



2025年10月12日,全国和美乡村篮球大赛(村BA)总决赛现场热闹非凡。袁福洪/摄

代表、委员聚焦贵州“村字号”IP发展——

## 破圈之后,如何走好“长青路”?

这些年,贵州的乡村格外“热”。

“村超”“村BA”“村歌”“村马”“村T”……一系列自带泥土气息的“村字号”活动,正以前所未有的热度,刷新着人们对贵州的认识。这股热潮也连续几年被写进贵州省政府工作报告。“黄小西吃晚饭”等重点景区持续火爆,“村超”“村BA”等村字号活动热闹非凡……旅游产业综合实力、经济效益明显提升。”在今年的贵州省政府工作报告中,“村字号”再次被提及。

热潮之下,思考更深。如何让“村字号”IP走得更稳、行得更远?在今年的省两会上,代表委员们聚焦这一课题,分享经验、建言献策,共同探寻从“火爆出圈”到“长远繁荣”的可持续发展路径。



□ 贵州民族报全媒体记者 杨文静 缪富霞 宋 兰 刘 翔

### 群众是“村字号”的生命力

“‘村超’背后是不是有高人?”“有!”省人大代表、榕江县委书记徐勃在2026年贵州省两会首场“代表通道”集中采访活动上的回答响亮而笃定:“‘高人’就是参与‘村超’的人民群众。”

四年前,黔东南苗族侗族自治州榕江县“村超”火了,只要开赛,现场座无虚席,观众至上至七八十岁的老人,下至几岁的孩童。在这里,“村超”是全民热爱、全民参与的活动。

从啦啦队、推荐官到志愿者,在榕江,每一个群众都在以不同的方式参与其中。正如徐勃所言:“我们在榕江,每个人都觉得‘村超’是自己干起来的,人人都是参与者,人人都是守护者!”

“‘村超’并非个案。在贵州,一个个从群众土壤中生长出来的“村字号”IP,正连点成片,成为新时代乡村振兴最亮眼的名片。”

“群众既是参与者,也是‘主人翁’,更是村马‘最鲜活的文化名片’,和‘最接地气的宣传窗口’。”谈及“村马”,省人大代表、三都水族自治县县长杨凯如是说。

三都自治县共有27个端坡,在“水族端节”期间,村寨都要在各自的端坡举行赛马活动,群众的广泛参与,为“村马”品牌奠定了深厚的文化根基,赋予了赛事最鲜活

主线,以“火”为核心意象,贯穿“迎嫁——祝福——欢庆”三个情感片段,从迎嫁时的初火、斗舞时的祝福之火,到团圆时的中心篝火,象征情感升温、文化传递与生命延续。

如果说全民参与赋予了“村字号”IP澎湃的生命力,那么深厚多彩的文化底蕴,则为其注入了灵魂与光彩。

在台江县“村BA”赛场,这里的魅力远不止于竞技。赛场上,闪烁的苗族银饰与飞扬的百鸟衣裙相映成趣,激昂的呐喊声与优美的舞姿交织共鸣,这种“民族文化+体育运动”的模式,让乡土赛事走向全国舞台。

凝神品味“村T”的步履,其惊艳亮相背后,是底气十足的文化自信。精密繁复的苗绣、意趣十足的蜡染,这些承载着历史记忆的非遗元素,经由时尚设计的匠心转化,在T台上焕发出新的时代光彩。

而“村歌”的内核,是肇兴侗寨的“侗族大歌”。以天地为幕,田园为台,万人齐唱,那是人与自然和谐共生的旋律,承载着生生不息的文化内涵。

可以看到,“村字号”IP的繁荣,远不只是活动的热闹,它更是一场关于推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的生动实践。而在这场实践中,不仅让传统文化大放光彩,也让各族群众在共同的赛事、歌声与欢笑中越走越亲近,不断构筑中华民族共有精神家园。

### 文化为“村字号”注入灵魂

省两会期间,一场别开生面的“村晚”在黔西南布依族苗族自治州晴隆县阿妹戚托小镇同步上演。

1月26日,备受瞩目的2026年贵州“村晚”黔西南州分会场节目,在晴隆县阿妹戚托小镇金门广场火热录制。演员们身着绚丽服饰,以灵动舞姿、饱满热情,为小镇之夜与2026贵州“村晚”,勾勒出一幅绚丽多彩的文化画卷。

整场节目以晴隆县彝族婚俗“出嫁”传统仪式“阿妹戚托”为叙事

目光,再到成为拉动文旅增长的“新引擎”,贵州“村字号”IP的破圈之路,每一步都扎实地转化为发展的“真金白银”。

一组数据可见一斑:“村超”已累计吸引全国1750支足球队和62个国家1700余名国际球员到榕江交流,接待游客2750万人次,实现旅游综合收入312亿元;黎平县以“村歌+节庆”为抓手,2025年1至9月,肇兴侗寨景区接待游客105.79万人次,旅游综合收入10.85亿元,同比增长41.06%;“村BA”自打响品牌以来,台盘村从偏远村寨变身全国知名旅游目的地,2024年接待游客56.79万人次,实现旅游综合收入1.13亿元。

“村字号”开创的“文化+IP+产业”融合模式,正让“村经济”成为驱动县域发展的强劲引擎。如何从“网红”变成“长红”,链接更多领域发展,把流量变成经济发展的增量?

省两会现场,代表、委员们的思考聚焦于此,建言务实而具前瞻性。省政协委员、贵州山岬岬文化旅游开发有限公司董事长欧阳章伟指出,虽然“村超”海外传播有一定成绩,但尚未建立自主可控的“村字号”立体化传播渠道。他建议由多部门合作牵头,启动“‘村超’‘村BA’‘村T’等‘村字号’国际传播跃升计划”,并设立省级财政专项引导资金保障。

“强化顶层设计,构建‘村字号’赛事品牌矩阵,通过差异化塑造与整合传播,形成‘一核多元、各具特色’的品牌群,提升整体影响力与辨识度。”“创新IP联动转化机制,设立专门机构推动‘村字号’IP向文创、研学、影视等多元形态深度开发,实现从‘单点爆红’到‘系统长红’的跨越。”代表、委员们发出多元的声音。

这些声音带着关切与思考,最终都指向同一个目标:让“村字号”IP的热闹不止于一时,而成为贵州乡村向前发展的动力。这意味着,既要把一个个闪亮的“村字号”IP串联成更有影响力的品牌矩阵,也要为它们搭建起可持续成长的舞台——通过系统规划、资源整合与创新开发,让流量转化为地方发展的长久活力。

### 合力让“村字号”走向“长青”

从群众的自娱自乐到吸引全国

## 两会访谈

### 让非遗文创流量转化为发展增量

——访省人大代表,黔东南民族职业技术学院党委委员、副院长蒋友财

□ 贵州民族报全媒体记者 李萍

“虽然已是第四次参加省两会,心情仍然很激动。我此次参会带来两个方面的建议,一是推进非遗产业化发展,助力贵州文旅产业高质量发展;二是加快推进职业教育高质量发展。”在1月28日的分组讨论中,省人大代表,黔东南民族职业技术学院党委委员、副院长蒋友财如是说。

“政府工作报告中提到,‘村超’‘村BA’等村字号活动热闹非凡,要因地制宜打造玩具体手办等年轻化消费产品,推出一批非遗夜市等等,也是我重点关注的领域。”蒋友财表示,他在走访调研中发现,目前非遗文创存在产业化程度不深、创意设计能力不强等实际情况,但要打造一批有影响力的本土文创产品,设计成本太高。针对这个痛点,蒋友财发起“民艺文创”公益项目,以公益项目运作的低成本换取深圳等地优质的设计资源,让非遗文创流量真正转化为发展增量。

2025年12月,“民艺文创”公益项目黎平肇兴行交流座谈会在黔东南州黎平县肇兴侗寨举行,40名民间艺术领域的专家学者、国家级非遗代表性传承人、知名企业家、设计师等齐聚一堂,共同探讨推动贵州非遗文创产品出精品、能落地。“活动结束后,大家根据调研中的所见所闻设计产品,今年3月底,这几十件作品就将集中亮相。”蒋友财介绍,肇兴侗寨之行是他发起的“民艺文创”公益项目首次集体线下活动,也是他以专业所长赋能履职实践的最新成果,希望通过“民艺文创”项目帮助贵州“村字号”品牌更好出圈。

有代表询问蒋友财建议中“内生外求,打造非遗码头”的观点为何意?蒋友财表示,2024年10月,他作为贵州省“甲秀之光”访问学者到深圳华侨城集

团访问学习期间,与粤港澳大湾区很多从事非遗手工相关产业的贵州籍企业家共同发起并成立了黔东南州民协大湾区金工专业委员会,与香港、澳门、深圳等地的非遗行业组织联合发起了“粤港澳大湾区与黔东南非遗产业协同发展倡议”,通过机制构建实现资源共享、市场共育,助力黔东南州非遗产品“出山出海”,促进黔东南州非遗产业高质量发展。为引起广泛关注,他将该做法进行总结并写入建议中。

贵州近期出台《关于加强文创产品开发助推贵州文旅产业高质量发展的若干措施》,为全省文旅产业高质量发展注入新动能。蒋友财表示,其团队将围绕“四大文化工程”,做好民族文化传承弘扬,推动民族文化创造性转化和创新性发展;用好黔东南州民协大湾区金工专业委员会这个平台,加强与“村”系列活动的联结、联名、联创,赋能文创产品提升流量;通过“民艺文创”公益项目,让更多的群体或产业加入“村”系列产品,贵州旅游商品的研发中,实现有效带动,不断加大非遗文创产品的研发。

在致力于推动非遗文创产业化的同时,蒋友财也关注到人才支撑的重要性,推动中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展,离不开高素质技术技能人才的持续供给。近年来,黔东南民族职业技术学院坚持“学校融入区域发展,专业融入产业发展,教师融入行业发展,学生融入岗位发展”的办学理念,在推进产教融合发展方面取得了一定成效,但仍存在与产业对接不够紧密、人才培养层次不够完整、校企合作不够深入等问题。蒋友财建议,积极构建适配产业需求的现代职业教育体系,推动科研机构、企业、行业组织与院校形成共同体进行联动发展,彼此赋能,实现共赢,让职业教育成为培养技能人才、助力民生发展的“强引擎”。

### 让“村字号”走向更广阔天地

——访省政协委员、贵州之美文化产业有限公司总经理石贤

□ 贵州民族报全媒体记者 杨文静 宋 兰

“目前我们的‘村字号’,重心多在如何引入进来。但一个真正立得住的文化IP,既要能‘引进来’,更要‘走出去’。”今年省两会现场,省政协委员、贵州之美文化产业有限公司总经理石贤言语间流露着深思后的笃定。

石贤所指的“走出去”,并非简单的产品外销,而是一套让深植乡土的文化与技艺,能在更广阔天地生根发芽的系统构想。这份构想,正是她今年所带来的关于培育“村 SHOW”民艺品牌推进中华民族共同体建设的建议。

这份提案的背后,是一条清晰的个人轨迹:从黔东南州大山走向都市求学,再从繁华都市主动回乡创业。十余年间,石贤的身份在学子、创业者、委员之间转换,但目光始终聚焦于同一个点:如何让非遗文化,在今天真正“活”下去,并且“活”出开阔的模样。

在她看来,许多“村字号”IP的成功出圈,证明了传统文化本身具有强大的吸引力。然而,若停留于观光体验的单一维度,其生命力与辐射力终归有限。真正的可持续,在于构建一条“既有源头活水,又能汇入江海”的通道。

因此,在现有的“村”系列品牌基础上,急需打造一个致力于以民族手工艺品为主、带动特色农副产品的贵州“村字号”品牌,并通过市场化、产业化、品牌化运营,实现经济效益与社会效益双丰收。

石贤的“村 SHOW”构想,正是试图搭建这样一个双向通道:它不仅是一个展示窗口,更是一个赋能平台,旨在系统化地推动民艺产品、文化符号乃至

创新模式走向更广阔的市场与公共空间。

在提案中,她建议整合各部门资金和渠道资源,联合设立“村 SHOW”民艺品牌,形成贵州区域公共品牌,在品牌设计、商标注册、运营平台创建等方面提供便利支持。并以贵州民族手工艺品及文创产品推广为核心,通过加强对外交流合作,设立多元化的市场推广窗口,让“村字号”从“本地特色”走向更广阔天地,充分融入广大消费市场。

此外,推动制定统一的产品标准和准入门槛,为符合标准的贵州本土企业提供“村 SHOW”公域品牌免费授权,并纳入品牌产销平台认证供应商资源库,在设计研发、人才培养、营销推广、融资服务、产权保护、原材料供应等方面给予支持,逐步培育起我省民族手工艺品产业集群,不断延伸产业链,丰富产品体系,做大做强市场主体。

与此同时,她还建议与“村超”“村BA”“村T”等知名“村”系列品牌开展品牌互认、活动合作、宣传联动等,促进“村 SHOW”与其他“村字号”品牌融合发展,共同形成特色鲜明、竞争力强的“村字号”品牌集群,实现从“现象级”到“长青型”的跨越,进一步提升贵州民族文化品牌影响力。

从吸引游客“走进来”,到助力文化“走出去”,这一思考的转变,源于她多年扎根一线的观察。石贤的提案,从未脱离实践的土壤。每一份建议,都试图回答她在村寨中亲眼所见、亲耳所闻的真实需求。

如今,她再次将来自田野的观察,

转化为一份旨在打通“双向路径”的系统建言,这既是一位文化创业者的行业深思,也是一名政协委员的履职担当。