

新声代

唱琼剧的女孩吴小盈：老师抢着要收她为徒

■ 本报记者 张期望

日前,2024第九届大致坡琼剧文化节在海口市美兰区大致坡琼剧文化广场举行。今年13岁、海南省艺术学校琼剧班一年级学生的吴小盈,作为往届大致坡琼剧文化节新声代大赛获奖代表上台发言。

吴小盈是琼剧文化节的“老朋友”了。自第五届琼剧文化节举办以来,吴小盈就多次参与其中,并在琼剧文化节系列赛事中屡获佳绩。

文化、专业成绩均名列前茅,吴小盈还有个让父母颇为自豪的特点——只要看过她琼剧表演的演员,都特别喜欢她,都想收她为徒。

从去年起,知名的琼剧演员陈素珍发现了吴小盈这棵好苗子,不收学费都要吴小盈来上她的琼剧课。

吴小盈家住海口琼山区大坡镇东昌居,父母都是当地地道道的农民。吴小盈的妈妈李三是个不折不扣的琼剧迷,未出嫁前,每回村里有琼剧表演,必到场观看;平时在家没事,也喜欢用手机下载琼剧片段,一边听一边学着唱。

吴小盈三四岁时,李三发现了女儿的琼剧表演天赋。当时,李三在家里练习演唱海南话歌曲《回家》,为娘家出嫁女集会做准备。“我在练习的时候,她安安静静地在一旁听。”李三发现女儿对这首歌感兴趣,便开始教她唱,几遍下来,吴小盈全学会了。让李三惊喜不已的是,只要自己在听琼剧桥段时,女儿总会跟着哼唱起来。再到后来,村里一有琼剧表演,女儿还喜欢跑到刚搭建好的舞台上,学着琼剧演员的样子,有板有眼地唱上几句琼剧唱段。



吴小盈在琼剧表演中。受访者供图

上小学三年级时,吴小盈参加学校举办的琼剧进校园活动。在活动中,吴小盈唱了几段琼剧桥段,被琼剧演员吴健雄相中了。

好苗子要好好栽培。吴健雄和李三夫妇商量,将吴小盈送到海口美兰区大致坡镇开设的少儿琼剧公益培训班学习琼剧。就这样,吴小盈踏上了琼剧表演学习之旅。

“每周末都去,风雨无阻,一直到小学六年级。”李三说,相比其他小孩,吴小盈对琼剧表演学习乐此不疲,从未中断过一节课。

很快,吴小盈脱颖而出。到了四五六年级时,吴小盈多次参加省市琼剧艺术表演比赛,均获得不俗的成绩。2023年,她还获得海南戏剧家协会举办的琼剧嘉年华活动“琼剧正青春”比赛业余组三等奖、海口市第十二届琼剧演唱比赛二等奖,并在2021年、2022年连续获得大致坡琼剧文化节“新声代大赛”少年组一等奖。

出色的嗓音,富有灵气的表演天赋,让吴小盈参加各种比赛时,屡屡收获评委老师的好评。听说吴小盈只是在少儿琼剧公益培训班学习,并未系统地接受过琼剧表演的训练,有些评委老师还表示要助吴小盈一臂之力,收她为徒,带她走上专业的琼剧演员之路。

小学五年级时,吴小盈获得知名琼剧演员吴亦锦的赏识,成为吴亦锦的徒弟。在吴亦锦的悉心指导下,2023年上半年,吴小盈顺利通过海南省艺术学校选拔,成为该校六年制琼剧班的一名学生,开启了她系统学习琼剧的道路。

陈素珍在担任大致坡琼剧文化节“新声代大赛”评委时,被吴小盈优美的嗓音和落落大方的表演所打动,主动找到吴小盈的父母,希望他们一定要多支持吴小盈学习琼剧。没过多久,仿佛担心好徒弟被别的师傅抢走了,陈素珍赶紧向吴小盈表示了要收她为徒的想法。于是,在吴小盈成长为优秀的琼剧演员的路上,又多了一名引路人。

“在这里学习之后,我还想继续深造,让自己的表演更加出色。”稍显稚嫩的吴小盈,提起对未来的憧憬,却是神情笃定,志在必得。

期待未来,吴小盈成为我省琼剧艺术的一颗新星。



果园摘“稔”寻味童年 采摘新宠 桃金娘

■ 本报记者 刘宁玥

“六月六‘山尼’逐粒熟,七月七‘山尼’熟到甩。”这句海南俗语中的“山尼”,说的是山间野果桃金娘,又名山稔子。一到夏秋季,桃金娘的香气在山间四溢,引得众人上山采食,或拿到市场上售卖,是80、90后儿时的常见零食。

作为野果的桃金娘,曾经难觅踪迹。幸而有部分农户将其栽种于果园中,供游人采摘赏味,留住那记忆中的酸甜。

深山摘果野趣十足

桃金娘是一种灌木,一般在1至2米高,深绿色的叶片呈椭圆形,散发着皮革般的光泽。未开花时,它在郁郁葱葱的森林中并不起眼。可一到花季,它便占据了“C位”。

5至6月,这种灌木最外侧的一截嫩枝上,会绽开一朵朵或淡粉,或洁白的小花。接着花瓣掉落,花萼底部逐渐鼓起,长出拇指盖大小的酒杯形果实,果皮由青变黄、由黄转赤,最终变成紫黑色,这时便可以入口下肚了。

其独特的风味,北宋大文豪苏东坡早有描述。“结子如马乳,烂紫可食,殊甘美,中有细核,并嚼之,瑟瑟有声。”他在《海荔枝》中写道,桃金娘不仅香甜可口,还结满了小籽,颇有嚼劲。

桃金娘果实圆润小巧,枝条极富韧性。单用拇指、食指捻取,一不小心,果实便从手中滑脱。如此美味,失之可惜!因此,人们往往反手捻果,将掌心朝上,呈“托起”的姿势,让摘下来的小果稳稳落入手掌中。

这门摘果技艺,是不少海南人儿时的“必修课”。“每年六七月,我们村里五六个小伙伴结伴上山,见到漫山遍野的‘山尼’,乐得哈哈大笑,接着四散开来,钻入丛中找果。”家住陵水黎族自治县的“80后”李丽丽,如今已结婚生子,提起桃金娘,仍乐趣十足,“那时,不吃到牙齿变黑,不把果实塞满裤兜和竹筐,谁都不肯回家。”

和李丽丽一样,海南人记忆中的桃金娘,不仅有人口时的甜美,还有从林中若隐若现的小脑袋瓜、摘果时枝条被扯出的窸窣窸窣的声音,一捻一扯的利落干脆与满足,以及一面吹着吱吱呀呀的风扇,一面与家人嚼果闲谈的温馨。

果园重拾童年记忆

“尝试发展桃金娘种植产业,主要出自回忆和情怀。”近日,位于琼中黎族苗族自治县和平镇原始农夫家庭农场的桃金娘采摘园开园迎客,负责人吴全忠带领海南日报记者参观采摘园。放眼望去,25亩桃金娘密密匝匝地铺满山坡,枝头的花、果若隐若现。

“以前,父母让我们上山放牛,我们盯着牛嚼草,嘴里不禁闲得慌,满山找桃金娘果子当零嘴。”吴全忠感慨地说:“后来,我们都开荒种植经济作物,家门口的桃金娘树越来越少。”

2017年,正当他决心返乡创业,思考该发展什么特色产业时,家人提起吃桃金娘的往事,给了他灵感。于是吴全忠花四个多小时走进大山深处,取果实和枝条,尝试移栽到自家林地,没想到十分顺利,就这么建起了。“这是原本就长在山上的果,几乎没有什么病虫害,再施一些有机肥,果树就能长得很好。”他说。

入园采摘桃金娘,别有一番乐趣。头戴一顶草帽,手拎一个小竹筐,沿着坡地往上边走边捻,不一会儿就装了满满一筐。

“这几年,各地的游客听说我种了桃金娘,纷纷过来采摘体验,我再拿赚到的钱好好装点农场。”果园外,吴全忠在300余亩林地间开辟了鱼池,增设了户外露营休闲区以及种植研学区,还经营着一家农家乐;周边市县举办旅游和市集活动,纷纷向他订购桃金娘果。2023年,原始农夫家庭农场总收入达到50万元。

“记忆中的味道,让我想起了那段无忧无虑的童年。”前来观光体验的游客蓝曼与伙伴们在园区拍照打卡,在露营地饮茶吃果,久久不愿离去。

靠着家门口的风景和故事吃上“旅游饭”,彻底扭转了吴全忠的发展思路。他正学习生态化的造景手法,利用家庭农场的自然资源开发新业态,带动周边村民加入桃金娘的种植与采摘中。



桃金娘果。本报记者 刘宁玥 摄



小游客在采摘桃金娘。琼中县融媒体中心供图

“浪花”商标已在国家知识产权局注册,为海南岛服品牌化走出了重要一步。海口中城文化旅游产业研究院供图



创新带动发展

“T恤主要卖点是高品质的文创设计。”澄迈侗侗艺术服饰设计有限公司创始人吕云麓认为,只要海南文化T恤设计创意足够“颜值高”,质优价廉,并叠加相关政策,海南文化T恤将获得强大的市场竞争力。

如今,海南不少相关企业加大创新力度,为岛服行业发展注入新的活力。比如吕云麓团队将海南风光、少数民族文化等元素融入生产的文化T恤中;波波椰动漫(海南)有限公司打造波波椰“大黎想系列”岛服,将海南本土元素与潮流文化融合,让岛服更时尚。

2022年,海口中城文化旅游产业研究院成立了“海南岛服”设计研究课题组,在海南省工信厅的支持下,组织专业团队,进行了新海南岛服的设计研究。

罗亚蒙介绍,新海南岛服设计师调研了世界各地著名热带旅游岛以及滨海热带旅游国家和地区服饰,深入挖掘海南地理与人文特色,精心提炼各种设计元素,构想了意象为凤凰的精美服装布料图案,其采用红、蓝、绿三种主要颜色,分别代表海南的红色文化、海洋文化和生态文明。

该团队还设计了“浪花”商标,寓意着海南自贸港在改革开放大潮中勇立潮头。目前,“浪花”商标已在国家知识产权局注册,为岛服品牌化走出了重要一步。罗亚蒙认为,今后,辨识海南岛服应是看商标,不是看布料花色。这才符合市场发展规律,也是岛服专业化发展的前提。

“2022年底,‘海南岛服’设计方案在海口通过专家评审验收。此次专家验收的是‘海南岛服’系列设计的第一款‘旅游装’,即面向来琼旅游、开会的游客设计的。”罗亚蒙说,今后还将陆续推出公务装、职业装、礼仪装更多款式,满足不同游客和海南居民不同群体的需求。

海口经济学院南海美术学院服装与服饰专业负责人隋淑倩则提出,岛服除了注重服饰图案创意设计外,也要在产品的包装上下功夫,包装应该做得更加精致、精美。

她认为,外地游客除了在海南游玩时穿上T恤外,有精美的包装,也可以当成纪念品带回去给亲朋好友,比如T恤可以放在椰子壳等时尚小包装里,提高T恤的附加值,从而拓展市场的广度和深度。同时,隋淑倩希望能加大校企合作,让学生们的优秀创意转化落地成为爆款产品,培育专业设计人才等,从而加大高端岛服市场的开拓,打响岛服品牌。

波波椰“大黎想系列”花衬衫。波波椰动漫(海南)有限公司供图



“椰树、白云、沙滩……这样的图案颇有海南特色,不如买两件这几天穿,应景。”前不久,2024年海南岛欢乐节举行,在海口世纪公园的集市上,来自湖南的游客赵茉莉对售卖的海南岛服很感兴趣。

在大多数海南人印象里,“岛服”是一种宽松适体的花衬衫,其花样各异,取材于海南独特的人文风情和自然物产。多年来,岛服成为海南一道靓丽的人文景观,而随着时代变迁,其也在不断创新中谋变,以适应最新的审美和开拓更大的市场。

火爆之后陷入低迷

不少到海南旅游的人,一上岛就会被五颜六色、洋溢着浓郁热带风情的岛服所吸引,并慷慨解囊。“来海南旅游,穿‘岛服’才有味道!”在赵茉莉看来,T恤是热带地区常见的服饰和旅游纪念品,也是一个地方的文化印记、品牌形象。

其实岛服在海南盛行已久。20世纪90年代,起源于东南亚的岛服被引入海南,并以其热情又清凉的气息,成为海南岛的标志性服饰。

有资料显示,起初,岛服只是作为营造独特文化的工作服。当时,海南旅游部门借助岛服弘扬旅游文化,把它作为海南导游服、促销人员服,还作为礼品赠送给来琼的官员、专家、媒体记者和旅行社。随后,岛服开始频频亮相于各种重大活动。

多方面的示范效应,加上宽松的岛服的确适合于热带海岛度假休闲,一时间产生了较大的市场需求,一大批如“丝妮雅”等岛服品牌纷纷诞生。由于巨大膨胀的需求量,还催生了众多私人小作坊。

“T恤具有应用场景广、设计含量高、产业链短、附加值高等特点。岛服火爆一时,从理论上讲,其可以成为海南一个特色产业和文化传播载体。”海南文旅大会秘书长罗亚蒙说,然而,这几十年来,岛服却未形成产业优势。6月22日,在海口假日海滩旁的一家小店里,几名游客正在挑选岛服,依照款式、质量的不同,每套岛服标价40至200元不等。“岛服也就穿一两次,随便买件便宜的就行了。”游客王林艺选了一套标价78元的岛服。

但对于海口市民陈瑞来说,他印象中的岛服就是那些小贩们售卖的“20元、30元一件的花衬衫、花短裤,好多游客来海南都喜欢买一套穿,虽然便宜,但质量也不敢恭维,洗几次就开线了。”

“许多企业研发的岛服,不论是设计还是制作,都很粗糙,比如设计上仍然停留在单纯的艳丽花色,缺少文化内涵,没有与时俱进,质量上容易开线、遇水脱色等,影响到整个行业的形象,难以吸引消费者,岛服行业一度陷入低迷。”罗亚蒙说。

潮人潮品

岛服进化史

■ 本报记者 邱江华