

# 殷殷嘱托润黔山

——习近平总书记考察贵州一周年特别报道

## 向总书记报告

# 文明贵州 新风采

翻开贵州这幅“双面绣”：正反面，是经济跃动的鲜明线条——花江峡谷大桥上游客如织，“村超”球场上欢呼震天，“黄小西吃晚饭”一票难求；翻过来看，是人文浸润的细腻针脚——苗绣纹样里藏着先祖的传说，侗族大歌中唱着千年的乡愁，屯堡地戏演绎着600年前的大明遗风，乡村新气象新场景涤荡着浩荡文明新风……

经纬交织处，是3万多名绣娘指尖生花，让老手艺成为养活一家人的新职业；两面同辉时，是“村BA”带动台江旅游消费超百亿元，是“村T”闪耀马年春晚，全网播放量突破160亿次。

贵州用人文与经济这幅“双面绣”表明：当文化成为发展的资本，当发展守住文化的“根脉”，高质量发展便有了最深厚的底气、最温暖的底色。

### 一线故事

## 贵州“村T”展现文化自信最美样子 “不如让世界来看我们”

贵州日报天眼新闻记者 吴蔚

夜幕降临，灯火璀璨。在贵州凯里苗侗风情园，“贵州村T”组委会日前重磅发起“56个民族新娘海选”。

聚光灯下，台江27岁苗族姑娘杨玉婷身着耗时14年亲手绣制的盛装，牵着84岁奶奶缓缓走上T台。银饰叮当，裙摆飞扬，一针一线皆是对民族文化的热爱。祖孙相携的身影，在掌声中定格成当晚最温暖的画面。

而就在不久前的2026年央视春晚舞台上，取材自《山海经》的歌曲《吉量》唱响，贵州“村T”56个民族的儿童，身着各自民族服饰走秀的创意惊艳全场。节目随后登顶春晚歌舞类节目收视率榜首，也让贵州“村T”迅速引爆网络，成为全民关注的热点。

“村T”爆红，绝非偶然，而是厚积薄发的必然。

2024年，苗族设计师古阿新（杨春林）便带着62岁的母亲登上中国国际时装周，随后又赴欧洲开展文化交流。回到凯里的杨母由衷感慨：“世界太大，走不完，不如让世界来看我们。”

带着这份心愿，同年7月，杨春林发起“贵州省和美乡村非遗民族服饰T台秀”，并在凯里苗侗风情园正式亮相。这场走秀没有专业模特，没有高大华服，银发阿婆、侗家汉子、孩童等普通村民，身着自家缝制的民族盛装，肩扛犁耙、手捧芦笙，以质朴的步伐走出原生态时尚感，迅速圈粉无数。

这种源自乡土的美学魅力，迅速席卷短视频平台。“70岁爷爷扛孙女走秀”“4岁萌童肩挑三穗鸭蹦跳上台”等片段单条播放量屡破亿次。短短一年多，贵州“村T”全网话题流量突破160亿次，相关内容在抖音、快手等平台持续霸榜，还在海外社交媒体引发热议，中国外交部海外官方账号点赞其为“来自东方的神秘美学”。网友直呼：“这才是真正的‘高定’！”“这是文化自信最美的样子！”

“以前觉得老衣服土气，现在才知道是宝贝，连大城市的人都愿意高价购买。”参与“村T”表演的苗族绣娘感慨。几步之外的“绣

里淘”非遗集市上，游客正沉浸式体验蜡染制作。“村T”也成了普通人展示自我的舞台，无论是否有走秀经验、无论年纪大小，只要热爱美、向往舞台，均可登台。如今，“村T”主阵地凯里苗侗风情园已形成集文化展示、旅游体验、产品销售于一体的完整产业链，文化“软实力”实实在在转化为了经济“硬支撑”。

数据显示，截至目前，贵州“村T”已举办走秀930余场，吸引8万余人参与，覆盖50多个村寨的非遗工坊订单供不应求，带动3万余名绣娘就业，村民年均收入增长超40%。凯里市依托“村T”与“绣里淘”非遗集市，累计接待游客超80万人次，实现旅游综合收入近6亿元。

从田间地头到春晚舞台，再到全网刷屏，“村T”走出了一条独具贵州特色的人文经济发展之路。正如古阿新所说：“这不是时尚圈的游戏，这是我们的生活本身。”“村T”印证了文化既是精神家园，也是发展源泉；更向世界展现了文明、开放、自信的贵州形象。



贵州“村T”在凯里苗侗风情园启动“56个民族新娘”公开海选活动。（受访者供图）

### 蹲点观察

## 一针“人文” 一针“经济” 黔山秀水“双面绣”

贵州日报天眼新闻记者 曹雯

春日的凯里苗侗风情园，绣娘潘金花低头理了理衣襟上的绣花，抬眼说：“起初就是大家图个高兴，把压箱底的好衣服穿出来，秀秀咱们的手艺。”她没想到，这场风雨长廊里的自娱自乐，会以贵州“村T”之名一路走到马年春晚的聚光灯下。

如今，有许多和她一样的贵州绣娘，把“绣花”变成了“绣前程”。

这是贵州发展的一个缩影。位于中国西南腹地的“山地公园省”，已连续多年保持经济增速领先，并成为游客追捧的热门旅游目的地。

人们不禁要问：驱动贵州发展的，除了资源禀赋和政策红利，还有什么更深层次的力量？

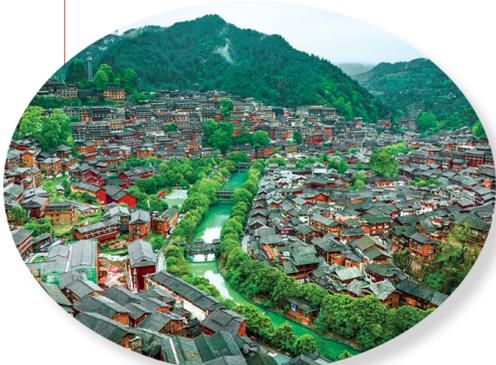
人文经济学的视角，或许能给出答案。

近年来，贵州以奋力打造习近平文化思想生动实践地、加快建设多彩贵州文化强省为“屋顶”，以大力实施“四大文化工程”和旅游产业化“四大行动”为“支柱”，以“文旅数智化创新工程”和“人才兴业工程”为“地基”，全面构建文化大厦，匠心织就经济人文相互赋能的新时代人文经济学“双面绣”。

明文化转化运用、民族文化传承弘扬、屯堡文化等历史文化研究推广“四大文化工程”，从9个方面系统科学制定了128项重点工作举措。

600多年前的大明遗风，正成为安顺旅游的核心吸引力。贵州长征文化数字艺术馆（红飘带），以科技与艺术深度融合成为红色文旅新标杆。

文脉延绵之处，贵州亦通过深化文旅融合丰富旅游业态，打造“多彩贵州”文旅新品牌就是拓展空间，不断探寻和实践人与自然、人与社会的共生共荣。



黔东南州雷山县西江苗寨，由10个依山而建的古自然村寨组成，是一个观赏、研究苗族传统文化的重要村寨。李坚 摄（影像贵州）

潘金花的身后游人如织，运营不到两年的“绣里淘”非遗集市里880多家店铺次第排开，9大类6100多种物件汇聚成一片民族服饰的海洋。银匠敲打的声音从巷子深处传出来，叮叮当当，像这座山城的脉搏。

诞生于此的贵州“村T”，全网话题播放量已突破160亿次。目前“绣里淘”集市和“村T”联系着的非遗工坊已覆盖50多个村寨，带动3万多名绣娘有活干、有钱赚。

让老手艺不再压箱底，转化为带动消费、助力乡村发展的新力量。人们可以从贵州对非遗的“生产性保护”中，一窥这“双面绣”的人文面——文化是经济发展最独特的资本，展现出文化繁荣、民族团结的文明贵州新风采。

在刚刚结束的全国两会上，全国政协委员蒙爱军表示，贵州走出了一条保护与发展相得益彰的新路，让优秀传统文化成为产业“软实力”，产业发展成为文化传承“硬支撑”。

但贵州的绣线，不止这一种颜色。

近年来，贵州深入实施红色文化重点建设、阳

2025年秋天通车的世界第一高桥——花江峡谷大桥，开启了通过桥旅融合在喀斯特脆弱生态区展开“点状开发、面上保护”的新探索。“就像绣花一样，只在该落针的地方落针。”高桥研学活动中，一名了解贵州发展理念的游客说。

从山水之间，到烟火人间，同样的“绣花功夫”还在继续。

热闹的贵州“村超”等体育比赛，实质上还是乡土社会的“黏合剂”。赛事期间，全村老少齐上阵，打工青年返乡参赛，这种“人人参与、人人出力”的氛围，让人从个体发展走向群体发力。同时，“暖人文”催生出“乐经济”。截至目前，“村超”累计吸引62个国家1700余名国际球员前来交流，黔东南州榕江县新增市场主体经营主体9471家，旅游综合收入近312亿元。

贵州的实践表明，欠发达地区可以走出一条文化繁荣、生态优美、民族团结、经济发展的新路。

当每个人都能在时代中找到自己的位置，每个村寨都能在现代化进程中保留自己的根脉，这幅“各美其美、美美与共”的生动画卷，便是贵州给新时代人文经济学生动的注脚。就像潘金花手里的那根绣针，一针下去，是日子；一针上来，是未来。

## 数说 贵州

### 2025年文旅体融合发展成果

全年旅游接待人次增长 **8.9%**  
 旅游总花费增长 **11.1%**  
 游客人均花费增长 **2%**

### 2025年精神文明建设成果

获评全国文明城市 **5个**  
 获评全国文明村镇 **121个**  
 获评全国文明单位 **110个**

### 2026年春节假期旅游

累计接待游客  
**3269.24万人次**  
 实现旅游总花费  
**217.35亿元**  
 按可比口径同比增长  
**14.62%、15.08%**