

◆牢记嘱托 展现新风采

# 全力打造“多彩贵州”文旅新品牌

林哲宇

郭明飞

习近平总书记在贵州考察时强调，要深化文旅体融合，丰富旅游业生态，打造“多彩贵州”文旅新品牌。这一重要指示为贵州文旅产业发展指明了方向，我们应当以习近平总书记重要讲话精神为行动指南，全力打造“多彩贵州”文旅新品牌，在中国式现代化进程中展现贵州新风采。

## 坚持生态优先

“保护好生态环境，努力把生态优势转化为发展优势”，贵州的独特地形造就了丰富多样的自然景观，由喀斯特地貌精心雕琢而成的峰林、溶洞、峡谷等自然奇观，不仅构成了贵州无可替代的生态资源，亦成为促进其文旅体产业繁荣发展的关键推动力。在文旅体产业的融合发展道路上，自然保护自然资源已经成为实现可持续发展的根本保障。

通过“立法先行+科技赋能”，构建起严密的生态保护体系。全省制定《贵州省生态文明建设促进条例》等30余部地方性法规，建立横向生态保护补偿机制，形成“林长+河长”协同保护网络。针对喀斯特地貌的生态脆弱性，运用卫星遥感、红外监测等技术，对梵净山等世界自然遗产实施全天候生态监测；对赤水河流域开展系统性修复，使其水质优良率保持100%，消失多年的珍稀鱼类长江鲟、胭脂鱼和岩原鲤等物种种群数量增加，丹霞地貌的生物多样性得到显著恢复；形成“碳汇交易+生态反哺”的良性循环，建立单株碳汇精准扶贫机制，将林木的碳汇价值转化为林农收益。黔东南州检察院推行“检察+碳汇”制度，实施“司法确认+碳汇补偿”模式，通过认购碳汇代替补植复绿，解决涉林案件执行难问题。贵州森林覆盖率从2015年的50%跃升至2024年的63.3%，绿色经济占比48%，林

业产值4654亿元，绿色成为贵州高质量发展的底色。

## 守护民族文化瑰宝

贵州作为多民族聚居省份，素有“文化千岛”的美誉，18个世居民族在此繁衍生息，拥有312个中国少数民族特色村寨、757个中国传统村落。绚丽多彩的民族文化不仅为文旅体融合筑牢根基，也为乡村振兴注入持久动力。

构建民族文化立法保障体系。出台《贵州省优秀民族文化传承发展促进条例》，为民族文化的保护与传承提供政策支持，建立“生产性保护”机制，让民族文化融入现代生活。例如，丹寨建立非遗工坊联盟，将古法蜡染、花草纸技艺运用到时尚手包、文创灯饰中；雷山西江千户苗寨开设“绣娘学堂”，作品登上巴黎时装周，订单量暴增。同时，数字技术成为民族文化保护的重要手段。例如，安顺古城历史文化街区的裸眼悬空巨幕剧场，通过逼真的场景还原，环绕式音效，让游客体验到沉浸式科技文旅。

创新“非遗+体育”融合发展模式。以“村超”“村BA”为契机，将苗族芦笙舞、反排木鼓舞和侗族大歌等非遗代表性项目融入赛事场景。催生苗绣足球挂件、蜡染旗等文创产品，吸引大量观众，带动文旅消费。这种融合发展模式让非遗从博物馆走向运动场，激活民族文化生命力，也创造出“一场球赛激活一座城”的乡村振兴范式。

## 深挖红色文化资源

红军长征在贵州活动时间最长、范围最广，足迹遍及贵州68个县（市、区），留下丰富文物资源和宝贵的精神财富。贵州实施“四大工程”，将红色文化重点建设工程放在首位推动，促进红色资源的保护、传承和利用。

遵循“保护为先”的理念，通过法治

化、科技化手段强化红色资源保护。建立红色资源保护管理利用工作联席会议，将革命文物保护纳入巡视巡察范围，出台《贵州省红色资源保护传承利用条例》。在红色资源传承方面，持续挖掘红色文化资源，优化遵义会议纪念馆等10个重要纪念场馆的展陈水平，运用科技手段提升互动性和沉浸感。构建以贵州长征干部学院和遵义干部学院为核心的红色教育培训体系，各地以“开学第一课”、红色主题讲座、红色经典诵读等多种形式大力推进红色文化进校园。利用数字化手段讲好红色故事，打造贵州长征文化数字艺术馆（红飘带）、《伟大转折》剧目等文旅融合项目，让游客沉浸式感受红军长征历史、感悟长征精神，使红色故事有了新的打开方式。

强化融合，打造沉浸式红色体验场景。打造“红色+体育”文旅线路，串联遵义会议会址、娄山关、赤水河谷等景点，深化“重走长征路”等红色研学活动。建设全国行浸式数字展馆，利用AR、VR等技术增强游客互动体验。

## 促进文旅体深度融合

近年来，贵州围绕自然珍宝和文化瑰宝，持续深入实施“四大文化工程”和旅游产业化“四大行动”，打造“村超”“村BA”“中国天眼”等IP矩阵，以文旅体深度融合打造世界级旅游目的地。

大力开发具有贵州特色和产业特点的文旅体融合项目。推出“多彩贵州”自行车联赛、“奔跑贵州”山地跑系列赛、“翱翔贵州”滑翔伞赛等系列赛事，打造“跟着赛事去旅行”的新场景。依托桥梁和洞穴资源，发展高桥极限运动和洞穴探险等标志性体育旅游产品；推广龙舟、斗牛、独竹漂等传统民族体育活动；大力发展马拉松、山地骑行、徒步、漂流、攀岩等特色旅游产品，把体育活动打造成“流动的景区”“移动的景区”，极大提升游客参与性、观赏性和娱乐

性。同时，积极打造“旅游+酒文化”“旅游+康养”等文旅新业态，丰富产品和服务供给，拓展消费空间，提升旅游业层次和水平。

围绕“资源、客源、服务”三大要素，提升旅游服务质量，满足游客多样化需求。用好240小时过境免签政策，持续开拓东南亚、日韩等国际市场。拓展“支边串飞”精品路线，打造精品酒店、特色民宿、露营基地等多元住宿体系；推广“黔菜标准”，推出“一地一味”美食地标，让游客一站式品尝贵州美食；深入开展“文明在行动·满意在贵州”等活动，大力整治游客反映突出问题，提升贵州旅游的辨识度、美誉度和影响力。

构建全域旅游服务体系，让科技为游客带来更便捷、个性化的体验。依托已搭建的省级统一智慧旅游平台，进一步整合全省景区门票预约、交通接驳、住宿预订、美食推荐等服务，通过大数据分析游客偏好，推送定制化旅游路线。例如，游客输入“亲子游”“徒步探险”等需求，平台可自动匹配适合的景点、活动及周边服务。同时，在重点景区推广“一码通行”系统，游客扫码即可获取语音导览、景点介绍、应急求助等功能，减少排队等待时间。针对老年群体，保留人工服务窗口并提供简易操作指南，让智慧服务兼顾不同群体需求。

突破地域界限，形成资源互补、市场共享的发展格局。可联合云南、四川等省份打造“西南喀斯特生态旅游走廊”，串联贵州黄果树瀑布、云南石林、四川九寨沟等世界级景观，推出跨省联程旅游产品，实现门票互认、线路互通。积极参与国际文旅交流活动，在东南亚国家举办“多彩贵州文化周”，展示苗族银饰、侗族大歌等文化特色，结合当地旅游市场偏好，设计“贵州+东南亚”跨国旅游线路，吸引更多国际游客。通过区域联动，让“多彩贵州”的品牌形象突破地域界限，成为具有全球吸引力的文旅标识。

（作者单位：华中师范大学）

## ◆众智成城

## 积极铸就桥旅世界级旅游标识

王冠力

陈加友

贵州被誉为“世界桥梁博物馆”，桥梁类型丰富多样，在世界排名前100的高桥里，贵州占据近半数。围绕贵州桥梁这一亮眼名片积极打造世界级旅游标识，变打卡“流量”为旅游消费“留量”，加快推动贵州桥旅产业高质量发展。

规划引领，串联桥梁旅游资源。贵州层峦叠嶂、山阻水隔的独特地形造就了万桥飞架的现代化建设奇迹，使天堑变通途。要梳理世界高桥地标及周边自然人文资源，串“桥”成链，编制多层次、多样化的桥文旅精品旅游线路。首先，立足于摸清底数，对散布于全省的世界高桥地标及周边自然人文资源进行梳理。认真发掘不同高桥地标的标识性特征，深入挖掘高桥周边历史文化、地域特色、民族文化、传统农耕文化等，并对周边自然旅游资源进行摸排和整理。其次，侧重于整合资源，将其纳入省域旅游一体化发展规划。编制、修订旅游发展规划，持续促进高桥景点与周边旅游资源的联动发展，不断增进桥与旅之间的融合。再次，着眼于游客需求，规划编制多样化的桥文旅精品旅游线路。根据不同市场需求，充分考量时间、精力、兴趣、花费等因素，合理串联高桥之间及周边的旅游资源，提供个性化导览服务。

业态创新，提升桥旅融合项目吸引

力。应结合高桥周边特色资源，丰富高桥主题旅游业态，完善配套设施与服务，充分开发特色旅游体验项目，实现景点向景区的转变。一要依托桥梁资源丰富与高桥地标相契合的游玩及观光业态。如在坝陵河大桥推出高空秋千、急速滑降、空中餐厅、空中漫步等多项极限运动项目，不断创新和丰富旅游产品供给。二要精心引流辐射周边特色自然人文资源。如北盘江大桥所在的大峡谷峡谷深切，河流蜿蜒，是自然摄影的理想地点。周边又分布苗族、布依族村寨，可组织游客在看桥之余沿北盘江大峡谷展开徒步之旅。三要加大投入完善相关配套建设与服务。配套设施与服务质量影响游客体验，合理配置高桥景点的住宿、餐饮、医疗卫生和安全等方面的服务与设施，以及高桥景点联通周边旅游设施与服务等。四要利用现代科技手段提升游客体验。通过虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，为游客提供沉浸式的旅游体验，如在高桥景区设置VR体验站，让游客在安全的环境下体验高空项目，或通过AR技术了解桥梁的历史和文化背景。此外，开发智能导览系统，提供多语种服务，让不同国家的游客都能享受到便捷的旅游服务。

深挖文化价值，打造桥旅融合文创IP。目前，我省围绕世界高桥“桥旅融合”

已经打造形成若干较有影响力的品牌IP。为进一步挖掘文化价值，开发拓展文创及衍生品，一是要不断强化品牌的塑造和推广。如依托本省的世界高桥资源进一步加强“世界桥梁博物馆”的品牌打造，通过举办以桥梁为主题的国际论坛、展览会和文化节庆活动，不断提升贵州桥梁的国际影响力。同时，要实施系统营销，塑造“贵州桥梁”品牌形象；二是要积极探索跨界合作。通过与户外运动品牌、摄影器材公司、文化创意企业等合作，共同开发桥梁主题系列文创产品（如联名款服装、限量版摄影作品、纪念邮票、桥梁模型等），进一步吸引大众的关注。三是从“故事赋能”与“体验升级”两个维度深化文创IP的内涵与外延。在故事赋能上，可梳理每座高桥背后的建造历程、工程智慧与地域文化关联，将桥梁与当地的民族传说、红色记忆等结合，打造系列桥梁主题绘本、纪录片或有声故事，让冰冷的建筑承载起温暖的人文记忆。比如在坝陵河大桥编写“桥梁守护者”的童谣，让孩子通过故事了解桥梁的安全维护知识，同时传递守护的意义。在体验升级方面，可依托桥梁周边的自然与人文资源，开发沉浸式文创体验项目。例如在北盘江大桥附近搭建桥梁主题研学营地，设置桥梁搭建模拟游戏、桥梁工程师职业体验等互动环节，配套推出可

带走的研学手册、DIY桥梁拼装套件等文创产品，让游客在体验中加深对桥梁文化的理解，同时实现文创产品的场景化销售；四是可借助数字技术为文创IP注入新活力。开发桥梁主题的数字藏品，将高桥的壮丽景观与AR技术结合，用手机扫描实体文创产品即可触发桥梁360°全景展示或历史变迁动画，既满足年轻群体对数字文创的需求，也让传统文创产品具备科技感与互动性，进一步扩大高桥文创IP的受众范围。

政策机制创新，保障桥旅融合发展。

要实现变网红打卡“流量”为旅游消费“留量”，要围绕旅游业态的丰富和旅游体验感的增强进行项目的开发和升级。一是创

新资金投入政策机制。综合运用财政、金融、税收等多种政策手段广开投资渠道，对有开发价值的世界高桥景点进行综合开发，引导和调动社会力量投身其中。二是构建统筹协调机制。加强组织领导，成立工作专班，由专班牵头探索建立相应的

部门联动协调机制。三是强化社会参与机制。通过完善社会参与的相关机制，激励和引导当地居民、企业和商户等积极参与开发与运营，从而构建群策群力、共建共享的桥旅融合发展体系。

（作者单位：国家治理体系和治理能力建设研究基地）

## 进一步提升旅游产业化水平

郑首艳

贵州凭借独特的自然生态、红色文化、酒文化、桥文化、民族文化资源禀赋，以及得天独厚的气候优势，以“文旅体”融合为突破口，探索出一条具有示范意义的高质量发展路径。通过资源整合、业态创新、科技赋能与机制优化，将自然景观、传统文化、体育赛事深度嵌入旅游产业，创新多元消费场景，形成了“文化立魂、体育聚势、旅游载道”的旅游产业化新格局。

构建“三链协同”发展机制。通过政策创新与系统规划，形成“资源整合链”“业态创新链”“科技赋能链”三链协同机制。一是初步形成资源整合链。依托“黄小西吃晚饭”等核心景区矩阵，串联民族村寨、革命遗址、桥梁工程等多类资源，打造“文化+旅游+体育”复合型旅游线路。如坝陵河大桥通过“桥旅融合”模式，将超级工程转化为研学、极限运动等旅游产品，带动周边民宿群与旅游环线发展。二是探索业态创新链。以“体育”为核心，做强“村超”“村BA”“村马”“村T”等村系IP，通过“非遗展演+民俗体验+竞技互动”实现旅游吸引力提升。如“村

超”将侗族大歌、苗族芦笙舞融入赛事，带动榕江旅游高质量发展。三是建设科技赋能链。建设“一码游贵州”智慧平台，运用数字技术打破时空限制。如《多彩贵州风》演出通过AI多语言解说吸引国际游客，贵州长征文化数字艺术馆（红飘带）以全息投影技术再现历史场景，实现文化传播的沉浸式升级。

推动文化资源创新性发展。以“保护传承+创新发展”为主线，推动民族文化创新性发展，做好活态传承与文创产品开发。通过立法保护传统村落，支持苗绣、银饰等非遗技艺与现代设计融合，开发数字藏品，鼓励文创产品走出国门。突出节庆赛事的文化展示功能。如“村超”全国赛融入全国美食、非遗邀请赛，形成“各美其美，美美与共”的交流平台；“燃情‘村BA’·快乐贵州行”2025美国青少年走进贵州人文探访交流活动，以球为媒，沉浸式感受贵州多彩民族文化；端午龙舟赛、城市马拉松等活力，打造全民共享的文旅盛宴。

（作者单位：贵州省民族研究院）

▼铜仁市梵净山“梵净山&村T——云端非遗时尚走秀”主题活动现场。申逸恺 摄



## ◆大家理论

“村超”将于7月26日正式复赛。自2023年开赛以来，“村超”的网络浏览量已突破1000亿次，已然演变成一场全民参与的盛大体育盛事，成为现象级的文旅IP，更是成为榕江文化和经济发展的强劲引擎，助推榕江成为GDP百亿县。为了让“村超”持续火爆，笔者认为应引入更多创新元素，为观众提供更多丰富、更立体的观赛体验。

同时，通过跨界合作，将“村超”品牌价值进一步放大，为榕江的文旅产业和地方经济注入新的活力。

创新融合民族文化与科技元素，推动“村超”IP价值升级。从2023年的20支球队、2024年的62支球队，增加至2025年的108支球队，“村超”参与人员激增。得益于其场地、人力及传播的低成本优势，“村超”不仅有效减轻了赛事运营的经济负担，更凭借全民参与和民族文化的独特魅力，塑造了一个别具一格的文旅IP。一方面，继续深入挖掘民族文化，倡导将非遗元素巧妙融入赛事各环节，打造赛事独有的视觉符号；精心设计沉浸式体验场景，引入先进的骨骼追踪捕捉技术以及云、边、端一体化的“3D+AI”智能系统，借助视频云渲染与AI公有云技术，为线上观众带来更为精彩的观赛体验。另一方面，积极探讨“村超+”的发展新路径，培育“村超”系列文化创意周边产品，推动“村超”IP从单纯的“眼球效应”向深度的“价值认同”战略转变。

引发情感共鸣，增强内生动力。得益于当地深厚的足球文化传统，“村超”凭借着对足球的热爱和坚持，通过网络的传播效应，引发大众对于这场群众体育盛宴的情感共鸣和对文化价值的认同。“流量+情感+认同”的公式建立了人与人之间的深层联系，使“村超”成为铸牢中华民族共同体意识的实践典范。下一步，要构建以“制度+资源+情感”为核心的可持续发展体系，助力“村超”持续良性发展。一是制定“有限补偿+荣誉反馈”的激励机制，适当发放基础劳务补贴或荣誉证书；二是严格确保赛事公正性，维护观众良好体验；三是开发“旅游+村超”路线、设计富有“村超”特色的文旅衍生品，拓展文旅IP边界；四是积极与高等学府体育学院及专业赛事团队合作，扩大“村超”朋友圈，增强“村超”发展的内生动力。

优化生态系统管理，促进优质生态产品价值转化。以“和合”为特色的人文生态、人与自然的和谐共生、多民族相互交融，是“村超”这个群众性体育赛事的底色，为“村超”持续火爆出圈奠定了基础。下一步，要注重防范生态风险，强化生态承载力管控。通过推广生态观光农业，加大保护野生动植物，合理开发自然景观等一系列生态保护组合拳，保障原生态内容不被破坏，为生态产品赋予更高的市场价值，吸引大量“村超”球迷的同时，积极推动优质生态产品的价值转化。要强化生态系统管理，实时监测“村超”当日游客量，做好服务管理；合理规划适配“村超”发展的产业结构和土地资源，保障生态平衡；建立健全灾害预警和应急响应机制，强化应急处置力度。

强化党建引领，凝聚基层治理合力。“党建护航、群众参与”的“村超”，不仅将日常生活、劳动实践和民俗文化等元素转为赛事亮点，展现了新时代农村的精神面貌，而且在保障群众自治空间的同时，让群众成为“村超”的主角，折射出基层治理智慧。一方面，需凝聚基层治理合力，整合党建、综合治理和民生服务等职能。培养群众用好直播、短视频等“新农具”，提高数字素养，为“村超”发展注入新动能；加强与俱乐部或青少年培训机构的联系，为当地群众提供实践与学习的机会。另一方面，要用发展的眼光强化党建引领对“村超”可持续发展的关键作用。善于部署“村超”发展方向，为“村超”发展准确瞄准靶心，落实“村超”发展的各项政策，确保群众是“村超”的主角，保障群众的主体地位。

（作者单位：贵州师范大学）

理论周刊

让『村超』持续释放『超』力量

张荣军

蒋晓云

本版责编：陈翔  
张莹  
版式设计：侯刚  
张睿