

◆学习贯彻党的二十届四中全会精神

# 加快发展新型文化业态

申颖

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》明确提出,推进文化和科技融合,推动文化建设数字化赋能、信息化转型,发展新型文化业态。新型文化业态是指以技术赋能、跨界融合、体验导向等为主要特征的文化产业形态,以科技创新和文化创新双轮驱动为支撑,具有高科技、高效能、高质量特点。它重构了文化生产、传播和消费全链条,满足用户多元化、个性化的消费需求。面向未来,我们要积极探索文化和科技融合的有效机制,培育新型文化业态,增加优质文化产品供给,这不仅关涉文化产业高质量发展,健全现代文化产业体系,也是激发文化创新创造活力、推动文化繁荣、丰富人民精神文化生活的现实要求。

激发培育和发展新型文化业态的强大动能。以文化和科技深度融合,增强新型文化业态的创新驱动。把提升原创能力作为主攻方向,围绕关键领域加大研发投入,布局重点项目,推出兼具文化创意与科技内涵的新型文化产品;健全以企业为主体、市场为导向、产学研用深度融合的文化科技融合创新体系,推动关键技术在文化生产各环节的集成应用,加快创新成果转化和应用场景落地;坚持突破式创新与渐进式创新相结合,以技术实力扩大新兴赛道优势,在集中力量攻关关键共性技术的同时,巩固拓展市场基础。以数据要素高效开发利用,优化新型文化业态的要素配置。一方面,围绕文化资源全生命周期,推动全流程数据采集和标准化处理,形成纵向贯通、横向联通的数据资源链,为跨平台、跨场景的集约整合和协同开发提供支撑。另一方面,建设行业级文化大数据平台,提升数据要素在产业链、价值链上的优化配置能力,引导优质内容、优质流量、优质服务有效集聚。以文化消费升级为引领,强化新型文化业态的需求牵引。

从供给驱动走向供需两端同时发力、协调配合,是新型文化业态动能转换的必然方向,应把居民对高品质、多样化、沉浸式文化产品和服务的潜在需求,转化为稳定、可预期的市场需求,通过精准捕捉,动态回应需求变化,优化供给结构、创新产品形态和服务模式,同时,发挥文化多形态转化与长尾价值,实现供需精准对接,让更多群众愿意走进新型文化业态、乐于持续消费,实现文化体验与消费升级的“双向奔赴”。

把握培育和发展新型文化业态的重点任务。加强优质内容供给,夯实新型文化业态的价值根基。一方面,要牢固树立精品意识,立足中华文化根脉推动创造性转化、创新性发展,在数字空间落地见效,以社会主义核心价值观为引领打造现象级文化IP品牌矩阵;另一方面,要主动汲取多元养分,善于从群众日常生活、社会热点话题和地方人文符号中找灵感,积极运用人工智能等新技术工具,拓展内容创作方式和表现手段。引导网络文学、网络视听、网络游戏等领域持续深耕优质内容,推出一批传得开、留得下的数字文化产品,培育一批可持续运营、面向全球传播的数字文化内容品牌,以内容优势带动技术应用与业态创新整体跃升。壮大平台经济,提升新型文化业态的组织效能。着力打造具有强聚合与辐射能力的综合性平台,提升平台对内容资源、服务产品和文旅场景的集成水平,助推本地内容在全国范围的传播与转化。同时,依托综合性平台延伸建设一批特色鲜明的“文化+”平台与行业细分平台,打破不同平台间的数据壁垒,为多样化新业态提供承载空间,通过平台经济的放大效应,整体优化业态布局,提升组织效能与协同能力。丰富场景体验,拓宽新型文化业态的融合边界。积极运用数智技术打造一批可感知的“文化+”场景,推动线上线下深度融合,延伸服务链条;紧扣节庆、夜间经济、城市地标等消费热点,结合多元消费业态打造具有打卡属性的标志性场景;完善场景开放、数据共享与安全保障等机制,以有效场景供给拓展新业态的融合边界。

触的“文化+科技”新场景,推动线上线下融合,延伸服务链条;紧扣节庆、夜间经济、城市地标等消费热点,结合多元消费业态打造具有打卡属性的标志性场景;完善场景开放、数据共享与安全保障等机制,以有效场景供给拓展新业态的融合边界。

完善培育和发展新型文化业态的具体举措。加大人才培养力度,国际交流合作及基础设施建设等方面的环境以推动新型文化业态发展,包括鼓励高校和职业院校开设相关专业课程、引进优秀人才、加强国际交流合作、加大对数字文化产业园区和基地投入等。在人才培养方面,应鼓励高校和职业院校开设与新型文化业态相关的专业和课程。例如,设立数字创意、虚拟现实等专业,与企业建立实习合作基地,为学生提供实践机会,促进产学研深度融合,培养既懂文化又懂技术的复合型人才。同时,积极引进国内外优秀的文化科技人才,给予他们良好的工作环境和待遇,推动人才的合理流动和优化配置。加强国际交流与合作同样重要。可以组织新型文化业态企业参与国际文化产业展览会、研讨会等活动,如参加戛纳电影节、柏林国际消费电子展等,让国内企业了解国际前沿动态和市场需求。鼓励跨国合作项目,共同研发具有全球影响力的新型文化产品,如联合制作动画电影、开发国际知名的网络游戏等。此外,通过文化交流活动传播中国文化和价值观,增强中国新型文化业态的国际认可度。在基础设施建设上,加大对数字文化产业园和基地的投入。建设高速稳定的网络设施,保障数据的快速传输和处理;打造公共服务平台,为企业提供技术研发、测试、孵化等服务,降低企业的运营成本。同时,建设文化大数据存储中心,对文化数据进行安全、高效的管理和利用,为新型文化业态的发展提供坚实的基础支撑。

(作者单位:西北工业大学马克思主义学院)



遵义会议纪念馆红色文化数字化项目《转折·从头越》,通过数字交互多媒体技术让游客亲历湘江战役、娄山关战斗等历史场景。廖文祥 摄(影像贵州)

◆聚焦贵州“四大工程”

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。如何把屯堡文化由文化记忆、人文品牌转化为经济发展新动力,是新时代背景下必须思考的命题。

家国一体:

屯堡“贵州故事”是家国叙事的生动活化。屯堡文化并非单纯地方风物,而是“贵州建省一西南经略”这一国家战略史中的核心章节。

屯堡戍边不仅构建西南交通网络、城镇格局和族群结构,更形成江南文化与黔中文化深度交融的独特谱系,构成跨越600年的生活档案。从“袖珍都江堰”鲍家屯到云峰八寨的防御格局,无不展现国家意志与地域智慧的高度契合。

未来,贵州可打造“屯堡—黔中文化走廊”,推出“夜游一古戏一市集一书店一研学”联票体系,提高停留时长、增强体验深度;以“贵州文化开放数据库”赋能国际传播和跨界创新,让文化资源真正成为新的竞争优势。

杨经华

吴方剑

## 在人文与经济融合发展中发掘屯堡文化价值

重点报道,积极与有影响力的网络平台及达人合作,扩大传播影响力。做好线上线下“流量转化”工作。活动期间及后期,要持续有意识地引导流量,线下要完善交通、食宿、旅游导览等配套服务,设立特色农产品和手工艺品展销区;线上可以通过开设官方网店、与电商平台合作等方式,将关注度转化为对当地特色产品的持续消费。

探索“自我造血、利益共享”的可持续发展机制,探索并完善市场化运营体制机制。随着品牌影响力的持续扩大,可在群众组织的引导下,积极尝试引入市场机制。例如,对冠名权、广告位租赁、特许纪念品销售等实行规范化管理,所获收益主要用于支持活动可持续发展及乡村公益事业,并建立健全公开透明的财务管理机制。构建群众共管共享利益联结机制。确保品牌发展产生的经济效益惠及更广泛的村民群体,可通过设立村集体股份、优先采购本地产品作为奖品或物资,促进本地就业等方式,让广大群众共享品牌增值带来的收益,从而更加积极主动地维护品牌声誉。推动村字号品牌与产业融合发展。引导村字号品牌与乡村旅游、特色农业、民宿经济、文创产业等进行深度融合。例如,设计以品牌活动为核心吸引力的精品旅游线路;开发品牌授权的特色农产品和文创产品;推动“赛事/活动+旅游+特产+民宿”的一体化发展模式,形成多元化经营格局,有效提升抗风险能力。

(作者单位:中共贵州省委党校)

让“学术成为生产力”:以标准化与数据化重塑文化供给侧。推动“学术研究”向“文化工程”再升级,使文化供给从经验式迈向体系化、数据化、可复制。一是学术成果课程化。围绕历史、建筑、礼俗、非遗等主题研发分学段研学课纲;建设地戏、服饰、石工等校地共建工作坊,使“田野”与“课堂”贯通。二是典型案例标准化。对“屯堡聚落—卫所体系—山地稻作”等典型文化结构进行系统提炼,形成城镇更新、风貌营造、公共空间设计的操作手册。三是文化资源数据化。建设“贵州文化开放数据库”,实现图像、族谱、口述史、地理坐标等数据确权与上链授权,推动形成“内容—产品—市场”的良性循环,使文化资源成为可持续、可开发的“文化资产”。同时,通过质量评估、数据更新与内容校核“三重保险”,确保文旅开发根植于可靠学术、真实文化与历史底色。

坚持以人民为中心:让文化红利惠及群众。一是让社区成为参与者和受益者。通过“社区—高校—平台公司”共治机制,明确IP授权、收益分配与再投资规则,让群众成为文化振兴的主角。二是以阈值评估守住文化内核。设立学术委员会、群众评审和年度评估机制,划定文化演绎与商业转化的边界,确保文化呈现保持历史的真实性与生活的质感。三是培育青年田野调研力量。推动Z世代走进村落开展调研、记录与传播,使文化传承形成代际链条,做到“研究真问题—保护真景观—解决真民生”。

(作者单位:贵州财经大学)

◆锚定五年目标 奋发开局起步

## 培育村字号品牌集群

唐文涛

今年省政府工作报告提出,深化文旅体融合发展,持续开展村字号品牌活动。近年来,村超、村BA等群众性文体活动,以其蓬勃生机和独特魅力,引发了全国范围内的广泛关注,成为新时代乡村文化振兴的鲜明标识。这些由群众主导、根植乡土、内生动力强劲的村字号品牌,既彰显了乡村文化的独特魅力与顽强生命力,又体现了基层群众的文化创新创造力。要系统总结村字号品牌以群众为主体、以文化为内核,以融合为方向的成功经验,坚持人民为中心,尊重人民群众主体地位和首创精神,积极培育形成多层次、多样化的村字号品牌集群。

搭建基于群众需求的精准发掘与孵化平台。开展常态化品牌元素摸底调研工作。要定期深入了解村民的兴趣爱好、技能专长以及文化传统,构建“乡村能人档案”与“特色资源清单”,着力挖掘歌舞、戏曲、手工艺、美食制作、特色种植养殖等各类潜在的地方特色品牌元素。搭建低成本、易参与的孵化平台。鼓励以乡镇或中心村为单元,定期举办“乡村文化集市”“乡村才艺擂台”“特色农产品评比”等低成本、易参与的群众性活动,为群众性文化体育娱乐活动提供展示与交流的平台,推动潜在品牌在自然环境中孕育并接受

考验。设立村字号品牌“种子基金”。可设立规模适宜的村字号品牌培育与创建基金,针对群众自发组织且具有发展潜力的特色活动或项目,提供小额启动资金、必要器材或宣传支持,降低群众参与门槛,激发其积极性和创造力,为乡村品牌培育奠定坚实基础。

构建权责明晰的“群众主体、政府服务”运行模式。充分尊重人民群众主体地位。积极支持和引导群众自发成立各类协会、合作社或赛事组委会,确保其在活动策划、赛制制定、经费筹集、日常运营等方面发挥主导作用。强化政府日常单式服务保障意识。基层政府应制定详尽的“服务清单”,明确在活动报备、安全保卫、交通疏导、环境卫生、医疗应急、宣传推广等方面提供的具体服务内容及标准,做到“有求必应、无事不扰”。培育本土CEO与经纪人。注重发掘和培养返乡青年、退休干部、乡村教师等,具备组织能力与市场意识的乡村能人,积极组织相关培训,提升其管理、策划和营销能力,让他们成为村字号品牌日常运营的核心力量。

实施“乡土为根、创意赋能”的内容提升策略,坚守乡土文化的“本色”。坚决抵制为迎合市场而对乡土文化进行低俗化、庸俗化改造的行为,指导并支持群众对民

族服饰、歌舞、生活习俗、传统技艺、地方风物等乡土文化进行系统性梳理,确保品牌核心内容的真实性与独特性。鼓励保持文化内核的适度创新融合。在保持文化内核不变的前提下,支持引入设计师、艺术家、策划人等专业力量与村民合作,对活动形式、视觉呈现及衍生品开发等进行轻量化、时尚化的创意设计。例如,把民族元素融入奖品设计,场地布置、宣传品制作中;开发与品牌相关的文创小产品、开展短视频话题挑战等活动。打造“沉浸式”闭环生活体验场景。推动村字号品牌活动与乡村环境整体融合,引导将赛事、表演、集市等活动设置在田间地头、古树下、广场上,使参与者不仅能观赏比赛和表演,还能品尝农家菜、体验农事、入住民宿,形成完整的乡土生活体验闭环。

创新“线上线下联动、全域协同”的传播营销模式。赋能并培育乡村“主人翁”团队。为参与活动的村民提供短视频拍摄与直播技巧的基础培训,鼓励他们以本土乡音和第一视角记录并分享活动的精彩瞬间及幕后花絮,塑造真实、鲜活、接地气的品牌形象。构建多维立体式新媒体传播矩阵。县级融媒体中心应主动对接村字号品牌活动,开展专业化包装与直播引流;同时,协调省、市级媒体资源进行

社会参与渠道,提升治理决策的科学性与公共文化服务的精准度,让多元诉求在制度框架内有序表达与整合。二是完善市场化要素配置与激励机制。充分发挥市场在文化资源配置中的决定性作用,进一步深化文化领域“放管服”改革,破除制约要素自由流动的体制机制障碍,探索建立文化产权评估、交易与保护体系,促进版权、创意、品牌等无形资产的有效转化与价值实现。创新财税金融扶持方式,引导社会资本“借船出海”,精准灌溉具有成长潜力的文化业态与创新项目,形成“优质内容—市场认可—资本反哺”的良性循环,增强产业内生造血能力。三是构建数字化智慧治理赋能体系。主动适应数字技术变革趋势,将大数据、人工智能深度融入人文经济治理全链条。建设文化资源云平台与产业监测系统,动态感知市场需求变化与产业发展态势,提升政策响应的前瞻性与资源配置的预见性。推动监管模式向“互联网+监管”“信用监管”转型,降低制度性交易成本,营造公平透明、预期稳定的营商环境。积极搭乘数字化“顺风车”,利用智慧平台拓展文化治理的广度与服务深度,实现文化服务效能的倍增与治理颗粒度的精细化。

(作者单位:中共贵州省委党校)

◆新知新说

## 以人文经济赋能城市高质量发展

刘小文

习近平总书记提出的“人文经济学”重大命题,以“两个结合”为根本遵循,开创了人文价值与经济发展相融合的新理论范式。贵州历史底蕴深厚,红色文化丰富,民族文化多姿多彩,要充分利用这一优势,深刻把握人文经济与城市发展质量发展的内在联系,走出一条以文塑城、以文兴业、以文惠民的高质量发展新路。

遵循发展规律,筑牢城市高质量发展的文化根基。贵州独特的喀斯特地貌、多民族聚居格局孕育了丰富的自然人文资源,这些资源既是城市发展的重要标识,也是人文经济的核心生产要素,同时作为西部陆海新通道的关键节点,贵州在区域协同发展、绿色经济转型等领域形成战略优势,为文化价值的经济转化提供了实践场景。一方面,要深化文化资源系统性普查,建立覆盖全省的文化资源分类分级数据库,通过数字化建模、沉浸式体验等技术手段,构建“文化资源—价值评估—开发导则”的全链条管理体系。在此过程中,需注重保护文化生态的原真性,避免过度商业化。另一方

面,要推动文化价值与产业形态深度融合。支持地方政府与高校共建文化经济研究中心,开展文化消费趋势预测、文化IP价值评估等应用研究,为企业提供决策咨询。同时,建立文化产业发展基金,重点扶持中小微文化企业开发具有地域特色的文化产品,形成“文化内涵+现代设计+市场运营”的产业链闭环,让文化资源真正转化为城市发展的竞争优势。

优化供给体系,激活城市高质量发展的内生动力。首先,丰富产品和服务种类。深入挖掘地域特色文化资源,结合数字技术赋能与创意设计融合,开发涵盖沉浸式文旅体验、数字文化内容、创意衍生品等多元产品矩阵。针对不同消费群体特征与需求偏好,提供个性化、定制化的文化服务方案。着力构建线上线下融合互动的文化消费新场景,支持企业开发兼具传统底蕴与现代审美的文化产品系列,形成层次丰富、特色鲜明的供给生态。其次,提升产品和服务质量。强化文化内容原创能力,引导企业深度挖掘文化内涵,提升艺术表现力与技