

# 三个关键词,看贵州如何建设文化强省

金 良

文化兴则国运兴,文化强则民族强。贵州这片浸润红色基因、流淌阳明心学、绽放多民族文化、沉淀六百年屯堡记忆的热土,正以“四大文化工程”——红色文化重点建设、阳明文化转化运用、民族文化传承弘扬、屯堡文化研究推广为抓手,奋力打造习近平文化思想生动实践地,加快建设多彩贵州文化强省。

## 关键词一:根脉——深挖文化富矿,筑牢自信之基

贵州历史底蕴深厚,红色文化丰富,民族文化多姿多彩,加快建设多彩贵州文化强省,首要在于守护好、传承好这份得天独厚的“根脉”。

红色文化是永不褪色的精神底色。遵义会议的伟大转折,四渡赤水的神来之笔,黎平会议的伟大转折的起点……贵州是中央红军长征途中活动时间最长、活动范围最广、发生重大历史事件最多的省份,全省有68个县(市、区)镌刻着长征的足迹,是遵义会议精神的诞生地和长征精神的重要承载地。实施红色文化重点建设工程,就是要系统梳理全省的革命文物和遗址遗迹,构建完整的红色文化谱系。近年来,长征国家文化公园(贵州段)建设全面提速,遵义会议会址周边环境整治、娄山关战斗遗址保护提升、四渡赤水纪念馆数字化升级等一批重大项目相继落地。同时,创新推出“重走长征路”研学旅行线路,数字赋能打造红色文化演艺“双子星”——贵州长征文化数字艺术馆(红飘带)和《伟大转折》剧目,让革命故事“活”起来。

阳明文化是跨越时空的思想启迪。修文龙场悟道,王阳明在此提出“知行合一”“致良知”的核心思想,为中华优秀传统文化注入了新的哲学深度。推进阳明文化转化运用工程,不仅是学术研究,更是要将“知行合一”的实践智慧融入现代治理、干部教育和公民道德建设。贵阳市连续举办阳明心学论坛和阳明讲堂,吸引海内外学者参与;修文县建成中国阳明文化园,全力打造文旅体融合新IP,2024年,中国阳明文化旅游园人数47.5万人次,接待研学游客24.4万人次,研学综合收益约5023万元。更可喜的是,阳明文化正走出书斋:在基层治理中,“致良知”理念被用于调解邻里纠纷;在企业经营中,“事上磨炼”精神激励员工攻坚克难。

在清华大学、复旦大学、贵州大学等高校,“阳明文化”被纳入必修课,推动传统智慧在新时代焕发新生机。

民族文化是绚丽多姿的生命图景。贵州有18个世居少数民族,苗绣、侗歌、水书、布依八音坐唱、彝族撮泰吉等非遗传宝灿若繁星。实施民族文化传承弘扬工程,必须坚持“各美其美、美美与共”。黔东南州依托西江千户苗寨、肇兴侗寨等,打造“非遗+旅游”示范带,让游客不仅能观赏吊脚楼、听大歌,还能亲手体验蜡染、银饰制作。黔东南州三都水族自治县建立全国唯一的水书文化研究院,抢救性整理翻译水书古籍,并将其元素应用于文创产品设计。毕节市纳雍县的“滚山珠”舞蹈,经过艺术提炼后登上央视非遗春晚舞台,惊艳全国。

屯堡文化是穿越六百年的历史活化石。贵州建省与屯堡设立,具有稳边控藩、经略边疆的重大意义。开展屯堡文化研究推广工程,必须立足与古为新。2023年以来,国家社科基金12项屯堡课题中10项落地贵州,《屯堡文丛》出版33种53册。安顺本寨村修旧如旧活化古寨,打造“屯堡文化博物馆”。《地戏神将·甲彩昭忠》装置、情景歌舞《屯堡观新》等推动屯堡文化可感可触。“屯堡·家国六百年”游学线路和系列文艺作品全网曝光超30亿人次,让屯堡文化绽放时代光彩。

“四大文化工程”相辅相成、相得益彰,共同筑牢了贵州文化自信的坚实基础,回答了贵州人“我们是谁、我们从哪里来”的深刻命题。

## 关键词二:转化——推动“两创”落地,激活发展动能

中华优秀传统文化为什么能在今天的中国焕发出勃勃生机?离不开创新,而创新的关键在于“两个结合”特别是“第二个结合”的引领,即做好中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展,使中华优秀传统文化蕴含的最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代文化相协调。

文化的生命力在于融入生活。贵州正积极探索“文化+”模式,让古老文化在当代焕发生机,助推将丰富的文化资源转化为现实的发展优势。

“文化+旅游”深度融合。“多彩贵州”文旅新品牌,新气象、新模式、新动能加速涌现。贵阳青岩市集融合老城

记忆与新潮业态,打造烟火气十足的文旅街区。横竖都是世界第一的花江峡谷大桥建成通车,水幕灯光秀成文旅新地标。“黄小西吃晚饭”串珠成链,推动黄果树、西江苗寨等景区全域联动,榕江“村超”创新“赛事+非遗+美食”模式,今年1—10月带动游客960万人次、旅游收入104亿元。“小车小团”“支支串飞”构建个性化、品质化旅游产品新范式。世界级旅游目的地加快建设,2024年游客接待量和旅游总花费较2020年分别增长13.6%和45%,今年1—10月接待游客人次、旅游总收入、游客人均花费同比分别增长8.8%、11.1%和2.1%,其中省外游客增长15.8%,境外游客增长46.6%。

“文化+科技”赋能升级。文化与科技双向赋能成为新时尚,智慧文旅提升管理服务效能。“红飘带”数字艺术馆运用AI虚拟交互、全息影像等技术,让红色文化可感可触,运营以来接待超120万人次。舞剧《王阳明》以现代舞剧语言创新诠释阳明心学,亮相上海国际艺术节广受好评。苗绣借力数字化设计与直播带货,走出深山,成为乡村振兴新引擎。贵州省博物馆上线“数字馆藏”平台,实现360度观赏非遗精品;贵州大学研发AI苗绣设计系统,大幅缩短设计周期;省文物考古研究所利用无人机倾斜摄影构建高精度三维模型,助力海龙屯文物保护与虚拟展示。

“文化+产业”壮大集群。文化要想持续发挥作用,产业化是重要路径。贵州通过壮大文化创意产业,支持苗族银饰、玉屏箫笛、大方漆器、安顺蜡染等特色工艺品走向市场。正安吉他文化产业园获评国家级示范园区,7家企业入选国家文化产业示范基地,仁怀市列入国家文旅融合示范区建设单位,产业集群和示范带动作用显著。丹寨县万达小镇非遗工坊聚集8项国家级非遗项目,通过创新设计,拓宽市场并带动就业超3000人。雷山县通过“锦绣计划”推动苗绣产业发展,产品远销海外,带动全县3万余名绣娘增收,苗绣产业年产值超亿元。《多彩贵州风》自2006年首演以来,年演出超过500场,带动周边餐饮、住宿消费增长,成为贵州文旅融合的重要品牌。

## 关键词三:共享——坚持以人民为中心,奏响时代和声

文化属于人民,也必须为了人民。

打造文化强省的最终落脚点,是满足人民群众日益增长的精神文化需求。贵州始终坚持以人民为中心的工作导向,努力让文化发展成果惠及全省人民。

建强服务阵地。持续推进城乡公共文化服务体系一体化建设,省、市、县、乡四级公共文化设施全面免费开放;建成易地扶贫搬迁文化示范点200个、城市主题书房106个,实施318个基层综合文化站(中心)高质量发展项目。遵义市图书馆蝉联“全国文明单位”,其年均举办线上线下阅读推广活动300余场,数字资源访问量突破1100万,真正让书香触手可及。

丰富内容供给。常态化开展送文化下乡、戏曲进校园等活动,组织“黔南之夏”“侗族大歌节”“苗年节”等群众性文化活动。2025年春节假期,全省举办各类文化活动超万场,线上线下参与人次破亿。“村晚”已成为农村新年俗,村民自编自导自演,展现乡土风情。

激发全民参与。“村字头”IP接二连三,“村超”“村BA”“村晚”风生水起,“村歌”“村T”“村抖”争奇斗艳,群众积极性越加踊跃。鼓励和支持民间文艺团体、乡土文化能人发展,让普通群众从文化的“观众”变为“主角”。正如“村超”所展现的,一支支由农民、教师、司机组成的球队,在简陋的球场上踢出了专业级的比赛,吸引了数百万网友关注。这种源自民间、充满生命力的文化表达,正是“人民性”的最好诠释。

更重要的是,贵州正着力营造一种“近悦远来”的文化生态。“近悦”,是让全省人民在浓郁的文化氛围中不断增强归属感、获得感与幸福感——当孩子在学校课堂上学习苗绣技艺,当老人在社区广场跳起反排木鼓舞,文化的种子便在日常生活中生根发芽,整个社会也因此焕发出蓬勃的文化活力。“远来”,则源于贵州日益开放的姿态与不断扩大的影响力。随着“山地公园省·多彩贵州风”品牌深入人心,贵州的山水之美、人文之韵正吸引着越来越多来自全国乃至全球的目光,使其逐渐成为人们心向往之的旅游目的地。

我们坚信,当文化根脉得以赓续、创新转化持续深化、发展成果真正由人民共享,多彩贵州必将在新时代的中国文化版图上书写更加璀璨夺目的篇章,为铸就社会主义文化新辉煌贡献磅礴而坚实的贵州力量。

# 让「村潮」奔涌乡村振兴路

冉 鹏

黔北大地,“村字号”文体活动热潮汹涌,桐梓“村晚”、道真“城BA”、正安“村Rock”……遵义以“悦·遵义”为核心文旅IP,统筹各县打造“一县一品”群众文化品牌,让“村潮”奔涌乡村振兴路。

党的二十届四中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出,推进文旅深度融合,大力发展文化旅游业,以文化赋能经济社会发展。乡村振兴,既要“塑性”,更要“铸魂”。近年来,各地依托乡村文化资源,推动乡村产业、文化、组织、人才和生态全面振兴。在余庆,“贵州斗舞会”入选全国村舞赋能乡村振兴的一等案例;在湄潭,“村歌赛+徒步幅”带动乡村民俗入住率大幅提升;在务川,“村光大道”推动务川文旅融合持续“上新”。

“村潮”奔涌,万象一新。“村字号”文体活动的火爆出圈,激发了广大群众精气神,带动了文旅产业发展,为乡村振兴注入持久动力。但也应该看到,“村字号”文体活动在蓬勃发展的同时,也面临着瓶颈和挑战。

有的地方盲目跟风,简单复制模式,没有内涵和深度,造成吸引力不足,难以发挥实效;有的活动过度依赖政府推动,市场化运营程度不高,内生动力不足,活动难以持续;有的地方基础设施建设滞后,缺乏专业团队和人才管理运营。这些问题,影响了“村字号”文体活动的可持续发展。

如何让“村字号”文体活动具有持久生命力,推动乡村精神文明和物质文明协调发展?

各地在开展“村字号”文体活动时,应注重发挥群众主体地位,做到指导而不包办,在做好基础设施建设等保障性工作的同时,指导做好活动的策划、内容开发与把关,让文体活动在市场主导下开展,迸发持久生命力。

各地加强地方特色文化的挖掘,应注重融入现代科技应用和时尚元素,开发更多独特性、乡土味的活动形式,不断丰富活动内容,不断加强优秀传统文化的传承与弘扬,让“村字号”活动焕发时代活力。

“村字号”文体活动要提质增效,需加大文化下乡力度,发挥文艺人才的重要作用。加大乡土文化人才的挖掘和利用,为活动开展提供人才支撑。注重多元融合,开展好农特产品销售、乡村旅游延伸和文化研学活动的融入,不断延伸“村字号”文体活动产业链。

让“村潮”奔涌振兴路,各地应更加注重结合实际,充分发挥群众发起者、参与者和受益者作用,积极嵌入当地历史文化乡风民俗,加强农文旅商深度融合,推动“可持续流量”撬动“发展增量”。

## 娄山越

# 城乡魅力如何靠活动“点化”

谭心悦 韩雪菁

喊破嗓子,不如群众竖起拇指。今年以来,遵义以“向不文明行为宣战”为主题,系统开展了“遵”行新风尚·文明我先行”新时代文明实践行动,联动市、县、乡、村开展活动超六千场,将移风易俗融入群众日常生活,扎实涵养了一方水土的文明气质与精神风貌,让黔北大地不断焕发鲜活地域魅力与人文温度,群众满意度显著提升。

好的宣传不光靠“说”,更要靠“做”。一场场让人不想走、还想来的活动,正是一片乡土最生动的名片。

在地方宣传中,宏大叙事往往不如可触可感的真实体验有感染力。活动不仅是吸引大众关注的媒介,更是一个地区综合实力与独特魅力的集中展示,能够将抽象的理念转化为更直观、可共鸣的注脚。

活动是检验地方综合治理效能与公共秩序的试金石。无论是体育赛事、行业论坛,还是民族节庆、明星演唱会,一场参与度高的全民活动时刻考验着当地的运转水平。从交通组织的流畅高效、安保维稳的周密可靠,到整洁有序的市容环境、热情专业的志愿服务,每一个环节都是治理精细化、人性化的无声广告。可感知的良好秩序、便捷与温度,远比任何宣传口号都更有说服力,直接彰显这片土地的活力、形象与治理智慧。

活动是能够具象化、故事化输出城市形象的舞台。好的活动,能将抽象的发展战略转化为可体验、可传播的生动叙事。比如,遵义以“悦·遵义”为核心IP进行系统性打造,通过一系列有温度、有记忆点的现代生活故事,让游客在体验中自然完成对遵义这座城市的情感认同,为城市文旅融合发展,开辟出一条兼具口碑与实效的新路径。

活动更是培育时代新风、彰显文明内核的价值载体。活动要落脚于价值引领与精神塑造,以鲜活的实践载体传递主流价值,用可感可知的体验筑牢精神根基,才能够真正深入人心。从桐梓“村晚”、务川“村光大道”等充满乡土烟火气的“村字号”活动,到展现地方产业蓬勃发展的茶博会、辣博会,系列根植本土、群众乐见的活动持续涌现,推动遵义文旅不断“破圈”出彩。

一场活动的宣传效能为什么能超越传统的主观叙事?答案在于它从根本上重构了宣传的主体、内容与传播周期。

在宣传主体上,活动促成了从“被动受众”到“主动参与”的身份跃迁。当人们以亲历者、体验者的身份融入活动,会自然萌发记录与分享的冲动,从而主动成为城市故事的讲述者与传播者,让事件的感染力和传播力远超单一的官方声道。

2025年贵州民族团结大巡游活动吸引超30万人次到场参与,在国内外社交平台催生出海量充满真实情感的“民间记录”,与官方渠道协同共振,推动相关话题迅速登上抖音全国热榜第四,播放量破亿,累计触达全球受众超2.5亿人次,成为“最炫民族风”文化输出典范。

在宣传内容上,活动完成了从“宏观成果展示”到“微观体验共鸣”的视角转换。不同于系统性、结构化的成果展示,活动则构建起生动的“情境现场”,能够将宣传的焦点从抽象的文本与数据,转向具体的人文场景、文化互动与即时感受。无论是在湄潭长桌宴上品味舌尖百味、与四方宾朋欢聚,还是在乌江寨仰望数百架无人机描绘的璀璨星河,这些亲身参与所捕获的声音、触感与画面,构成了人们体验城乡发展最鲜活的感性证据,让抽象的地方形象变得可触可感。

在宣传效果上,活动实现了从“周期性输出”到“资产式积累”的持续影响。传统宣传具有明显的周期性,声量往往会随着时间的推移快速衰减。而一场活动所激发的海量UGC与衍生话题,却能沉淀为一座城市宝贵的“数字档案”。

从桐梓“村晚”夏季大联欢催生的避暑旅居全攻略,到全网热议的“土豆王国”系列美食测评,当活动的短期热潮退去,关于当地街巷与风味的深度探索才刚刚开始。这些资产将突破时间的淡化,长久留存于网络空间,成为地方持续释放吸引力的触发点和访客心向往之的理由。

近年来,一系列从贵州沃土生长而出的现象级活动,以其延续的活力,实

现了从“策划活动”到“构建生态”的系统性转化。它们的成功,始终扎根于独特的文化土壤,依托于最广泛的民众参与,并最终发展为驱动地方发展的持久引擎。

根植本土,让特色成为城市“不可复制的专属名片”。成功的实践表明,当活动精准锚定并艺术化地展现本地最深沉的文化符号,它就能获得天然的认同感与叙事张力。因此,办好一场活动,要将其作为一项系统性的文化工程来推进,梳理本地最具代表性的文化资产,并创造性找到其与现代生活、大众情感的连接点,从而完成从“文化资源”到“活动IP”的价值转化。

赋能民间,让民众成为宣传“自带温度的主角力量”。贵阳路边音乐会坚持“零门票、零距离”,赋予了市民即兴表演的舞台;遵义的文明实践通过短视频征集、民间案例挖掘、群众评议等方式,构建了低门槛、高参与的公共话语空间。这深刻说明,活动的感染力与传播力,本质上源于其能否激发广泛而深入的互动。通过设置开放的参与渠道、创造即兴展示的环节、提供易于分享的社交媒介话题,让每一位市民都能便捷地融入、创造并分享,从而汇聚成最具真情实感的“全民合唱”。

联动产业,让活动价值超越“一时的热闹”。活动的“破圈”只是起点,让短期流量转化为城市发展的长期动能才是目的,才能推动宣传效应与经济、社会效益深度融合。构建“活动+”产业生态,形成“聚人气、促消费、兴产业、塑品牌”的良性循环。办好一场活动,必须树立清晰的产业思维和价值转化导向。设计可消费和体验的产品、场景与服务,构建活动搭台、产业唱戏的模式,确保热度能够沉淀为消费数据、就业机会和品牌资产。

地方宣传的转型,呼唤从“说教”走向“体验”,从“灌输”转向“互动”。一场好的活动,不仅是地方形象的集中展示,更是重构宣传逻辑、激活文化基因、赋能产业发展的系统工程。这既是贵州探索的答案,也为更多地方提升宣传效能,提供了可循之道。

(作者单位:遵义市委宣传部)

# 人生,总要来一次遵义

曹维东

遵义,一座承载红色记忆的历史名城,这里不仅有历史的厚重,更有时代的活力;不仅有绿色的生态,更有文化的繁荣;不仅有发展的脉搏,更有人民幸福的笑容。

今日遵义,正以“而今迈步从头越”的豪迈,以“相约遵义”的热情,以“悦·遵义”文旅IP为名片,向世界展示着其独特魅力。

作为中国革命的伟大转折地,遵义以“而今迈步从头越”的勇气,开启了奋力赶超的新篇章。

2024年1月15日,《伟大转折》在遵义首映,旋即引发观看热潮,成为与贵州长征文化数字艺术馆(红飘带)齐名的红色文化演艺“双子星”。探究该剧备受欢迎的原因,除将声、光、水、电等前沿的舞台科技与红色故事融合,艺术再现“伟大转折”历史画面之外,还得益于遵义丰富的红色文化资源和厚重的历史底蕴赋能。近年来,遵义传承红色基因、讲好红色故事,创新表达方式,让长征精神和遵义会议精神深入人心,涌现出当代愚公黄大发、排雷英雄杜富国等一大批先进典型。

可以说,遵义在文旅融合发展中已经找到了“独门秘诀”。外地游客对遵义的印象从过去的单一的“卖产品”向现在的“卖生活方式”“卖体验”转变,变的是模式、是产品、是内容,但不变的是遵义儿女对文化的敬畏、对生活的热爱。

发展是实现人民幸福的关键。遵义聚焦“资源、客源、服务”三大要素,打造“悦·遵义”文旅融合IP,让市民和游客在双向奔赴中获得满满的幸福感。

南起“林达阳光城”、北至“中民柒号

院”全长1.1公里的新蒲步行街,扎根地域文化、聚焦当代体验,被众多网友称为“新蒲长安街”。在2025年8月举办的新蒲新区第六届美食文化节中,构建了“悦听、悦动、悦读、悦品、悦购、悦游”六大场景,设置近200个摊位展销“黔货”,发放消费券60万元,精准拉动夜间客流增长30%以上。

桐梓“村晚”不仅是一场文化盛宴,更是乡村文化振兴的生动实践。从乡亲的自娱自乐,发展成为“主客共演”的黔川渝文化交流之桥,得益于始终坚持“村晚村办”的原则。“村晚”源于生活,节目由群众创作,田间农事、生活日常被搬上舞台,实现了“群众创、群众演、群众看、群众乐”,凸显了人民的主体性和创造性。2024年夏季“村晚”期间,桐梓县九坝镇吸引游客300万人次,综合收入达21.43亿元。

在遵义,红色文化、沙滩文化、民族文化、茶酒文化等交相辉映,凝聚成这座城市的文化风貌。在众多文化中,沙滩文化值得大书特书。

沙滩文化作为清代后期贵州地域文化的代表,因浙江大学史地研究所编撰的《遵义新志》而得名。在方圆不到十里的沙滩村,陆续涌现出一批影响中国文化、改写贵州文化史的人物,成为清代中、后期全国知名的文化景象。其中,郑珍、莫友芝、黎庶昌三位学者,则是沙滩文化的核心灵魂所在。沙滩文化所饱含的“热爱祖国、关怀乡邦”的人文精神,“求是求诚、勤经兴邦”的文化内涵,至今仍教育影响着一代代的遵义人。

坐落于遵义市播州区的乌江寨国际度假区,因与电影《千与千寻》有众多相似场景,被广大网友誉为“现实版《千与千寻》”。但以乌江寨并未复制《千与千寻》,而是以独特的山水、建筑、民族文化非遗活动,自然营造出了—种奇幻感和沉浸感,成为外地游客到遵义之后的“必选打卡地”。

山河辽阔,人间烟火。人生,总要来一次遵义 (作者单位:新蒲新区党工委宣传统战部)