，把一个旅游商品发展成为具有商业价值的文化产品，经过这些年的探索，薛亚兵深有心得，当非遗不再满足于被“保护”，而是主动“解码”现代生活，拥抱着属于这个时代的表达方式，如此便进入了正向传承轨道。

社火脸谱十二生肖釉杯、“中国·社火脸谱”餐具、“何尊脸谱”灯、擀面皮祈福包装系列……在宝鸡社火博物馆的文创展区内，各种琳琅满目的跨界产品不断拓展着非遗应用场景。

“开发上市一个新品，需要经历从创意设计、专利申请、批量生产到市场验证，大概得6到9个月时间。”即使周期漫长，但薛亚兵仍然给自己定下“硬目标”：每年必须出一款代表宝鸡地方特色文创产品。

去年，凝视着陈仓社火独特的纹路，一个更大胆的想法在他心中点燃——不能仅停留在产品层面，要提炼脸谱精华，打造一个有生命力的文化IP。

“社火娃娃”由此应运而生。

为了找到最能传递文化精髓的姿态，他反复打磨，光是造型就打了快20个版，最终定格在娃娃双手捧举的动作上。“社火源于祭祀，寓意赐福人间，‘双手捧举’表达送祝福的核心意象。”薛亚兵阐释道。这一设计成功将传统脸谱的精髓，转化为了面向未来的文化标识。

眼下，薛亚兵正忙着让“社火娃娃”钻进陶瓷摆件、彩绘餐具、潮流背包，乃至本地美食的包装设计中，全方位融入日常消费与文化活动。

10月26日，2025宝鸡马拉松鸣枪开跑。薛亚兵将“社火娃娃”搬上赛事奖牌，“灵官”“开路神”“财神”“福神”四款经典形象灵动亮相。奖牌采用磁吸巧思，既能当冰箱贴装点家居，又能改制成吊坠随身佩戴。这款自带互动感的非遗奖牌一经亮相，便火速“刷屏”社交平台，成了跑友们争相收藏的“心头好”。

“我们就是想借马拉松这个大舞台，让更多人看见非遗的魅力。”薛亚兵自豪地说。这次联动不仅是文化与体育的跨界，更成为年轻一代重新认识民间艺术的窗口。

8月泰国进口展览会、9月大阪博览会、11月上海进出口博览会……薛亚兵今年行程满满。“我们升级脸谱IP，就是要像打造国际知名品牌那样，让它成为一见便知的‘陕西文化符号’。”薛亚兵说。

“接下来，既要向外‘破圈’出海，也要向内‘扎根’市场。”谈及未来规划，薛亚兵思路清晰。他正筹备着与物流公司开展海外仓合作，推动产品进一步拓展国际市场，同时计划和本地品牌开发更多贴合生活需求的新产品，让社火脸谱持续融入现代生活，真正从乡土走向世界。



薛亚兵介绍社火脸谱

薛亚兵：让陈仓社火从村头火到世界

公益捐赠进驿站 守护“城市美容师”

12月11日，九三学社西安市委携手爱心企业走进雁塔区南三环万象春天环卫驿站，开展“冬日暖阳”公益捐赠活动。活动现场，陕西艾诺美医药有限公司向雁塔区环卫工人捐赠了1万只防护口罩，为一线劳动者送上健康关怀。

记者 李荣 通讯员 雷莉娟 摄影报道



蔚世生：“刻”出旬阳版画新天地



蔚世生讲述版画院创办历程

□ 记者 马尤翼 文/图

一身素雅中式装，一头飘逸长发，初见蔚世生，很难不被他身上那股洒脱的艺术气质吸引。可就是这个看似张扬的人，却在旬阳的乡土间扎根30余年，手握一把刻刀，让古老的旬阳版画焕发新生。

旬阳版画始于宋代，以梨木板为原料，经雕刻、套印、装裱而成，是刻在木板上的民俗风情。近日，省委统战部“传承之光 同心点亮”统战宣传基层行活动采访团走进旬阳市版画院，探寻省新联会理事、旬阳传统木刻版画第四代传承人蔚世生与版画的不解之缘。

旬阳市版画院藏在瑞莲小区。一进小区南门，两侧墙面上千幅版画引人注目——门前的土坎子、屋后的石板房、田间的劳作者，都是画里的主角。这些带着泥土气息的作品，成了小区里一道亮眼的风景线，更成了居民家门口的“精神大餐”。

从瓦楞纸到版画院，从人人嫌弃的“黑黢黢木板”到旬阳文化名片之一，蔚世生倾注了30多年的心血。

一切要从蔚世生初登台时说起。1989年，刚从安康师范学校美术专业毕业的蔚世生被分配到家乡旬阳的枸元初中担任美术老师，那时美术学科正处于“边缘化”地位，这让他感到一种深深的失落，他希望自己所从事的美术教学是持续而有意义的。

当时学生们能够学习美术的资源，仅是一支铅笔。“我就想，教他们学版画不费钱啊，一桶油墨、一个油墨滚子可以共用。没刻画的材料，就用废纸箱的瓦楞纸，也不用色彩，黑白就能成就天地。”回想当初，蔚世生笑着说。

蔚世生怎么也没想到，自己无形中点燃了一片美育的“星星之火”。

1999年，蔚世生带着20幅学生版画作品参加省中小学书画展评选。原本只是抱着试一试的心态，结果却收获满满——不少作品载誉而归。那是他第一次亲身感受到大家对版画艺术的认同。

自此，蔚世生的脚步更坚定了，组织学生参加版画展览和比赛的次数也越来越频繁。他带着孩子们的版画作品，到西安、上北京、赴江苏，获奖的次数越来越多，“旬阳版画”的名字越传越远。

“我跟娃们说，就画门前的土坎子、屋后的石板房，你让他画树、画山，他闭着眼睛都能行，但你要让他画海就不行，因为他没见过啊。”蔚世生坦言，这也是作品获得很多国家或省级奖项的重要原因之一，因为作品“接地气”。

多年来，蔚世生自掏腰包买专业木刻板，免费教孩子们刻版画。一批又一批学生从这里走出，有的成了美术老师，有的当了文化干部，有的成了设计师……艺术的种子，在旬阳的土地间孕育、破土、向阳而生。

可蔚世生并未止步于“教出几个好苗子”，而是希望利用旬阳地域文化促进乡村振兴。

2019年，蔚世生在瑞莲小区挂牌成立旬阳市版画院。刚装修完，工具材料的缺口就摆在眼前，为了让版画院顺利运营，蔚世生咬牙卖掉了枸元老家的房子，解了燃眉之急。接着，他顺势成立了农民版画合作社，盼着这刻刀木板，成为乡亲们致富的“金钥匙”。