

牢记嘱托 展现新风采

推动民族特色在利用中更加鲜亮的实现途径

——基于黔东南州“村字号”文化品牌建设分析

□ 麻勇恒 吴贵英

3月17日至18日,习近平总书记在贵州考察时指出:“少数民族文化是中华文化不可或缺的重要组成部分,既要保护有形的村落、民居、特色建筑风貌,传承无形的非物质文化遗产,又要推动其创造性转化、创新性发展,让民族特色在利用中更加鲜亮,不断焕发新的光彩。”黔东南苗族侗族自治州通过“村超”“村BA”“村T”等“村字号”文化品牌建设,构建了民族文化赋能乡村振兴的实践范式。笔者从发展人类学理论视角,揭示民族地区文化资源转化的内在机理,分析特色文化能量释放与乡村现代化进程的互构关系。

文化能量:乡村现代化的新动能

黔东南州将民族文化视为重要发展要素,通过“村超”的民族歌舞展演、“村BA”的节庆文化重构、“村T”传统技艺的现代转化,实现了文化势能向发展动能的转变。

发展人类学的“文化内源发展”理论在此获得生动诠释。榕江县“村超”赛事将侗族大歌、苗族银饰、民族美食等文化元素融入民间体育,形成独特的文化场域。2023年赛事期间,当地接待游客突破300万人次,旅游综合收入达38亿元,文化附加值对经济贡献率超过60%。这种发展模式颠覆了传统文旅开发的商业逻辑,文化主体从被展示的客体转变为发展进程的主导者。

民族文化能量的释放呈现多维效应:在经济层面形成“文化+体育+旅游”的复合产业链;在社会层面铸牢中华民族共同体意识;在生态层面推动传统生态智慧的现代应用。台江县台盘乡“村BA”赛事期间,村民自发组织的1200人志愿服务队,展现强大的社区动员能力。

主体重构:文化赋能的内生逻辑

“村字号”文化品牌形塑成功的关键在于实现了发展主体的范式转换。当村民从“被发展对象”转变为“发展创造者”,乡村现代化获得了强大的内生动力。在凯里市“村T”蜡染技艺创新中,97%的创意设计来自本地绣娘,传统纹样与现代时尚在这里实现融合。这种主体性回归打破了文化商品化的异化困境,确保文化创新不脱离其生存土壤。

主体间的重构创造出新型发展共同体。在榕江“村超”赛事中,由村民、返乡青年、非遗传承人组成的自治委员会,创新推出“赛事组织——文化展演——产业运营”的协同机制。这种扁平化组织架构消解了传统管理机制的弊端,形成政府引导、社会协同、村民自治的良性互动。

人类学田野调查显示,参与自治组织的村民普遍表现出更强的文化自信与发展自觉。文化自觉的培育机制值得特别关注。通过“非遗进校园”“技艺传习所”等载体,年轻一代在文化实践中重构身份认同。镇远县报京乡开设的“银饰锻造研习社”,使“95后”青年工匠群体扩大3倍,传统技艺传承呈现年轻化趋势。这种代际传承的文化自觉,为乡村现代化储备了可持续的人力资源。

符号再造:传统文化现代化的实践智慧

民族文化符号的创造性转化展现出惊人的现代适应性。丹寨县卡拉村的鸟笼制作技艺,通过与国际设计师合作,衍生出灯具、家居装饰等38类文创产品,订单排期长达8个月。这种转化既保持传统工艺的核心基因,又赋予其现代审美价值,打造出“传统的发明”的经典案例。

文化符号的价值重构遵循“形神兼备”的创新性发展原则。雷山县的苗年节庆改造,在保留“鼓舞祭祖”等仪式的同时,创新推出“数字长桌宴”“虚拟服饰秀”等体验形式。人类学观察发现,这种创新因获得年轻群体认同而增强文化生命力。市场数据显示,创新后的民族节庆使游客平均停留时间从1.2天延长至3.5天。

现代技术赋能催生文化表达新范式。通过短视频平台的“乡村达人”计划,黔东南州培育出2.3万名民族文化传播者,相关话题播放量超120亿次。剑河县仰阿莎文化节的VR实景直播,实现56个国家同步观看。这种数字传播不仅扩大文化影响力,更重构了文化传承的时空维度。

关系网络:乡村现代化的社会基础再造

传统社会关系的现代转型构成文化赋能的社会基础。在从江县的侗族大歌传承中,“歌班”组织转型为文化合作社,既保持师徒传承的文化内核,又建立市场化运营机制。

城乡要素流动重构乡村社会资源。施秉县的“周末工程师”计划吸引132名城市专业人士参与乡村建设,形成“技术输入——文化输出”的双向循环。这种新型城乡关系打破单向度的发展援助模式,建立互惠的价值交换体系。返乡创业群体创办的84家文化企业,成为连接传统与现代的重要节点。

全球化语境中的地方性知识显现独特价值。从江县瑶族药浴技艺通过国际健康认证,从而进入高端养生市场,形成供不应求的现象。这种文化价值的全球认可,不仅创造经济收益,更增强了中华文化自信,使村民在现代化进程中保持文化定力。

综上所述,黔东南州“村字号”文化品牌的建设实践,昭示着乡村现代化的新可能。当文化能量被充分激活,乡村振兴可以走出一条以人为本、文化为魂的发展道路。这种发展范式具有三重启示:在价值维度坚持文化主体性,在方法维度强调创新适应性,在目标维度追求全面发展性。未来的乡村现代化进程,需要更多这样的文化自觉实践,使民族文化真正成为乡村振兴的源头活水,在守正创新中谱写中国式现代化的乡村篇章。

(作者分别系清华大学社会学博士、凯里学院教授、三峡大学民族学院硕士生导师;三峡大学民族学硕士生。)

以文旅融合推进贵州消费提质转型的思考

□ 刘兰萍 陆瑾

2015年6月,习近平总书记在贵州考察时来到遵义市花茂村,十年后的花茂村蜕变成看得见山、看得见水、记得住乡愁的“乡愁地”;2021年2月,习近平总书记在贵州考察时来到黔西市化屋村,给村民带来了殷切的期待和祝愿,从此该村积极发展特色文化产业,实现“文旅同盛”新局面;2025年3月,习近平总书记在贵州考察时来到黎平县肇兴侗寨,强调要深化文旅体融合,丰富旅游业态,打造“多彩贵州”文旅新品牌。习近平总书记十年三次考察贵州,是对贵州群众的深切厚爱,是对贵州经济社会高质量发展的关心,为贵州高质量发展注入了强劲动力。

在文旅融合助力贵州消费提质转型方面,贵州走出了自己的新路。总的来说,在顶层设计、理论创新、智能支持、人才战略支撑四个方面积极作为,既要宏观的规划,又要可行的方案,让“多彩贵州”这个金字招牌更响、更亮。

一是加强统筹协调顶层设计。《国务院关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》(国发〔2022〕2号)提出“促进文化产业和旅游产业繁荣发展……打造一批红色旅游精品线路”,为我们从顶层设计上指明了方向。2025年1月,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》明确提出“发挥文化赋能、旅游带动作用,深化‘文旅+百业’‘百业+文旅’……着力把文化旅游业培育成为支柱产业”,为贵州提供了策略支持。

首先,对贵州的旅游资源,特别是有广泛群众基础、有民族特色的文化旅游资源,要进行调研、整理和汇总研究。其次,要深度把握时代审美,方能引领时代风潮。再次,既要敏锐的商机发现眼光,又要可持续发展战略定力。

此外,要防止简单的粘贴复制、急功近利、同质化产品出现,将群众运动、自然景观、人文景观、特色农业、民族风情、红色文化等进行深度融合,让旅游体验更丰富、更多元、更独特、更精彩。

二是加快推进理论创新。贵州需要在推进文旅融合助力贵州消费提质转型路径研究方面积极思考、认真谋划,提供理论支持。汇聚贵州乃至全国各地的高校、科研院所、文化传播、旅游研究等方面专家学者,为在发展路上遇到的新问题提供政策、法律法规、理论支持。

三是加大人工智能支持。当前人工智能技术取得了突破性发展,在提高社会生产力、提升群众幸福指数的同时,为传统的文旅整合发展思路带来全新机遇。

首先,充分利用AI技术,对贵州文旅进行立体化、沉浸式的展示和宣传;其次,利用大数据计算模型,将文化与旅游深度融合,生成不同形式、不同内容、不同体验的旅游路线;再次,用开放的心胸鼓励游客对贵州文旅体验进行“打分”,并生成体验、服务、诚信、创新等方面的“黑名单”和“白名单”,倒逼相关部门及景区积极整改、精益求精。

四是加快实施人才战略。推进文旅融合发展需要优秀的人才队伍作为支撑。当前,贵州要大力引导有创意、敢创新、会管理的人才投入文旅发展事业之中。同时,要培养一支有能量、有实力、有情怀的专业运营团队,对各领域文旅项目进行规划设计和运营管理,实现多方的力量汇聚、优势互补、同向发力。此外,还要以艺术为媒,打造音乐会、电影节、摄影展等,充分利用本地各类文艺人才,努力提升贵州文旅的品质。

面对旅游市场亟待创新突围的现状,需要促进消费提质转型,达成聚合合力,形成裂变、蝶变,实现贵州经济、社会可持续发展,为经济、社会高质量发展提供文旅赋能的可行性方案。

一是拓展低空经济应用场景业态,形成“低空+文旅”模式,持续激活新型消费潜力。低空经济产业加快与文旅融合应用场景是驱动文旅发展助推消费升级的重要支撑。贵州要加大低空经济在各个场景的赋能,特别是在文化旅游等业态方面的融合,不断拓展“低空+文旅”的发展运用。低空旅游作为低空经济的重要融合业态之一,通过“文化+智能”“旅游+航空”等创新融合模式,拓展低空旅游民宿、低空旅游体验,形成文化+体育赛事+民俗等低空旅游产业链,推动文旅产业转型升级和高质量发展。

二是创新贵州文旅融合新业态,创优“绿色+红色”模式,助力消费转型升级。贵州积极践行“绿水青山就是金山银山”的发展理念,贵州拥有丰富的文化产业集群、旅游特色业态,充分利用贵州独特的地理风貌和民族风情发展旅游,促进文化产业与旅游融合产业发展;特色文化产业及知名文化品牌(符号),要系统挖掘其文化特色和品牌,从文化产业与旅游产业的实际出发,细化目标、科学设计、精准施策,统筹推进,就贵州文旅融合发展新业态、新经验做系统梳理和分析,助力消费提质转型。

其一,梳理贵州国家级知名文化产业园、文化品牌,现有旅游产业现状以及消费情况;其二,从当前贵州文旅创新性融合发展的必要性、紧迫性的融合理论中找到可行性方案;其三,推进贵州文旅融合发展助推消费提质转型的实践分析;其四,厘出适合贵州文旅融合发展助推消费提质转型的路径指导。例如,“文旅+人文情怀”——助推非遗、红色旅游、特色旅游消费提质转型;“文旅+科技创新”——助推数字经济、城市经济消费提质转型。

三是保持贵州文旅的民族特色,深化“特色+热点”模式,助力消费提质创优。贵州旅游发展要保留原地形、民族风情发展旅游,深耕旅游。“文旅+山水自然”——助推民宿、康养、家庭旅游消费提质转型;扩大“村超”“村BA”等现象级文旅业态消费增长模式。进一步提升融合度,提高经济、社会效益。发挥旅游产业“一业兴百业”的综合效益。加强与世界、各省、各区域合作,创新文旅项目高度,提高文旅活动广度。二者融合延伸项目融合发展,加大融合度,创造价值,提高效益;“文旅+艺术审美”——助推“艺术工业品+传统艺术品”消费提质转型。加大游戏游艺、手工创意、运动健身等室内文化娱乐产品供给。鼓励开发具有地方文化特色的游乐项目。合理开发利用文物主题游径,支持文物单位与社会机构合作,开发高品质文创产品,深化“特色+热点”模式,助力消费提质创优。

四是激发“银发经济”业态,升级消费模式,助力消费提质增效。根据贵州省第七次人口普查官方数据显示,贵州60岁及以上老年人口比重均超过10%,65岁及以上老年人口比重均超过7%。全国老龄人口的持续增长及贵州老年人口的比例增长,为我们提供了一个经济增长的新视角,即大力拓展老年群体经济服务场域,积极贯穿“银发经济”的服务场域,从消费转型的视角推动“银发经济”发展。运用好贵州老年人口红利,实现“银发经济”高质量发展,进而推动贵州经济社会的高质量发展。

【作者单位:贵州开放大学(贵州职业技术学院);本文系贵州开放大学(贵州职业技术学院)2023年校级课题:基于“现代职业教育体系建设改革”背景下高职学生人文素养提升路径研究(项目编号:2023YB211)阶段性成果。】

拓宽各民族全方位嵌入的实践路径

——以从江县高华村为例

□ 郝知雨

3月17日至18日,习近平总书记在贵州考察时强调:“贵州历史底蕴深厚,红色文化丰富,民族文化多姿多彩,要利用这一优势,增强文化自信、化风育人,助推经济社会发展。”瑶浴是黔东南苗族侗族自治州从江县翠里瑶族乡高华村的核心产业,围绕瑶浴产业,高华村有效拓展各民族全方位嵌入的实践路径。笔者以高华村为田野点,实地调查该地区各族群众交往交流交融过程,分析各民族的经济互嵌、文化互嵌和心理互嵌的既有现实,探析全面推进乡村振兴的内生、外生驱动力,为铸牢中华民族共同体意识,促进民族地区经济高质量发展提供可借鉴的创新角度和案例经验。

高华村发展瑶浴产业的历史渊源

瑶族群众发明创造了“虎桶瑶浴”,简称“瑶浴”,实现防病、治病和养生。瑶族群众无论严冬腊月或夏日酷暑,劳动后都要药浴。瑶浴所用“瑶药”是采用当地盛产的草药,因地制宜,功能多样,有清热解毒、祛风散寒、舒筋活络、滋补气血等功效。药浴时,常根据不同对象、不同季节或不同疾病选择不同药物。

随着乡村振兴战略的实施,高华村凭借生态资源优势与丰富文化资源,大力发展旅游与相关配套产业。瑶浴已成为当地最主要的经济来源。2013年,高华村开始开发扶贫项目,村里逐渐有人开始从事瑶浴接待、药材种植、旅游接待等相关产业,依靠这些产业的发展,该村的经济状况得到迅速的改善,截至2024年,人均年收入在1.6万元左右。

高华村推进各民族全方位嵌入的路径方法

高华村经济共同体是指高华村瑶浴经济的种植者、制作者、经销商、消费者等各方利益相关者共同参与高华村瑶浴的生产、流通、消费和文化传承,形成了一个基于高华村的经济社会网络。高华村经济共同体是各民族交往交流交融的结果,在各民族传承和协作的过程中实现了各民族的利益共享和协同发展,对高华村文化传承和民族团结起到积极作用。

经济互嵌:2013年6月从江县高华瑶浴药浴服务农民专业合作社成立,实行瑶浴服务统一管理,以“村集体+合作社+农户”的经营模式,保障瑶药开发资源供给,在从江县委、县政府大力支持下,发展“一药三香”政策,积极争取乡村振兴项目及有关帮扶单位资金,做好“瑶药”植物示范栽培基地建设。通过政策扶持鼓励村民发展“瑶药”种植,农户自主建设零散药材苗圃基地,瑶族文化风情展览馆,实现户户参与。2023年江南大学提供12万元资金,购买大型烘干机设备,便于群众对“瑶药”统一粗加工,减轻存放管理成本。高华村还积极打造以“瑶浴体验”为主的特色产业和生态观光产业。

除此之外,高华村党支部还积极推动特色产业,探索线上线下渠道进行产品和品牌推广,塑造并传播品牌价值,形象故事,提升品牌知名度和影响力,增加产品销售。2023年帮助群众销售1.5万斤干药材,产品线上销售收入25万元。

与瑶浴产业发展,从药材的种植、采集、加工再到药材包的制作、销售,到之后的瑶浴旅游接待。瑶浴产业在高华村当地逐渐形成一条完整的产业链,许多外地群众选择到高华村工作生活,与当地群众建立深厚友谊。

与此同时,高华村瑶族博物馆、研学基地于2022年建成,陈列着瑶族千百年传承下来的生活用具、道具、民族服饰等文物,突出展示民族文化、民族团结、民俗风情、生态环境等内容,吸引更多游客前往观赏。

心理互嵌:心理互嵌是各民族心理上的相互认同和情感上的相互亲近,以及作为中华民族成员的归属认知和情感依恋。瑶浴产业的发展不仅仅是物质层面的传递,更是心理上的联系和文化上的认同,是一个由经济延续到生产、生活中的现象,各族群众认为大家都共属于一个集体,进而在精神层面上加深联系。

高华村拓宽各民族全方位嵌入路径的内在机理

第一,内生驱动。当地“瑶医”逐渐发展,同时当地有种植楠竹的习惯,较难蓄水能力的楠竹与两条河流为当地提供了丰富的水资源和植物资源。这些资源在当地“瑶医”的指导下得到利用与发展,逐渐演变成现在的瑶浴。

其次,近年来高华村在外务工的年轻人纷纷返乡创业,以打响瑶浴品牌,建立瑶浴景点为目标,同时推进民族文化保护,满足人们追求健康的需求,高华村经济也因此得到快速发展。

高华村瑶族药浴服务农民专业合作社先后投入1350余万元完成瑶浴间改造,目前规模大的农家乐和民宿共有14户。近五年来,接待游客5.2万人次,带动150多名群众实现家门口就业,实现旅游年收入220余万元。

第二,外生驱动。高华村的快速发展离不开政府政策的支持。2013年,从江县委、县政府编制了《高华村瑶浴休闲度假旅游区修建性详细规划》,明确了高华村景区发展定位和布局,通过规范村寨建设、完善公共服务建设、优化游览线路等工作进一步优化景区环境,

全面提升村容寨貌和旅游体验。2014年,贵州省军区政治部与原贵州省民族事务委员会联合印发了《关于开展军民共建民族团结进步繁荣发展示范区活动的意见》文件,以军民共建的形式,逐一实施“瑶药”种植示范基地、军民共建瑶浴接待示范点、军民共建小康路等系列建设项目。2022年4月,《省人民政府关于支持黔东南自治州“黎从榕”打造对接融入粤港澳大湾区“桥头堡”的实施意见》指出,充分发挥黔东南州绿色生态、民族文化等独特资源优势和良好区位优势,精准对接大湾区消费升级和游客市场需求,丰富旅游业态,提升服务功能,建设面向大湾区的山地民族文化旅游和生态康养目的地。

此外,高华村党支部积极探索“党支部+合作社+农户”的发展模式,强化“支部推动、党员带动、群众行动”,充分发挥党员模范带头作用,带领群众因地制宜种植中药材,积极打造千亩“瑶药”产业园,让“荒山变药山”,实现全村共同富裕。通过成立乡村共建委员会,强化招商引资力度,实现带领群众抱团发展,“瑶药”生产销售进入全新水平。

2013年,在高华村党支部的带领下,高华村瑶族药浴服务农民专业合作社成立,各族群众在不断的互动与稳定的利益联结当中,建立起情感依赖与集体认同,形成了“组织——组织、个体——个体、个体——组织”的情感认同,表现为在党建引领下,各族人民在高华村经济共同体的建设当中,实现长效稳定,和谐互嵌的经济共同体秩序,构建起高华村农村经济共同体。

当前,高华村以“企业+村集体(合作社)+农户”组织方式大力发展瑶浴药包制作,其经济共同体模式在形成过程中较好地体现了各族群众与村集体、各产业与企业、经济发展与民生等多维度的互惠共生。

高华村的瑶浴产业发展,通过立足自身资源禀赋及人民群众长时间的交往交流交融,形成了包含多民族的以瑶浴接待产业为主的农村经济共同体,其作为构筑中华民族共有精神家园和铸牢中华民族共同体意识的具体表现形式之一,成为联系各族群众的经济、情感纽带。

(作者单位:西南民族大学经济学院)