

总书记的话

积极发展文化事业、文化产业,推动文旅深度融合。
—— 2025年7月14日,习近平总书记在中央城市工作会议上指出
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。
—— 2025年3月17日至18日,习近平总书记在贵州考察时强调

【编者按】

繁荣发展文化事业和文化产业,离不开文化创意产业的强力支撑和创新驱动。加强文化创意产品开发是加快培育壮大文化创意产业、推动文旅产业高质量发展的重要抓手。近年来,贵州充分挖掘利用特色文化资源,深入开展“四大文化工程”传播推广、认知塑造,持续推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,不断把资源优势转化为产业优势、富民实效,特别是积极探索加强文化创意产品开发,推动苗绣蜡染、民族银饰等非遗技艺走出深山变身特色文创,丰富了文旅产品供给,成为撬动消费的经济新增长点。本期专刊聚焦贵州持续用好本土文化资源、释放文创新动能,助推文旅产业高质量发展的生动实践。

我们的实践

玩转文创 传文脉富口袋

贵州日报天眼新闻记者 秦文竟

在今年第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上,贵州文创组团亮相,收获满满人气。全省70余家优质文创企业齐聚参展,集中呈现“四大文化工程”建设丰硕成果,银饰、苗绣、蜡染、竹编、漆器等非遗文创产品,贵博文创、屯堡文创、农民画等文化创意精品与“村超”“村BA”系列文创在内的近千件精美文创产品精彩亮相,吸引不少观众驻足观赏,贵州馆“贵州好礼”成为热门打卡区。

当下,文创消费早已跳出单纯的商品消费范畴,消费者购买文创产品,更多是为文化底蕴、情感共鸣、旅行仪式感等情绪价值买单,这也让极具地域特色的贵州文创备受市场青睐。近年来,贵州围绕特色文化资源,大力实施“四大文化工程”建设,持续激发文创新创造活力,通过匠心打磨一件件承载深厚文化底蕴的文创好物,在传承弘扬文化根脉的同时,持续激活文旅消费,跑出产业增收新速度。

文创产业释放经济新活力

夜幕降临,贵阳青云市集灯火璀璨,烟火气十足。“牛大力的画”文创门店里,贵州特色文化元素的各式原创文创错落排布,不少游客正在挑选心仪好物。开店5年,门店工作人员王铭池亲身见证贵州本土文创不断迭代升级、市场热度持续攀升。

“早些年,门店品类单一,设计陈旧,游客驻足问询多、实际下单少,如今依托文创扶持政策,我们月月推出从贵州少数民族传说中获取设计灵感的新品,产品兼顾美观与实用,积攒了大批回头客。”王铭池向记者介绍,目前该品牌已在三个村落建成文创生产工坊,依托文创产业盘活乡村手工艺资源。

“目前,青云市集已经入驻170多家文创商家,这些店铺各具特色,有的深耕红色文化主题创作,有的深挖阳明文化内涵,有的聚焦民族文化,有的立足屯堡文化,打造特色产品。”贵州青云商业管理有限公司运营部主管刘懿介绍,多元的特色文创产品,契合了当下消费者追求个性化、沉浸式体验的需求,文创消费成为游客解锁城市风情、留存旅途美好记忆的情绪消费方式。截至2025年底,青云路步行街(含青云市集)累计接待游客超6560万人次,营业额达22亿元。

贵州紧扣“四大文化工程”建设部署,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》等系列政策,支持各类经营主体开展创意设计研发,让各类经营主体敢创新、能量产、销得旺,全省文创产业富民效益持续释放。

特色文创助推文化传承创新

走进遵义会议纪念馆文创体验区,红色文创产品琳琅满目。来自江苏省南京市的游客解华和老伴穿梭其间仔细挑选,“选了两个‘为人民服务’复古帆布包给孩子当礼物,让他们感受红色文化的同时,还能日常使用,特别有意义。”

作为红色之旅的暖心收尾,纪念馆出口处的文创空间,让红色记忆化作可触摸、可带走的伴手礼,为这趟旅程画上圆满句号,也让革命精神随这份礼物跨越山海、传递传承。

“以前游客听完讲解就走,现在文创区能让他们把红色记忆带回家,在使用文创的过程中,让红色教育持续延伸,让遵义会议精神从‘听得到’变成‘带得走’。”遵义会议纪念馆游客服务部有关负责人表示,接下来纪念馆将持续壮大专业团队,面向社会征集创意设计,推动文创产品与数字技术、非遗技艺深度融合,让红色文化在新时代不断焕发新活力,以更多元的表达形式点燃消费热潮,让红色基因代代相传。

贵州各地特色文创遍地开花。安顺云峰屯堡景区文创商铺里,依托地戏面具、屯堡石雕元素开发的书签、胸针、民俗香囊,把厚重屯堡文化浓缩成便携好物,让游客带走“屯堡记忆”;贵阳青云市集阳明文创店内,取材《何陋轩记》的书签、融汇“龙门四观”理念的书签、主题陶瓷茶具等产品热销……

贵州以文创为纽带,让特色文化在潜移默化中落地传播,这套“产品落地、文化出圈”的发展路径,推动红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等历史文化走出典籍与场馆,走进大众生活,实现文化的活态传承。

黔贵好物擦亮文化名片

6月6日,贵阳青岩古镇一家名为“贵阳礼物”的门店人来人往,近千平方米的门店内,各类文创和特色商品摆放有序,阳明文化文创、苗族银饰、蜡染……每一件商品都带着鲜明的“贵阳符号”,不少游客边逛边感慨,“这才是来贵阳该带走的伴手礼。”

“我们深耕贵州本地文化,精心设计能够展现贵州文化的产品,让更多人通过精美的文创产品爱上贵州文化。”贵阳礼物旅游产业发展有限公司副总经理万强介绍。

不止于传统文化,现代地标也成为展示贵州文化的名片。在花江峡谷大桥官方文创店内,店内34个产品系列、57款单品各有特色,“镜桥”艺术摆件、桥影明信片、峡谷主题冰箱贴等文创产品,将大桥工程美学与贵州地域文化巧妙融合,成为游客打卡的热门点。

文化的力量,在时代的枝头绽放出绚烂的花朵。如今,贵州的文创产品在守正创新中遍地开花,苗绣、蜡染、银饰、马尾绣、侗族大歌等千年技艺从深山村落走进现代生活场景;系列红色文创产品,让厚重历史变得可触可感、便携可藏……一件件精心打磨的文创好物成为推介贵州风物、展示贵州文化的名片。新潮的IP形象、深厚的文化内涵、精致的产品设计,让越来越多游客通过一件件精美的文创产品走进贵州、认识贵州、爱上贵州。

基层的声音

继续深耕特色文创产品开发

熊文江

作为“贵阳礼物”一线运营负责人,扎根文创终端市场多年,我亲眼见证了贵州文旅爆发带动文创产业飞速成长。近几年,贵州各类文创门店遍地开花,折耳根文创、非遗文创等承载着本地文化的特色产品,凭借鲜活的贵州符号出圈走红。当下,文创行业迈入提质升级新阶段,唯有深挖本土特色文化,方能夯实发展根基,打造有温度、有记忆、有全国影响力的贵州文创名片,助推产业实现高质量发展。

第一,聚力产业链整合,实施分层布

局。要打通全产业链条,建立统一品控、定价体系,实现大众品类的标准化生产、品牌化规模化输出。同时深挖贵州特色文化,对蜡染、苗绣、陶艺等手工文创,保留小批量、精细化、作坊式的匠人生产模式,走小众精品路线。第二,转变经营发展思路,以场景化消费替代单一卖货。如今游客消费需求早已迭代升级,相较于买纪念品,更注重沉浸式的在地文化体验。未来文创运营要顺势而为调整发展思路,推动文创产品深度融合山地旅游、非遗研学、城市休

闲等各类文旅场景,靠体验引流、靠文化留客,构建良性消费闭环。第三,深挖非遗核心价值,从产品销售转向文化传承。我们将深耕非遗资源优势,打造多元体验场景,通过匠人展演、手工体验、技艺教学、个性化定制创作等沉浸式服务,实现由静态的产品销售向动态的文化传播转型,让游客亲身感受贵州非遗的独特魅力,真正让传统技艺活起来、传下去、走出去。

(作者为贵阳礼物旅游产业发展有限公司运营管理部门负责人)

专家的解读

激活文化存量 做强产业增量

袁娜 陈德顺

习近平总书记指出,要始终坚持文化建设着眼于人、落脚于人。着眼满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,提升文化服务和文化产品供给能力,增强人民群众文化获得感、幸福感。为深入践行以人民为中心的发展理念,聚焦群众精神文化需求,推进文化事业和文化产业全面发展,不断夯实公共文化与产品供给,推动文化惠民、文化悦民、文化富民,2025年12月,贵州印发《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》,聚焦创意设计、生产制造、营销推广全链条提出43条具体举措,为擦亮“多彩贵州”文旅新品牌、推动全省文旅产业提质升级注入强劲动能。

不断推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展

党的十八大以来,习近平总书记不断强调推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,深刻揭示了文化发展的客观规律,积极回应了人民群众对精神文化生活的期盼。为我们在创造性转化、创新性发展中赓续中华文脉,发展新时代中国特色社会主义文化、加快建设文化强国提供了根本遵循。以文创产品开发激活文化存量、做强产业增量,正是践行“两创”方针的关键抓手,具有重要而深远的战略意义。

彰显中华文明创新性。习近平总书记指出,连续不是停滞、更不是僵化,而是以创新为支撑的历史进步过程。文创产品开发正是将创新精神具象化为文化产品的过程——它要求对传统文化元素进行现代转译,通过创意设计赋予古老符号以当代审美和实用功能,使中华优秀传统文化在创造性转化、创新性发展中获得新的生命力。贵州的实践表明,文创产品开发让“苟日新,日日新,又日新”的创新基因在当代延续。只有坚持创新性发展,文化存量才能真正转化为产业增量。

推动文化资源价值转化。文化资源不会自动产生经济价值,必须经过创意转化、科技赋能、品牌运营等创造性转化环节,才能释放其市场潜能。文化产业以其高附加值、低资源消耗、强产业关联等特征,已成为高质量发展的重要引擎。贵州以文创开发为切入点,推动苗绣、银饰、蜡染等传统工艺从深山走向市场,实现了文化传承与经济发展的双赢。当沉睡的文化存量被创意激活,经济增量便随之释放。

连接文化传承与人民生活的桥梁纽带。习近平总书记“始终坚持文化建设着眼于人、落脚于人”的重要论述深刻揭示了文化传承的根本目的——文化不是博物馆中的陈列品,而应融入日常生活,滋养人民精神。文创产品开发通过将文化元素转化为实用物品,让传统文化走出“深闺”、走进百姓家,使人民群众在日用而不觉中接受文化熏陶、增强文化认同。贵州将人民需要作为创意原点,开发出苗绣日常服饰、银饰饰品、蜡染布偶伴手礼等既有文化内涵又具实用价值的文创产品,正是让文化传承“飞入寻常百姓家”的生动实践。

检验抓落实工作作风的实践标尺。抓落实是党的政治路线、思想路线、群众路线的根本要求,也是衡量领导干部党性和政绩观的重要标志。从唯物辩证法的视角看,认识世界与改造世界是辩证统一的,再好的理论和规划,如果不能转化为实践、不能落地见效,便失去了意义。“两创”方针的落实同样如此——文创开发涉及创意、生产、销售多个环节,产业链条长、主体多元,政策传导容易衰减。唯有发扬钉钉子精神,才能将顶层设计穿透至“最后一公里”。贵州以43条措施为抓手,每一条明确牵头单位、责任单位、任务分

解,构建起全链条闭环落实机制,让“狼抓落实”从政治要求转化为制度安排,确保了“两创”方针在文创领域落地生根。

文创赋能文旅融合的探索与成效

近年来,贵州以文创产品开发为关键突破口,坚持推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,依托大数据产业优势,围绕民族银饰、非遗蜡染、红色文创、阳明IP、屯堡民俗伴手礼等细分领域丰富产品矩阵,打通资源变产品、产品变商品、商品变业态的转化通道。

资源转化:让丰厚的文化家底变成游客可带走的创意产品。过去,苗绣、蜡染、银饰等传统技艺藏在深山、鲜为人知;如今,通过创意设计转化,它们变成了游客争相购买的伴手礼。“村超”“村BA”文创衍生品火爆热销,“红军娃娃”“阳明文创”系列产品深受喜爱,遵义会议纪念馆的冰箱贴、小夜灯走进千家万户,屯堡地戏“脸子”银饰成为游客打卡必买。贵州省文化和旅游厅公布的40家省级非遗工坊示范点,2023年省级统筹安排专项补助资金200万元予以扶持。通过财政资金定向赋能示范点建设,有效依托非遗资源培育特色文创产业,以生产性开发保护赋能增收就业。全省备案博物馆增至170家,建设非遗工坊519家、非遗旅游体验空间200余个,非遗传承活力不断增强。

产业跃升:用文旅流量激活文创“一池春水”。2025年,贵州全年接待游客人次、旅游总花费比上年分别增长89%、111%,来黔境外旅游人次增长50.1%。截至2025年末,全省5A级景区10个、4A级景区159个。这些景区、经营主体大都拥有各自的文创产品,显而易见,文创产品在促进旅游消费中占有一席之地,文创产业也将乘东风,借力发展,实现产业跃升,同时为贵州文旅上分。

制度保障:用43条措施打通文创全链条。文创开发不能只靠单点发力,需要系统支撑。贵州出台的43条措施,聚焦创意设计、生产制造、营销推广三个环节,构建起全链条政策支持体系。主要内容包括“鼓励创意设计,推出优秀作品”“支持生产制作,打造优质产品”“拓展营销渠道,推广优选商品”“加强知识产权保护,夯实发展基础”“整合资金资源,强化工作保障”五部分,每项措施都明确了牵头单位和责任单位。这种“政府引导、市场主导、企业主体、行业规范、社会参与”的工作机制,让“两创”从文件走进了车间、走向了市场。

数字赋能:用新技术让传统工艺实现“蝶变”。贵州发挥大数据发展优势,推动文创产业数字化转型。红色文化演艺“双子星”——“红飘带”和《伟大转折》剧目,运用全息影像、虚拟现实、人工智能等技术,把长征历史变成可沉浸、可共情的数字演艺产品,成为全国红色文创标杆。“黄小西”AI智能体把六大景区IP数字化,访问量较传统模式提升数倍。苗绣领域,舞水云台公司建立了包含上万份传统纹样与针法的数字化基因库,用AI快速生成符合传统美学的新设计,大幅提升效率、降低成本。“一码游贵州”平台持续完善,用数字技术提升游客体验。

产权护航:让创意者放心创新、大胆创造。2026年4月,贵州推出十项知识产权保护举措,构建“版权+商标+专利+数据知识产权”协同保护矩阵,建立“贵州特色文化领域知识产权数据库”,系统采集银饰、苗绣、蜡染等数字资源。实施中小微企业专项扶持计划和“民族民间文化知识产权保护专项工程”,推动知识产权从被动维权向主动赋能转变。在苗绣、蜡染、银饰等传统工艺领域设立知识产权保护联系

点,让创意者吃下“定心丸”,让“两创”行稳致远。

市场净化:让游客买得放心、购得舒心。贵州推动文化和旅游数字监管服务平台上线运行,规范市场秩序、净化消费环境,有效遏制了“劣币驱逐良币”现象,为文创产业健康发展营造公平有序的市场环境。

持续推动文创产业高质量发展

结合贵州实际,推动文创产业实现高质量发展,必须坚持问题导向,聚焦当前文创开发中的短板弱项,将“两创”方针贯穿于创意设计、生产制造、营销推广、产权保护、人才培养、落实机制全过程。

深耕创意研发,推动文化资源向创意资本的系统转化。当前,部分文创产品仍然停留在“工艺品”“纪念品”层面,缺乏与生活的紧密连接。下一步,应深化“四大文化工程”研究成果运用,建立文化资源数据库和灵感素材库,为设计师提供源源不断的创作灵感。支持高校、院所与文创企业共建研发中心,推动专业与产业需求对接。重点开发具有强烈地域标识、高度便携实用、能引发情感共鸣的“爆款”产品,让贵州文化符号走进千家万户。

补齐生产短板,推动文创企业向“专精特新”跃升。43条措施明确,对文创产品打样、质量检测、试售等环节给予补助,鼓励贵州特色文化资源与国内外知名IP结合。应加快培育领军型文创企业,建设省级文创产业园区,提供集中办公、共享生产、联合展销的公共服务。推动“非遗工坊”向“文创工坊”升级,引入现代设计理念和制造技术,提升传统工艺的标准化、规模化生产能力。发展“版权贷”等金融新产品,破解“轻资产、融资难”瓶颈。

拓展营销渠道,推动文创产品从“叫好”向“叫座”的市场跨越。43条措施明确,以构建“一码游贵州”为核心的旅游商品数字交易平台,支持首店首发经济,推动“卖文创”向“卖生活方式”转变,探索“文创+研学”“文创+赛事”等融合模式。应加快构建线上线下融合的全渠道营销体系:线下在机场、高铁站、景区、酒店等布局文创旗舰店、体验店;线上升级“一码游贵州”平台,完善全链条功能。让游客在贵州的每一站都能看到、买到、体验到贵州文创。

强化知识产权保护,构建从创意产生到价值实现的制度防火墙。扎实推进十项知识产权保护举措,深入实施“民族民间文化知识产权保护专项工程”,持续推进银饰、苗绣等传统工艺领域知识产权保护联系点建设。推动知识产权从“被动维权”向“主动赋能”、从“单一保护”向“全链条运用”、从“资源优势”向“产业优势”转变。每年遴选一批民间文艺经营主体,提供知识产权挖掘、申请、转化、维权等全链条服务。

狠抓人才引育,打造“懂文化、会设计、善经营”的复合型队伍。深入实施中国非物质文化遗产代表性传承人研修培训计划,持续扩大银饰制作、苗绣等项目专项职业能力考核覆盖面。支持高校优化学科专业设置,加强文化创意、旅游管理、数字媒体等交叉学科建设。实施“文创黔匠”培育计划,培育一批既懂传统文化又会现代设计、既懂产品开发又会市场运营的复合型人才。

健全落实机制,确保“两创”方针从制度设计转化为产业实效。要按照43条措施任务分解要求,建立健全省级层面工作机制,指导各州市成立相应工作机构,制定实施方案,明确时间表、路线图、责任人。定期开展督查评估,对工作推进不力的严肃问责,确保文创产业发展的各项举措落地生根、开花结果。

(作者单位:贵州财经大学)



扫码观看
《悟思想伟力·看实践创新》
微视频

本版责编:陈翔 张莹
杨春凌 王振钧
版式设计:查雨施



非遗苗绣代表性传承人龙禄颖将传统与时尚相结合,不断开发苗绣文创产品。
唐桂宾 摄(影像贵州)