

石塘90后姑娘潘璐怡返乡创业

用6个惊喜小娃娃刷新大奏鼓“颜值”



记者 王萍

把大奏鼓表演置于掌心端详，会是一种怎样的体验？石塘90后姑娘潘璐怡给出了令人惊喜的答案。

2020年11月，石塘镇推出首届石塘特色旅游伴手礼评选大赛，经过一个多月的激烈角逐，潘璐怡及其团队打造的大奏鼓惊喜娃娃套装从一众石塘传统手工艺品中胜出，获得一等奖。

惊喜娃娃给人惊喜，这是潘璐怡和她的团队想达到的效果。大赛中，这些初出茅庐的小娃娃令人爱不释手，赢得了一致好评。我们最初的目标，是想做出一款能一鸣惊人的作品，大奏鼓就是我们最好的选择。

但很少有人知道，这些惊喜小娃娃经历了怎样的波折才成功面世。近日，第一批4000套2.4万个大奏鼓惊喜娃娃走下生产线。记者走近潘璐怡和她的团队，挖掘这些小娃娃背后不为人知的创业故事。

90后姑娘回村，机缘巧合开始创业

和很多年轻人还未找到人生方向不同，1995年出生的潘璐怡，毕业后没几年，便和几位志同道合的朋友成立了石小糖策划创意有限公司。

但成立工作室，在潘璐怡的意料之外，也不在她的人生规划中。潘璐怡大学学的是服装设计专业。温岭并没有多少纺织服装制造企业，这一专业的毕业生往往会选择留在大城市，回来很难找到满意的工作。但是她想回家，回到父母身边。石塘作为温岭的渔业重镇，工业不算发达，三产发展也较落后，对于年轻人来说没有多少吸引力。潘璐怡回到了这里，她的第一份工作，是学校的美术代课老师。

代课老师的收入不高，潘璐怡却乐在其中。教孩子们画画和自己学完全不一样。潘璐怡说，她到了高中才真正开始学习美术，思维定式已经限制了她的想象力，孩子们则不同，他们对于世间万物有着不同的视角和想象，很多孩子画画时不按常理出牌，这让她看到了美术的另一面。

在学校里，她和其他老师一起参与校园文化建设，一起探讨如何来体现校园的石塘特色。石塘的石头，成为他们的选择。石小糖的名字，就取自于石头。石塘的石屋石巷石阶很难再加工，但石头可以换一种形态呈现。他们在鹅卵石上画海里的鱼、虾、蟹，也画织网、渔船等渔区元素，那些毫不起眼、色彩灰暗的石头变成了令人眼前一亮的石头画。

期间，潘璐怡加入到石塘一些墙体彩绘的创作中，对石塘的人文风情有了更全面的认识。不少人看到石头画后，想预订这些精美的作品，作为伴手礼送给外地的亲朋。商机，自然而然地诞生了。

何不成立工作室？冒出这个念头后，潘璐怡离开了教学岗位，约上几位志同道合的朋友，开始创业。当时，石塘的旅游市场已经火起来了，但符合年轻人口味，又能代表石塘的市场化文创产品基本没有，这一领域是一片空白。潘璐怡说，有了石头画开路，她对自己未来的发展方向逐渐清晰。她知道，和其他同学在大城市打拼不同，既然回到渔村，既然有了冒险的想法，就要真正为这里带来一些不同。

起步艰难，却也乐在其中

从2018年筹备到2019年成立，工作室最初只是小打小闹，起步比较艰难。除了个别石头画订单，业务并未扩展。潘璐怡明白，最紧要的，是尽快提高工作室的知名度。她和工作室的成员商量，可以和石塘的民宿合作，以民宿作为窗口，了解外地游客的需求，以及他们希望从石塘带什么回家。

2019年国庆节前夕，石塘即将迎来一个游客高峰。潘璐怡和工作室成员一起，决定为民宿免费提供一些旅游手绘本，画上石塘各个景区周边的旅游民宿和餐饮等信息，以此促进和民宿的合作。

一本手绘小册子十几页，从裁页到穿线，从画图到信息备注，全是人工手作。工作室的人不够，潘璐怡还找来朋友帮忙。画手绘图是个细致活，速度快不起来。国庆节前夜，几个人还在工作室通宵赶工。第二天一大早，她们将十几本手绘本送至民宿。

这是一个并不轻松的过程，潘璐怡却没有打过退堂鼓。因为是自己喜欢做的事，所以没有太多怨言。潘璐怡说，工作室起步的那段时间，因为经常夜不归宿，还经常要在外画墙绘，风吹日晒的，父母颇有怨言，他们觉得，一个女孩子没必要这么辛苦。

随着作品的增加，和民宿的合作走上了正轨。潘璐怡经常到民宿，为游客

上手工体验课。旅行社得知消息后，带着旅游团来石小糖工作室体验石头画创作。

工作室刚有起色没多久，2020年初，新冠肺炎疫情袭来，工作室关停好几个月，但潘璐怡也没闲着。她发挥了自己画画的技能，结合疫情相关的新闻报道，在家创作了防疫系列插画。参与防疫的志愿者、公安民警、一线网格员、医护人员，都成为她笔下的素材。

当时，为防止人员聚集，有不少年轻人响应号召取消了婚礼。石塘镇中心村的新娘朱佳琦是其中的一个。出嫁当天，她在家吃了一碗石塘的特色索面，就出门了。看过关于朱佳琦的报道后，潘璐怡为这对新婚夫妇画了一幅漫画，并配上文字：来碗索面，我的婚礼同样祝福满满。

期间，石塘镇需要一些创意防疫宣传单，石小糖工作室义务提供了设计方案。我们想以这种方式，为防疫做一些力所能及的事。

潘璐怡说，在家的这段时间，她也在思索工作室未来的发展。以石塘的特色美食山粉圆为原型创作的山粉小子便是在那段时间诞生的。我的想法是，要创作出极具石塘特色的伴手礼，应该是那种让游客看一眼便喜欢的，又便于携带的，比较容易打开市场。潘璐怡说，山粉小子是一次新鲜的尝试，但不是她最终想要的。

记者手记

让优秀的文创产品点亮乡村、惊艳时光

记者 王萍

近年来，故宫博物院上新，一度成为年轻人涌进故宫博物院官方旗舰店抢着下单的号角。似乎是一瞬间，故宫文创产品红遍大江南北。沉睡了数百年的故宫，通过这种方式活起来，也火起来了。其中，引爆潮流，符合更多年轻人的口味，无疑是文创产品成功的关键。

从博物院里的阳春白雪到基层渔区的下里巴人，乡土文化有没有这么强的生命力？显然，从大奏鼓惊喜娃娃一举夺魁这一结果来看，即使是边远地区的民俗，也有着最原始的内核驱动力。关键在于，通过哪一种方式，将这种驱动力引燃。推出极具传统文化精髓又适应时代发展需求的优秀文创产品，无疑是当下最值得一试的捷径。

可以预见，4000套2.4万个大奏鼓惊喜娃娃走下生产线后，将比舞台上的大奏鼓表演走得更远。这些小娃娃不仅能丰富石塘当地旅游伴手礼市场，还将为大奏鼓的非遗传承带来正面作用。将文化置于掌中，摆在案头，也可以让更多人看见石塘，了解石塘。

而对石塘的旅游发展来说，光有一套大奏鼓惊喜娃娃还不够。丰富乡

村旅游业态、助力乡村振兴，还需要激活更多的文化灵魂，运用更多的文化创意，用令人耳目一新的人文精神来吸引和留住游客，铸造全新的旅游口碑。

乡土不土，民俗不俗。新时代的乡村发展中，希望能有更多的年轻人回到乡村，通过潮流带动，点亮乡村振兴路，惊艳奋斗好时光。

1. 大奏鼓惊喜娃娃。
2. 潘璐怡（右）和工作室的成员一起。
3. 石小糖的石头画。
4. 石小糖创作的防疫宣传画。
5. 石小糖的石头画。



一波三折，惊喜娃娃夺魁再量产

疫情得到控制后，各行各业复工复产热火朝天。2020年七八月份，石小糖工作室也迎来了新的转机。为多家文化礼堂设计室内展厅方案。工作越来越多，挑战越来越大，安装装饰件结束，往往是凌晨三四点。这之后，工作室参与箬山学校的校园文化建设，接触到了大奏鼓。这是属于石塘渔区的民俗舞蹈，2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产代表作名录，有“渔村第一舞”的美称。看了大奏鼓表演，潘璐怡灵光闪现，大奏鼓的表现形式夸张，能瞬间抓人眼球。如果能将大奏鼓演员做成一组公仔来呈现，会不会成为轰动石塘手礼市场的那颗明星？

有了想法后，潘璐怡和工作室成员一起设计大奏鼓演员公仔模样。近年来，盲盒公仔市场火热，潘璐怡自己就收藏了不少盲盒公仔。几位年轻人都很喜欢盲盒公仔，也从这些公仔中得到不少启发。大奏鼓演员的模型就参考了一些盲盒公仔的元素，比如大大的眼睛，小小的鼻子，可以让人物形象瞬间变得鲜活又富有童趣。

大奏鼓演员表演时都做什么动作？潘璐怡除了去看大奏鼓演出，还自己学跳大奏鼓。潘璐怡通过对演员角色的揣摩，依照大奏鼓表演时所持的不同乐器和形体特征，最终创作了6个大奏鼓演员模型，组成一套大奏鼓惊喜娃娃套装。而从图样到做出真正的公仔，比设计的过程还要难。

最初，潘璐怡在淘宝、小红书等网络平台上查找厂家，精挑细选可以制作这种娃娃的厂家。2020年11月，

他们去上海参加第三届长三角国际文化产业博览会，也趁机在展会上找合适的制造商。当时，恰逢石塘镇推出首届石塘特色旅游伴手礼评选大赛，大奏鼓惊喜娃娃套装急需做成品。报名时，厂家都还没找好，成品没出来，能不能获奖，她心里还没底。

好在，试过两三家制造商之后，有一家做出的大奏鼓惊喜娃娃套装姑且能看。其实我们是不太满意的，但那时候要参加比赛，已经没时间了。潘璐怡坦言，当时做出的娃娃上色很粗糙，但为了赶上第二轮现场评审，就硬着头皮上了。出人意料的是，大奏鼓惊喜娃娃套装一举夺魁。

此后，他们一再地换商家，在考察了多家制造商后，终于在广东深圳选中一家。春节前夕，第一批试做的6个娃娃走下生产线，寄回石塘。和商家再调整了一些细节之后，4000套大奏鼓惊喜娃娃开始量产。对制造商来说，4000套是最低的生产量，而对石小糖来说，却是很大的一步。从建模到定模，再到生产、包装，成本实在太高了！潘璐怡说，光6个娃娃模型定模，就要7万多元，4000套总计几十万元的成本，这是设计之初，他们未曾想到的。

接下来，工作室要做的，就是大奏鼓惊喜娃娃的推广。潘璐怡说，她对这些娃娃有信心。目前，已经有300套被订走了。如果这一次成功，我们还想推出更多有石塘特色的公仔和文创产品，通过这一独特的方式，推介石塘旅游，让更多人看到石塘独特的人文风情。