



2026年1月9日 星期五

■ E-Mail: 402986994@qq.com
 ■ 电话: 0851-86817231
 ■ 责编: 朱雪丹
 ■ 二审: 李冰
 ■ 美编: 田安琦



吾土吾生品牌布依族枫香染服饰。

□ 贵州民族报全媒体记者 缪富霞 余仙仙

韦祥龙：染织吾土 衣载吾生

有尊严的补贴。”韦祥龙介绍，如今，长期接活的固定绣娘有30到50人，受过培训的超过300名。

如果只是重复老花样，手艺或许能存活，却难以“生长”。韦祥龙很清楚：必须让布依蓝与现代生活“对接”。

“我们的根在布依染织里，但枝叶要向时尚伸展。黔南这片土地，就是我汲取灵感，获得滋养的宝库。”他带领刚毕业的大学毕业生，系统梳理布依族的经典纹样与色彩体系，再与来自中央民族大学、北京服装学院的设计师合作。经过创造性转化，几何形的背带纹，被解构为连衣裙的腰线装饰；古老的枫香染，染出了低饱和的莫兰迪色系；蓝染织的技法与拼布结合，变成了时尚手包的亮点。

2019年，韦祥龙历时半年创作的时装作品《布依 | 洪水滔天》登上中国国际时装周，震撼了在场观众。

“那一次，很多人惊奇地发现，布依族也有这样先锋的美学表达。”韦祥龙兴奋地说。

锤炼技艺 文旅融合

成长的道路从未平坦。回顾发展之路，韦祥龙也曾面临着如何抉择“分岔口”的思考：是扩大规模、快速复制，还是坚持精品、慢工出细活？

“2019年之前，我们有过一个300多平方米的基地，但那更像是劳动密集型工厂。”韦祥龙回忆道，代加工订单虽然稳定，却利润微薄，且严重依赖人力，“那时候很累，但总觉得哪里不对——我们好像成了流水线，离‘技艺传承回归本位，民族美学转化提升’的初心越来越远。”

带着这样的思考，他做出艰难的决定：转型，走“精品化”与“知识产权化”路线。“我不希望吾土吾生变成又一个粗放型的供应商。我想让我的设计融入生活，成为一种彰显在地美学的生活方式。”韦祥龙深知，这意味着更高的研发成本、更严的品质控制，以及更频繁的“自我怀疑”。

“市场需求变幻莫测，我每个季度都要决定‘往哪里走’。压力大的时候，整夜都睡不着。”韦祥龙说，更大的矛盾点在于“解释的成本”。“很多人第一眼只觉得‘这蓝色挺特别’，但不知道背后的复杂工序，更不知道纹样里的寓意。”韦祥龙苦笑道，“我们不仅要卖产品，还得当‘翻译’。解释清楚背后的文化和故事需要时间，但这是必要的‘软性教育’。”

如今，在韦祥龙的坚守中，吾土吾生推出了“黔南版 Jellycat”刺梨挂件、“这礼是都匀”等系列产品。目前，产品已进驻贵阳青云市集，远销北上广深等地。而每一款产品，都注册了知识产权。

“轻舟已过万重山，你现在心态如何？”记者问道。

“平和了很多。”韦祥龙泡上一壶茶，茶席正是枫香染的蓝布。“只要保证有货，稳步往前走就好。”韦祥龙答。

对于未来，韦祥龙有着更深的思考。“我正在想‘文旅融合’的新可能——能不能带着我们的产品，到黔南的山水间去办一场走秀？或走出贵州，让我们的民族文化突破地域限制？或让贵州的乡村联动起来，让大家的眼光聚焦黔南……”说到这里，他的眼神亮了起来，染织吾土，衣载吾生，回归生长的土地，手艺才能更好“呼吸”。

(本版图片均为资料图片)

迎着冬日的阳光，走进黔南布依族苗族自治州都匀市，在西山大桥上的吾土吾生民族工艺坊前，“85后”都匀小伙韦祥龙正手持毛笔绘制纹样，一旁的枫香油散发着热气。

踏入工坊，扑面而来的是一股清冽的植物气息——那是蓝靛发酵特有的味道。展柜上，布依织锦胸针、《黔南意象》冰箱贴、“村马”挂件等文创产品琳琅满目。方寸之间，既是韦祥龙事业的“支点”，也是300名当地妇女用手艺编织生活的“据点”。在10余年的时间积淀中，韦祥龙不断坚守，践行着“让民艺回归日常”的初心。

践行初心 传承手艺人

土生土长的都匀人韦祥龙，是布依族蓝靛染织技艺省级非遗传承人，也是吾土吾生创始人。

“学艺术的过程中，我发现布依族的纹样里藏着祖先对自然的观察与敬畏，那是一种极其质朴的美学沉淀。”在四川美术学院求学期间，韦祥龙对家乡的民族文化有了更深的认识。

看着那些精美的绣片、靛染的土布被压在箱底，或作为“老物件”渐渐消失在日常生活中，韦祥龙暗下决心：要把家乡民族文化之美展现出来，并继续传递和延续下去。

大学毕业后，韦祥龙带着对“东方设计”的固有情感回到都匀。那时的他，手中只有2000元积蓄，他用仅有的钱买了缝纫机，在家中不到10平方米的小房间里，和母亲一起尝试将布依纹样做成文创产品。

2012年，韦祥龙创立了“吾土吾生民艺工坊”。“吾土吾生——染织吾土，衣载吾生。”他这样解释品牌名的由来，“‘土’是养育我们的土地，是蓝草生长的土壤；‘生’是我们的人生，也是这些手艺被重新唤醒的生命。”

“很多人保护非遗的方式是把它们送进博物馆，但我希望它们能回到每一天的穿衣、吃饭、起居里。”基于这样的认识，韦祥龙将品牌理念定义为“让民艺回归日常”。

创业之路难免荆棘丛生。没有店面、没有展示窗口、没有稳定的客源，韦祥龙和母亲只能靠门口相传和零星的网络订单维持。“家里即是工坊，我们小批量做，小批量卖。”回忆过往，韦祥龙坦言，“最难的是让人看见，我们既租过店面，也背着样品到处参加市集，常常是付出远多于回报。”

转机出现在2016年。在省民宗委的支持下，这个曾经的家庭工坊升级为公司，并获得“贵州省少数民族传统工艺传习所”的挂牌。

“政策不仅给了我们资金扶持，更重要的是搭建了平台，让我们有机会对接设计师，走向更大的舞台。”韦祥龙说。

对接时尚 创新表达

随着工坊运营好转，韦祥龙敏锐地抓住了“订单式培训”这个支点。他将绣娘们组织起来，提供纹样、布料和技法指导，让她们可以领订单回家制作，按件计工资。

“多一个月能拿三四千元，少的也有一两千元。对很多当地群众来说，能利用空闲时间，靠自己的双手获得收入，这是一份

韦祥龙

吾土吾生品牌创始人
 布依族蓝靛染织技艺省级非遗传承人
 贵州省乡村工匠名师



赶制订单

□ 王瑞燕 刘秋晴 王秋平

新年伊始，暖阳透过玻璃窗，洒在黔东南苗族侗族自治州锦屏县侗韵传奇非遗传承基地的工作间里，20多位绣娘正低头忙碌赶制新衣，手中的针线在布料上穿梭跳跃。

“浙江宁波的客户定制了30套新衣，姐妹们加把劲，月底前要完成。”基地负责人刘海燕一边查看订单，一边给绣娘们打气。她身后，一幅幅精美的刺绣作品静静陈列着，无声地讲述着民族故事。

侗韵传奇非遗传承基地成立于2022年，由20位绣娘合伙创办。这些绣娘都有20年以上的刺绣经验，技艺

绣厂房正式投产。机械化生产大幅提升效率，一件普通绣品制作时间从7天缩短至20分钟，而高端定制产品仍由绣娘手工完成。“机器做基础，手工添灵魂。”这种“机打底、手加工”的混合模式，既保障产量，又留存手工温度与文化价值。

机绣厂的落地不仅提效增产，更创造了新就业机会。截至目前，侗韵传奇非遗传承基地已带动周边村寨百余位妇女实现灵活就业。

56岁的绣娘龙令便是受益者：“以前务农时刺绣只是爱好，没收入。来这里上班，每月工资3000多元，还能学新技能，日子过得很充实。”基地推行灵活就业模式，员工既可在厂房工作，也能带材料回家制作。



侗韵传奇绣品

代代相传，早已融入她们的血脉之中。

“我们侗家女孩，从小就得学刺绣。”57岁的刘海燕回忆道，手中的针线却丝毫未停，“出嫁前，必须自己绣出一套嫁妆和一条背带。那时觉得是任务，如今却成了我们生活的支撑。”

随着现代化进程加速，年轻一代缺乏对学习传统刺绣的兴趣。面对这一现实，刘海燕和姐妹们决定“抱团取暖”，将儿时的热爱转化为可谋生的职业。启动资金由绣娘们共同筹措，订单则靠“一人拉一单”的坚持逐步积累，从周边村寨慢慢拓展到省城，甚至吸引省外客户慕名定制。

“为了‘春节回娘家’活动，我们有100多位姐妹来这里定新衣，刺绣纹样、颜色和款式我们都很喜欢。”锦屏县三江镇龙地村村民龙本满穿着定制新衣，笑容满面地说。

随着订单量持续攀升，纯手工制作已难以满足市场需求。2024年底，20位绣娘大胆决策——筹资创办机绣厂房。

“我们考察了多家企业，核心是要让机器留住刺绣特色。”刘海燕介绍，她们与设备制造商会合作定制专用机头，成功还原刺绣特有的“盘轴缂边”工艺效果。

2025年初，在当地政府扶持下，机

除传统服饰外，基地还开发出刺绣手包、家居饰品、文化礼品等文创系列，产品入驻旅游景区并登陆电商平台。2025年，基地产出刺绣作品3000余件，销售额50多万元。

如今在锦屏县，逢年过节身着精美民族服饰的群众随处可见。“现在越来越多的人以穿民族服装为荣。”刘海燕欣慰地说，“这不仅是审美的回归，更是文化自信的体现。”

这种自信也体现在年轻人身上。30多岁的龙建秋返乡后，毅然加入侗韵传奇非遗传承基地。“以前觉得刺绣过于老旧，现在才明白这是我们民族的瑰宝。”她利用自己的新媒体技能，通过直播和短视频推广刺绣，不断吸引年轻粉丝。

基地还与当地中小学合作，开设非遗课程，让孩子们从小接触、了解并喜爱本民族文化。“看到孩子们认真学习刺绣的样子，我们知道这项技艺后继有人了。”刘海燕眼中闪烁着希望的光芒。

从20人的小团体到带动百余妇女就业的传承基地，从纯手工到半机械化生产，锦屏侗绣在绣娘们的针线与机器的轰鸣声中，正以崭新姿态续写传承与发展的篇章，绘就民族文化产业化的生动画卷。

锦屏侗绣：古艺新生 锦绣前程



侗韵传奇绣品