编者按

为深入贯彻落实习近平总书记关于人文经济学的重要论述，探寻文化与经济交融共生的时代密码，全国两会召开之际，贵州策划联动北京、山西、吉林、江苏、福建、河南、四川、陕西8省市党报，共同翻开一本关于人文经济的账本。

从贵州“村字号”IP的“暖心账”到福建泉州一台戏里的“文旅经济账”、吉林查干湖冬捕的“人文生态账”，再到江苏南京一座城市的“文学叙事账”、河南武侠城的“文化力量账”、四川资阳的“乡村发展账”、北京宛平城里文化从展品变场景的“沉浸账”，以及山西大同以人文留住人心的“留量账”，陕西袁家村算得精细的“文化传承账”。从这些跨越南北、贯通东西的账本里，看传统文化如何孕育新业态，看人文精神如何涵养营商环境，看人文经济如何促进高质量发展，在交融互鉴中厚植中国式现代化的人文底色。

算好人文账 走好共富路

——从东南西北中9省市看人文经济学新实践

苗族爷爷扛着孙女走上丁台，展现苗族衣裙文化元素。 黔东南州委宣传部供图

大同古城张灯结彩，各地游客除夕赏灯。 山西日报记者 李露菁 摄

贵州日报

贵州『村字号』：文旅IP富了乡亲

除夕夜，贵州“村T”携手56个民族的少年儿童登上央视马年春晚。乡土非遗的剧新表达与中华民族一家亲的温暖图景，让一首名为《吉量》的歌曲以4007%的平均收视率夺得当晚歌舞类节目冠军。

这支火爆全网的表演队背后，有贵州各级党委、政府对乡村文化振兴的大力支持与推动；有苗族青年古阿新等扎根乡土、传承非遗的初心与坚守；有来自全国各地的56个民族孩子和家长们的热爱与真诚；更有这个时代，普通村民从田间地头到世界舞台，用不加修饰的步伐走出的文化自信。这份自信，最终凝结成了一本沉甸甸的发展账本。

从“村BA”“村超”到“村T”“村马”，近年来，贵州“村字号”品牌持续火爆，不断将“人气流量”转化为“经济增量”，描绘出一幅幅文化与经济相互交融、相得益彰的和美画卷。

马年春节，贵州“村马”凭实力圈粉。在“村马”的发源地，全国唯一的水族自治县三都，从乡间传统赛马到全国民族速度赛马公开赛，吸引超过28万名游客，拉动旅游综合收入2.85亿元。与此同时，该县的国家级非物质文化遗产代表性项目马尾绣亦走俏马年市场，一件件承载着“马到成功”“龙马精神”等美好寓意的新年好礼，向世人展示着水族妇女的独特技艺。

在黔东南州台江县，榕江县，“村BA”“村超”正成为当地经济高质量发展的“超级发动机”。自2022年出圈以来，“村BA”全网曝光量超1200亿次，累计举办各类赛事5000余场，带动台江县接待游客1184.12万人次，旅游总花费136.85亿元。榕江县将“暖人文”与“乐经济”的相互交融，通过“村超”赋能千行百业。目前，贵州“村超”累计吸引全国1750支足球队和来自法国、阿根廷、巴西等62个国家的1700余名国际球员前来交流，榕江县接待游客近2750万人次，新增市场经营主体941家，实现旅游综合收入近312亿元。

“都说‘村超’背后有‘高人’，这‘高人’就是广大人民群众。”在榕江县委书记徐治看来，“村超”举办后人民群众的获得感、幸福感、安全感提高了。

与体育赛事的激情澎湃不同，“村T”走得细兮柔美。苗绣，这门被誉为“穿在身上的史诗”的古老技艺，近年来频频受到国际高定青睐。2025年，贵州省纺织产业发展集团携“黔锦”系列登陆米兰国际时装周，同样收获多国买手与国际时尚媒体的盛赞。在“村T”破圈后，通过“非遗+时尚+文旅”的跨界融合，将贵州非遗服饰的国际展示路径、从奢侈品市场转向大众市场。马年春节，“村T”举办地黔东南州凯里市民族风情园景区接待游客同比增长350.99%，实现旅游总花费同比增长59.48%。

每一座村寨都是舞台，每一个村民都是主角，每一种文化都在生长，焕发出蓬勃的生命力。题解贵州“村字号”这本沉甸甸的发展账本，记录着百亿级的旅游收入、千万级的游客人次、数以万计的新增市场主体，而账本背后，是以文化赋能经济社会发展的人文经济学实践。

扫二维码看 融媒报道

山西日报

山西大同：人文留住人心写就留量

当人文经济学成为高质量发展的热词，山西大同用一份鲜活的发展账本作出了自己的注解。翻开大同这本账本，最先涌现的，是一群孩子的声音。

“大家请看，这块九龙壁是明代洪武年间的遗存，是中国现存三座九龙壁中，建造年代最早、体量最大的一座……”大年初二，九龙壁前，8岁的小讲解员杨蕴泽声情并茂地解说，游客们举着手机围成半圆，有人轻声赞叹，有人俯身细看。这些小讲解员由大同市平城区力行青年志愿者协会组织，在该协会副会长王亚茹看来，孩子们就是最灵动的“文化翻译官”。春节期间，他们已为游客讲解百余场。“这些孩子和年轻人，是古城最温暖的名片。”一位来自同南的古建爱好者感叹，“他们讲的是历史，传递的却是这座城市的温度。”

走进大同市东城区，平城冯派绳艺织造技术传传承人冯隽臻握着6岁男孩墨墨的手，耐心示范：“左手拉左边的线，右手拉右边的线。”不远处，铜箔剪纸、九龙神悦香、云冈区服饰手绘等20种非遗代表性项目进驻场馆，为观众献上“视觉+体验”的文化盛宴。在美术馆这一文化空间里，非遗不再是被玻璃柜隔离的老物件。

大同古城永泰门，非遗与科技深度互融，长50米、高22米的巨型主灯《天马鼓舞·盛世星祥》前，游客们击响小鼓，大鼓随着光影律动——四川自贡的传统灯彩技艺，在这里幻化出光影战马奔腾的雄姿。灯会里，魏碑书法、北魏蓝釉、云冈造像，与浪漫山小妖怪、花木兰等潮流IP同台竞技。“我们希望多花点心思，让文化资源活力，让游客感受到满满的年味儿。”灯会工程总负责人米梦林说，做至目前，古城灯会客流量约40万人次。

推开古城东南邑平城学堂的木门，这里正在举办一场“以建筑为方法——平城学堂大同古建研学理念展”，它不讲宏大的叙事，只聚焦一砖一瓦的呼吸——院落如何从破败中重生，既保留修缮过程的记忆痕迹，又在现代语境中延续生命力，同时在现场提供可体验的立体拼图，让乡土智造可看、可触、可拼。“平城学堂为城市居民充实精神生活，也为街区注入更多文化活力，我们希望用文化激活传统历史街巷，以人文兴生活。”东南邑文化扶创负责人贾艳介绍，从除夕到初七，东南邑迎来超20万人流量，高峰期可达4万人次。

打开这本账本，数据是清晰的：春节假期，大同入境游改善增速高达735%，跻身全国第一方阵，该市8家重点监测景区累计接待游客近135.27万人次，大同南站旅客到发量超45万人次。当600年的九龙壁有了宣声相伴，当古老的非遗走进年轻人的日常，当破败的街巷重燃烟火，这份账本上写满的，是人在文化中生活、传承、创造，是中国式现代化最浪漫温暖的底色。

扫二维码看 融媒报道

吉林日报

吉林查干湖：文化与经济共生年年有『鱼』

铆冰凿洞、穿杆走网、马拉绞盘、收网腾鱼，当渔网缓缓拉出，数万斤鲜鱼簇拥破冰，争相翻腾……每年12月上旬到次年2月中旬，这样的冬捕盛景总会在吉林查干湖上演。“冰湖腾鱼”的丰收景象，不仅让现场游客振奋不已，也通过网络传递到千家万户。

作为“最后的渔猎部落”，查干湖始终坚守人工蒙冰、马拉绞盘、冰下走网的传统渔猎技艺。按照当地“渔把头”邢海龙的话说，这样做既是为了传承千年渔猎文化，也是为了保护生态环境。如今，查干湖冬捕不仅入列国家级非物质文化遗产代表性项目名录，更焕新了当地的发展气象。

“最初的梦想，就是要眼着冬捕走。”渔家大院饭店民宿经理曲丽敏是土生土长的查干湖渔民。20年前，为了能让因冬捕而来的人喝上一口热鱼汤，不愿离家谋生的她以自家的“三间小瓦房”为起点，做起了餐饮生意。随着查干湖冬捕声名远扬，慕名而来的游客越来越多——大家不只想吃鱼，还想把湖鱼带回家；不仅想亲身体验冬捕，还想感受查干湖的四季美景。

游客的需求，推着曲丽敏的小店一步步转型升级：从“三间小瓦房”到查干湖景区内三家连锁店；从一桌炖道的全鱼宴，到出湖鱼、预制全鱼宴全国邮件；从增设集观看、垂钓、竹筏泛舟于一体的休闲场景，到“试水”冬捕现场的移动蒙古包统铜炖简易餐厅……查干湖冬捕的名气越来越大，曲丽敏家的生意越做越火，日子也越过越好。

在查干湖，像曲丽敏这样依托冬捕吃上“旅游饭”的人还有很多，仅景区内便有135家餐饮、住宿企业，随时恭候来自天南地北的游客。伴随着游客量的不断扩大，查干湖的旅游图景也从“冬捕”这一技独秀，拓展为涵盖“春捺休、夏赏荷、秋观鸟、冬渔猎”的四时旅游新格局。

发展前景愈发广阔，人们愈加珍惜这片滋养万物的湖水。从把渔网网眼由1寸放宽到能“捕大留小”的6寸，到自发借助网络宣传家乡风光；从“祭湖醒网”仪式上的萨满舞走红全网，到以查干湖冬捕为主题的“好菜宝”《冰湖腾鱼》屡获大奖……在查干湖，没有人把“生态保护”和“文化传承”整日挂在嘴边，但大家都在力所能及地守护这湖群水，传承家乡文化。

一代代人的接续奋斗，收获了实实在在的回报：2025年查干湖接待游客44263万人次。今年，查干湖第24届冰雪渔猎文化旅游节开幕仅1个月，便累计接待游客2324万人次，实现旅游综合收入超2亿元。这些扎扎实实的数字，一笔一划写在查干湖的发展账本上，成为当地生态、文化与经济共生发展的生动答卷。而依湖而居、因湖而富的查干湖人也相信，只要算好生态账和文化账，就能让查干湖年年有鱼、岁岁有余。

扫二维码看 融媒报道

“古韵‘新’味大同古城”走进全国两会 南京市文学之都促进会供图

新华日报

江苏南京：一座城市的千年文学叙事

丙午马年，3月3日元宵节下午，南京鸡笼山下一处特别的小院张灯结彩，美不胜收。飘飘紫、拳毛騧、白鹿乌……六匹从唐太宗昭陵石刻中“跃出”的骏马，被灯彩重新唤醒。现场，国家级非物质文化遗产代表性项目秦淮灯会国家级代表性传承人顾业亮为观众讲述秦淮灯会如何从南京走向世界的故事，带领大家尝试亲手制作。

这里曾是南朝刘宋时期中国首座文学馆的旧址，如今变成一个书卷、光影、互动装置交织成的文学世界——南京世界文学客厅。开馆以来，这里已举办数百场文学活动，著名作家毕飞宇、苏童等都曾来到这里与读者交流。

2019年，南京获得联合国教科文组织批准，成为中国第一个“世界文学之都”。南京市委、市政府制定了《南京“文学之都”建设规划纲要（2020-2023）》，提出“1+N+X”的文学空间网络计划，其中“1”就是“世界文学客厅”。

“入选不是终点，而是城市文化换新的起点。”作为南京联合国教科文组织文学之都官方联络人，袁爽亲身经历了申报与后续建设。她说，“文学之都”在申报时，就要“比拼”一座城市如何以文学链接窗广的社会触角，这些年来，南京呈现了一份文学如何活在广阔社会空间的生动答卷。

目前，以“世界文学客厅”为核心，覆盖南京各处的“文都空间”网络授牌突破1000家。漫步金城，钟山文学馆等历史地标，以及网红书店、文创小店、社区书屋，共同织就“一步一景、一文一韵”的城市文学地图。

文学，为南京老旧街巷的更新注入灵魂。南京小西湖片区保留原住民生活百态，融入文创、阅读、艺术空间，成为“微更新”典范；老门东将传统院落与现代业态结合，非遗体验、文学沙龙常态化开展，让历史街区既存古韵、又见新生。

近年来，南京持续搭建国际交流平台，积极参与创意城市网络年会，发起跨国文学合作，不断扩大“国际朋友圈”。“‘漫’画世界，走进中西文学”活动登陆西班牙，联动法国昂古莱翰、西班牙巴塞罗那等“文学之都”，用漫画传递中国文学魅力。“一带一路”青年创意与造产论坛连续举办，“家乡之美”全球创意征集反响热烈，翻译资助计划推动中国文学走向海外，让江南文脉在世界舞台绽放光彩。

在袁爽看来，新时代的文学文流早已突破传统边界，南京因势而新，推动文学作为社会链条中的一个环节，以“非遗+文旅”激活传统场景，“传统+时尚”创新传播路径，通过数字技术让千年文脉可感可玩，推动文学与教育、科技、文旅、产业深度融合。

扫二维码看 融媒报道

北京日报

北京宛平：文化展品变为消费场景

“当‘二次元’的罗贯中、汤显祖、吴承恩们从宛平城鱼贯而出，‘自白’着西游的奇幻、牡丹亭的情韵、三国的风云，忽然让我在热闹中读懂了传承。这是独属于中国人的文化浪漫！”这是一位“10后”少年眼中的“宛平灯戏”迎宾仪式。

北京丰台，宛平城——一座有着380多年历史的古城，近年来正焕新打造观平博物馆之城。刚刚过去的春节，2026宛平新春戏曲梨园庙会在这里举行。将戏曲文脉、古城底蕴与消费活力融为一体，成为人文经济学落地的鲜活样本。

“看关公耍大刀，和吴承恩对诗，跟猪八戒猜拳……光浮生馆就玩了一个多小时，体验了剧本娱乐，还赚到了‘宛平币’，换了小吃券。”“戏曲+国潮+沉浸互动”，让高中生小林春节“三刷”宛平城，与30多位真人NPC在古城街巷中互动，还从沉浸式实景互动游戏《戏游浮生馆》开始，追寻起这座城的前世今生。

这里不仅有年轻人喜爱的剧本娱乐、NPC，还请来了真正的台柱子——中国评剧院、北京京剧院、北京市曲剧团、北方昆曲剧院四大院团，在宛平戏楼轮番上演经典剧目，并将戏曲拆解为轻量级的“街头小吃”。比如，川剧变脸快闪、零门槛的“全民秀场”，让“有你就有戏”在宛平城里时时上演。

当夜幕降临，宛平城展现出另一副面孔，千余盏彩灯点亮古城，非遗快灯巡游穿街而过，城墙上的光影秀以不同主题轮番呈现——“一步入戏”的梦幻瞬间，激发着游客的分享欲，迅速在抖音、小红书等平台裂变式传播，成为庙会最有效的广告。文化在这里从展品变成了场景，将游览转化为体验，游客不再是旁观者，而是参与者。

文化的厚度直接转化为消费热度。丰台文旅集团相关负责人介绍，春节期间，宛平这座东西长640米、南北宽320米的古城，累计接待游客约40万人次，实现营业收入660多万元。“与此同时，游客平均停留时间超过3小时，约两成游客来自津冀及其他城市。”

宛平庙会以文化激活古城存量资源，把历史街区变成文旅消费场景，带动周边餐饮、住宿、停车等配套服务，为老城保护与活化利用提供了可复制模式，成为人文经济学落地的鲜活样本。

“在城乡发展已步入内涵挖造、情绪主导、价值创新的新阶段，文旅领域需要以叙事重构、场景重塑、生态重建、价值重置为路径，将地理空间升华为承载集体记忆、激发情感共鸣、创造未来价值的文化载体。”全国政协委员、首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副院长郭媛媛说。

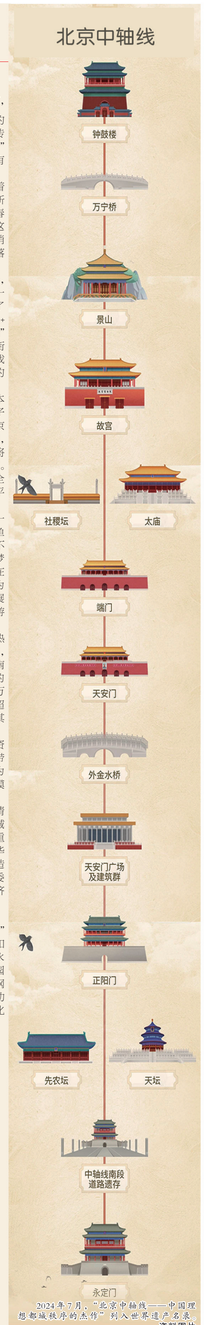
宛平有戏不止于一城之内。

2025年北京市印启动“两园一河”协同联动发展，整合首钢园、园博园和水定河资源，打造“山水京西、活力水定”的京西城市增长极。从宛平梨园庙会到长辛店国潮奇妙夜，再到首钢园“水岸秀场·马上跃新”系列活动……精神需求与文化认同，正在转化为区域经济发展的内生动力。

宛平城迎来民俗文旅集团NPC表演 丰台文旅集团供图

扫二维码看 融媒报道

北京日报记者 孙颖



永定门

2024年7月，“北京中轴线——中国理想老城秩序的杰作”列入世界遗产名录。 资料图片

福建日报

福建泉州：一台戏里的文旅新经济

《梨园·国力的印记》展现。 受访者供图

2月28日晚，位于泉州市鲤城区的“偶遇世界”戏剧盲盒演艺综合体游人如织。18时40分，夜幕降临，园区无限广场上光影随音乐渐次流淌，由国内顶尖团队打造的沉浸式光影秀准时上演，将人们引入一片璀璨的星辰大海。19时30分，国潮风歌舞大秀《簪秀·因为刺桐》与传记剧《世间再无李叔同》在剧场内接连开演。

“过年带家人来看这个戏剧盲盒，真的很值！”游客当当miu在社交平台点赞，“舞台融入灯光和空间转化，将戏剧效果展现得很生动。”

位于泉州古城核心区的“偶遇世界”，前身为中侨集团内配厂。在泉州市文旅经济发展总指挥部统筹下，由泉州文旅集团权属泉州侨乡文体产业开发有限公司投资运营，进行全方位焕新升级后，这片31.46亩的土地实现了从工业遗存到文化地标的华丽转身。

作为园区的核心IP，《偶遇世界·因为刺桐》文旅演艺项目开创了国内“戏剧盲盒”观演新模式，精心打造了部风格迥异的原创驻场剧目，古装侦探剧《局中局》、梨园音乐剧《为你穿越》、奈技舞蹈剧《怒海》、先锋话剧《田马可渡罗》、城市戏剧《谁有病》、传记剧《世间再无李叔同》以及国潮风歌舞大秀《簪秀·因为刺桐》，在6大特色演艺空间同步上演。

观众走进园区，随机邂逅一部戏，这种未知的惊喜成为最大的吸引力。“戏剧盲盒这个想法特别有意思，我觉得戏剧必须有一种贴近时代、贴近年轻人的社会学心态的方式。同时，戏剧又很珍贵，它是现场的，是一种很真实的连接。”香港知名喜剧艺术家詹瑞文在观演后感叹，“表演者会跟观众互动，让你进入戏剧的世界，让你更深地理解每一种文化的内涵。”

春节期间，园区演出场次密集，正月以来共排演约60场，观众反响热烈。“偶遇世界”的热闹景象，是正在被重新书写的泉州文旅经济发展账本里的一个生动注脚。

从园区放眼泉州市，这样的火热场景遍地开花：春节假期，泉州戏曲演艺市场火爆，提线木偶戏连续加场仍一票难求，《遇见泉州》沉浸式演出场场售罄，该市文艺演出超1000场，营收超1000万元；文创IP同样火爆，“六合同风马”周边文创销售超1500万元，水春“马上夺魁”文创手办供不应求，“成功有礼”双店落地，该市文创销售累计超2亿元。

从更宏观的角度看，泉州正用实践书写以文塑质、以旅彰文的文旅经济时代新账本。账上的数字最有说服力：2026年春节假期，泉州市累计接待游客1618.39万人次，游客旅游总花费164.59亿元，同比分别增长5998%、63.02%，按可比口径分别增长42.19%、44.91%。

扫二维码看 融媒报道

福建日报记者 黄琼芬

花田里的大锅菜季，活动方供图

河南日报

河南开封：热门景区里的文化力量

2025年，河南开封万岁山武侠城实现综合营收12.7亿元，接待游客2452万人次。

3年时间，景区营收增长超15倍。

2026年春节假期，景区登顶抖音全国热门景区榜首，同时入选美团春节夜游景区TOP10。

一组陡峭上扬的数据，构成了万岁山武侠城最直观的发展账本。

这本账本，记的不只是营收与客流，更是传统文化如何长成文旅新业态、人文力量如何成为区域竞争硬核实力的真实轨迹。

假期过后的万岁山武侠城，人流依旧熙熙攘攘。

街巷之间、NPC穿行，市井吆喝、武侠对垒、民俗互动接连上演。没有固定舞台，没有固定观演位，游客一脚踏入，便是江湖。

“一天近4000场演出，走到哪看到哪，参与感很强。”来自河北的游客说。

景区推出的银票互动体系，让游客通过对诗、猜谜、参与剧情赚取“江湖货币”，可兑换文创和小礼品。不少游客8小时以上的停留时长，把单次游览变成深度沉浸。

亲民定价，是这本账本最有温度的一笔。

100元3日通票，可畅玩景区看遍园内表演；矿泉水1.5元、特色小吃也和景区外一样平价。不搞高门槛、不做过度商业化，让普通家庭玩得起、留得住。

“我们不把文化当装饰，更不把景区只当成赚钱的地方。”

去年景区商业二次消费收入4.8亿元，同比增长153.6%。人气带来商气，商气反哺人气，形成良性循环。

在业内观察人士看来，万岁山武侠城的走红，不是偶然，而是发展方向正确。

当下文旅竞争，早已跳出拼设施、比规模的旧模式，转向比文化、拼体验、看温度的新赛道。正能把地域文化真正做进场景、做进人心，谁就能站稳市场。

万岁山武侠城的核心竞争力，正是抓住了这一点。

它不做简单的仿古复刻，不搞浮于表面的布景表演，而是把宋朝文化、武侠文化、市井文化揉进每一处场景、每一场演出、每一次互动。文化不再是陈材，而是贯穿发展的主线；经济不再是冰冷数字，而是与人、与生活、与情感紧密相连的实践。

这种模式，也带动了周边业态共生。

民宿、旅拍、餐饮、文创等相关产业被一并激活，形成“一园兴、一片旺”的格局。景区用开放的姿态融入城市发展，把流量变留量，把人气变财气，把单点优势变成区域竞争力。

春节假期，河南多家景区跻身全国热门榜单。

万岁山武侠城、清明上河园、周口太昊陵、建业电影小镇等多点开花，共同构成“行走河南·读懂中国”的强劲声势。这背后，是河南建设文旅强省的持续发力，也是传统文化与现代消费需求的精准对接。

一本文旅账本，折射出的是河南人文经济的大逻辑。

文化为魂，体验为骨，民生为底，市场为脉。当发展真正扎根于文化、服务于人，增长就有了持久动力，区域竞争就有了不可复制的硬核底气。

万岁山武侠城（三打祝家庄）受访者供图

扫二维码看 融媒报道

河南日报记者 郭歌

四川日报

四川资阳：农文旅融出乡村发展路

3月，草长莺飞，四川资阳乐至“帅府粮仓”遍野的油菜花已竞相开放，层层叠叠的金黄铺展，第二届“把春天煮进火锅里”活动即将在这里开启。

“帅府粮仓”园区坐落于乐至县劳动镇，规划面积约1.5万亩，毗邻全国红色旅游经典景区陈毅故里景区。过去，这里是典型的零散的丘区农田。变化，源自当地以农村宅基地制度改革试点为契机，通过腾退闲置宅基地、盘活村集体闲置厂房、规范农用地转用等多元举措，一方面将昔日碎片化的丘区农田盘活变为“田成方、路相通、渠相连”高标准“天府粮仓”，同时以农文旅融合打造全新的乡村旅游综合体。

“在转型过程中，我们坚持不挖山填塘、不过度设计，不大拆大建、不冒进求洋。”乐至县劳动镇相关负责人介绍，改建中最大限度保留乡村原有肌理与乡土风貌，秧·咖啡、窑匠餐厅等新业态相继投地而起，但又与当地巧妙相融，和谐共生，在保留田园景观与人文官点，打造“春赏花、夏耕读、秋采摘、冬品鲜”四季旅游体系，原创推出“桑葚拿铁”“莓然相遇”等融合本地农产品的特色饮品，吸引不少年轻游客专程来打卡。过去一年间，“乐至乡村咖啡”等屡屡成为当地热词。

在推动农文旅融合发展中，立足红色基因，让“帅府粮仓”与陈毅故里景区、真红巷文旅街区、帅府粮仓园区“三区联动”，让红色文化成为整个片区的“超级入口”，创新推出“粮票”消费模式，联动周边农家乐、商超、农家庭院等业态，构建假日消费新场景，市场主体更加活跃、消费场景更加多元、游客游玩时间拉长，实现从短暂观光到深度消费的转变。

2025年，“帅府粮仓”累计吸引流量25万人次，实现营收290余万元，同时，依托园区产业发展吸纳村民就近就业80余名，涵盖农耕生产、文旅服务、物业管理等多个岗位，带动村民深度参与产业发展，让群众在农文旅融合发展中稳定增收，共享发展成果。

马年春节假期，帅府粮仓园区腊准夜游市场，推出新春烟花秀、飞天沙焰火、非遗打铁花等夜间爆款项目，为年轻客群提供潮流社交空间，带动夜间消费明显提升，数据显示，春节假期片区累计实现营业收入620余万元，成为人文经济赋能乡村振兴的鲜活实践。

扫二维码看 融媒报道

四川日报全媒体记者 吴梦琳

陕西日报

陕西咸阳：传统技艺融入现代市场

农历新年，咸阳市礼泉县袁家村游人如织。2月28日傍晚，童许功茶坊内，正在上演皮影戏《杨门女将》。弦板腔传承人的苍劲唱腔穿透唱闹人群，伴着铿锵锣鼓，赢得满堂喝彩。

百米之外的手工皮具店，店主王庭坤正在收拾工具。这位2016年从外地来袁家村创业的手艺人，早已在这里安家落户。“当年生意冷清，差点就走了，村里不仅免了租金，还帮着调整店铺位置。”他笑着说，“现在出门有事业，进门有家人。”

这两幕场景，在全国人大代表、袁家村党总支书记郭占武看来，诠释的就是人文经济的核心要义：“文化是融入日常的生活方式，发展是人人参与、人人受益的共同事业。”

2025年，袁家村接待游客近1100万人次，旅游综合收入突破13亿元。

这份发展账本，并非一日之功。时间回溯到2007年，彼时的袁家村，村办企业相继关停，村民争相外出务工，一度论为“空心村”。郭占武另辟蹊径，把关中传统民俗作为核心资源，打造关中印象体验地。他的思路很明确，发展乡村旅游关键在找准定位、亮出特色、持续创新。于是，特色小吃、地方戏曲、民间非遗、传统建筑，逐渐成为袁家村是具吸引力的招牌。

随着游客增多，村里定下规矩：每种小吃只开一家，一店一品、绝不重样。袁家村小食街汇聚了100多种美食，每种都通过公开竞争，选出手艺最好的人来经营。此举既避免同质化竞争，又让每一种味道都成为手艺人的坚守和关中饮食文化的鲜活载体。

更深层的改革，在于利益分配。2012年，作所式生产无法满足需求，一些经营户想扩大规模。村干部提出硬约束：“富了老板，不能丢了老乡”——想扩大生产，必须让村民入股。“无论在村里还是村外，让农民当合伙人或者股，是袁家村模式不可改变的根基。”郭占武说。

如今，袁家村人人是股东、户户有分红。先后成立32个股份专业合作社，募集资金超5000万元，连续13年分红，股金年均收益率超过40%。

在文化传承这本账上，袁家村同样算得精细。对皮影、弦板腔、传统纺织等非遗项目，村里免费提供经营场所，保障传承人基本收入，让濒临失传的技艺扎根乡村。30余项传统技艺以“展示+体验”的模式走近游客，成为袁家村独树一帜的文化标识。

近年来，3000多名新村民相继前来创业扎根，为袁家村文旅产业注入新活力。村里逐步打造四条文化名片：以老茶馆、同堂街为载体的民俗文化，以书院街、创意大集为核心的创意文化，以酒吧街、精品民宿为特色的“月光经济”，以及融入星巴克、热气球等元素的时尚文化。

三秦大地上，这样的人文经济实践亮点纷呈。宝鸡六营村，七成农户从事泥塑创作，产品远销30多个国家和地区，村集体经济收入突破百万元；安康宁陕县，一场以“群众当主角、山乡即舞台”的“村光大道”文旅活动，让农民从看客变为主角，自去年5月启动以来累计吸引游客超180万人次，实现旅游花费近10亿元。

一份份鲜活的发展账本共同印证：当传统技艺遇上现代市场，乡土文脉融入百姓生活，人文与经济便在共生共荣中，书写着高质量发展的生动答卷。

扫二维码看 融媒报道

陕西日报记者 席晨

本版责编：黄蔚 陈曦 姚曼 赵怡 版式设计：陈欢欢