



“村舞”表演前，舞蹈演员正在进行服饰整理。 本报记者 方林 摄

兴义峰林布依景区贵州“村舞”表演现场。 本报记者 刘朝富 摄

“村舞”何以成长为文旅新IP?

本报记者 方林

绚丽多彩的民族服饰，奇特多姿的民族舞步……9月28日，在花江峡谷大桥通车运营一周年之际，贵州“村舞”黔西南民族歌舞剧《锦·蓝》在桥旁的云渡服务区实景演出。

“这是整台剧目第一次在大桥边完整呈现。很多原本冲着大桥来的游客停下了脚步，愿意看一看听一听。”《锦·蓝》总导演韦启军说。

让游客停下脚步，让观众心生向往，贵州“村舞”到底有何魔力？

老三样有新玩法

长时间以来，“景区搭台、演员表演、游客看戏”的老三样，让不少游客感觉参与感不强、体验感不好、带动性有限。

变化始于政策与市场的双重推动。2025年9月，《“文艺赋能乡村”工作方案（2025-2027年）》出台，明确提出办好“村舞”等“村字号”文体活动。同年12月，贵州“村舞”系列活动在黔西南州晴隆县阿妹戚托小镇启幕，贵州“村舞”成为贵州“村字号”IP新成员。今年7月，贵州省政府办公厅印发《关于持续擦亮贵州“村字号”品牌的指导意见》，指出贵州“村字号”品牌已进入从“规模扩张”向“提质增效”、从“社会关注”向“价值创造”转化的关键阶段。

黔西南州是贵州“村舞”的重要发源地。去年以来，当地把散落在村寨里的舞蹈系统性植入核心文旅节点：晴隆阿妹戚托小

镇打造常态化篝火舞会，万峰林景区植入布依歌舞沉浸式体验，花江峡谷大桥云渡服务区设置实景舞台……“村舞”正成为黔西南以文化赋能产业发展的驱动力。

“贵州‘村舞’不是被刻意打造出来的产品，它根植于当地人生活，很有感染力。”来自云南的游客黄薇说。数据显示，截至2026年9月，黔西南州已举办贵州“村舞”系列活动400余场，参与人数超200万人次。

“热闹一场”攒成产业一本账

“村舞”的价值，绝不只热闹二字。当不少地方的民俗活动陷入“节庆一过、人气就散”的困境时，黔西南正以“村舞+N”的融合模式，把舞蹈带来的流量转化为产业增量，构建“演出+体验+消费”的完整闭环。

花江峡谷大桥的“桥舞融合”颇具代表意义。作为世界第一高桥，随着贵州“村舞”及高空蹦极、非遗体验、特色餐饮等多种业态聚集，大桥从“打卡拍照点”变成了重要的“文旅综合体”。通车一年来，花江峡谷大桥通行车辆超过80万辆次，服务区累计接待游客超330万人次，游客平均停留时间从15小时延长至4小时，二次消费占比从不足10%提升至33%。

“村舞”的辐射力不止于大桥。今年晴隆火把节，千人齐跳阿妹戚托，活动累计接待游客8.5万人次，带动餐饮住宿、农特产品、民俗文创全链条消费。贞丰“六月六”借“村舞”热度引爆夜间市集，周边村寨农家乐、民宿营收翻倍。兴义市顶效街道楼纳村

将“开秧门”民俗与“村舞”深度融合，两天吸引6万多人参加。今年8月，《锦·蓝》进京参加第七届全国少数民族文艺会演，3场演出座无虚席。

“‘村舞’不是简单的舞台陈列，它是自带生命力的文化载体。我们要做的不是把‘村舞’搬进剧场，而是让剧场里的舞蹈回到它本来的样子，回到泥土里去。”韦启军说。

这种从群众中来、到产业中去模式，让发展红利惠及普通群众：舞蹈演员大多是本地群众，绣娘、农家乐老板、民宿经营者都能借着‘村舞’的热度分到一杯羹。意大利《欧华时报》社长吴敏在晴隆体验后感慨，看着篝火旁一张张真切的笑脸，才明白什么叫实实在在的获得感——“文化扎根乡土、红利留在本地”的模式引人深思。

地方品牌走向全国舞台

自去年启动以来，贵州“村舞”全网总浏览量已超过60亿次，贵州“村舞”正在从地方群众文化品牌向全国性文化IP转变，成为继“村BA”“村超”之后，贵州“村字号”品牌矩阵的又一张现象级名片。

中国舞蹈家协会分党组成员、秘书长黄豆豆对此表示，到晴隆来，在山水间和群众一起跳，非常放松。这是不带任何表演状态的舞蹈，回归了民族民间舞蹈形成的本真样貌。

中国舞蹈家协会第十一届副主席、北京舞蹈学院原院长郭磊则认为，贵州“村舞”为全国民族民间舞蹈的传承与发展提

安龙菜心畅销粤港澳大湾区

10月，黔西南州安龙县德卧镇白水河村蔬菜种植基地的菜心迎来采收期，村民趁着好天气抢收菜心，销往粤港澳大湾区市场。该基地种植菜心1300亩，日均销售量稳定在2万公斤。

近年来，安龙县依托良好的生态资源和气候条件，大力发展特色蔬菜产业，打造粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地，促进农业增效、农民增收。图为村民在白水河村蔬菜种植基地采摘菜心。

本报记者 刘朝富 摄



年轻人是重要客群

黔西南文旅推介会开进广州大学城

本报记者 杨爰

“以后想去黔西南看看，感受那里的文化和风景。”日前，在广东省广州大学城青创汇举行的2026年黔西南州文化旅游暨旅居康养推介会上，来自河南的大学生杨梦圆换上布依族服饰，在镜头前轻轻转身。

几步之外，舞蹈《阿妹戚托》的音乐节拍响起，大学生跟着舞者抬手踏步。展台前，万峰林、马岭河峡谷、花江峡谷大桥的线路资料被一次次拿起，不少年轻人边看边聊，顺手拍下照片。

这场推介会没有停留在介绍景区、播放

宣传片，而是把民族歌舞、特色美食、山地户外和旅游线路带进大学城，让年轻人现场体验、即时分享。推介团还开展贵州“村舞”快闪，并与旅行社、酒店集团、城市传媒企业对接，打通线路、住宿、客源和传播渠道。

黔西南为何把推介会开进大学城？数据给出了答案。2026年黔西南暑期游客中，00后占44.60%，90后占32.55%，青年客群合计达到77.15%；微信移动端订单占74.78%。年轻人已经成为重要客群，也正在改变旅游的打开方式。他们看山水，更看重

怎么玩；爱打卡，也愿意把真实体验变成朋友圈、短视频和旅行攻略。

客源结构的变化，倒逼旅游目的地改变表达方式。民族服饰、歌舞、探洞、溯溪、桨板、骑行以及羊肉粉、地摊火锅、峰林咖啡，都被重新组合进年轻人的旅行场景。山水成为体验，游客也成为传播者。

这样的探索并非偶然。2025年，“全球学子高铁畅游黔西南”活动吸引百余名中外学子和旅游达人参加，相关话题阅读量突破3400万。今年，来自10多个国家的在华学

子再次走进黔西南，用4天3晚体验峰林峡谷、民族文化和山地户外项目。一次抵达，因记录和分享获得更长的传播链。

全国各地加强游客互送、资源互推，运用社交媒体和在线旅游平台开展文旅营销已成为常态。依托这一契机，贵州把建设黔西南州喀斯特山地户外运动目的地列入重点任务，并将粤港澳大湾区作为旅居产业重点客源市场。此次走进广州大学城，正是黔西南把文旅扶持政策转化为年轻人出行选择的一次鲜活尝试。

好风景要赢得好市场

本报记者 杨爰

变的新需求。此次赴广州对接企业，既展示了资源禀赋，也让住宿运营、线路设计、市场推广等专业经验有机会融入产品开发。

把地方特色与市场需求结合起来，把景区、乡村、城市等资源串联起来，才能让游客看得务实之举。

山水是黔西南的底气。依托喀斯特地貌、宜人气候、民族文化和山地户外资源，当地持续拓展旅居康养、休闲度假等发展空间，积极回应游客从观光游览向深度体验转

丰富、玩得尽兴、住得舒心。

从“走出去”寻找合作，到“请进来”共谋发展，关键在于把交流成果转化产业实效。持续深化与市场主体合作，因地制宜开发差异化旅居产品，完善住宿、交通、体验等配套服务，才能让好山好水更好地融入游客旅程。主动拥抱市场，善于借力合作，持续提升品质，黔西南就能进一步把生态优势、资源优势转化为发展优势，让更多游客因风景而来、因体验而留。

普安四球茶文化系统入选中国重要农业文化遗产

本报讯（记者 唐波）日前，农业农村部公布第八批中国重要农业文化遗产名单，贵州普安四球茶文化系统成功入选，这是继第三批入选的“贵州花溪古茶树与茶文化系统”后，贵州茶文化系统第二次获此认定。

贵州普安四球茶文化系统是集自然资源、生物多样性、传统知识与民族文化于一体的复合系统。

黔西南州普安县是世界茶树起源地核心区域之一，与晴隆县交界处发现距今164万年的四球茶籽化石，现存野生四球古茶树2万余株，是全球规模最大的野生四球古茶树群落。近年来，该县坚持保护优先、合理开发，落实古茶树保护条例，建成全国首个野生四球茶原生境保护点，推行“一树一策”精准管护，搭建“人防+技防”管护体系，深化校地合作选育优良品系，推动种质资源产业化转化。今年4月20日，全国首届古树茶大会在普安举办，汇聚全国120余名行业专家、茶区代表与客商共同探讨古茶树的保护、开发与利用。

截至10月，四球茶茶青及干茶产值已超8900万元，预计全年突破亿元。此次入选国家级农业文化遗产，将进一步推动普安四球古茶的茶文旅深度融合，放大古茶文化品牌效应，实现生态保护、文化传承与产业发展协同共进。

兴仁铝产业冲刺四季度

本报讯（记者 段源兴）当前，正值四季度冲刺关键期，黔西南州兴仁市巴铃重工业园内铝企满产赶订单，全力冲刺四季度。

“以前我们主要生产铝板，去年新增了冲床，实现铝圆片就地加工转化。”贵州骅骏铝业科技有限公司生产总监周辉介绍，今年1至8月，公司产量达3.7万余吨，实现产值91亿元，眼下，企业正加紧生产，全力完成订单，预计全年产值可达12亿元。同样深耕铝产业链的贵州铝基新材料有限公司，是一家主攻高精铝板带箔的深加工企业，其产品广泛应用于新能源电池、电子基板、汽车零部件等高端领域，今年企业发展势头强劲，1至8月，产量达9万余吨，产值约20亿元。四季度该公司将抓生产、稳供应、促技改，跑出生产“加速度”。

今年兴仁市上半年铝及铝加工产值占规上工业总产值的比重为73.8%。四季度该市将继续引导铝板材、铝基新材料等10余家企业抱团发展，依托产业链带动铝产业进一步提质增效。

兴义笔山中学入选国家级实验校名单

本报讯（记者 杨爰）10月11日，记者从黔西南州兴义笔山中学获悉，教育部近日公布首批全国中小学科技教育实验区和实验校名单，兴义笔山中学成功入选。

近年来，兴义笔山中学持续推进科学教育，将科技创新融入校园育人实践。学校通过举办校园科技节、“笔山杯”科技运动会，为学生搭建动手实践、探索创新的平台；依托人工智能教育应用工作室和三维建模、3D打印平台开设相关课程，并组织学生参加各级青少年科技创新赛事。同时，邀请高校专家进校园开展科普讲座，组织学生参观中国流动科技馆，不断丰富科学教育形式。

普安松林贡米闯市场

本报讯（通讯员 侯荣 记者 唐波）“趁着天气好，家家户户都忙着采收。我家的水稻预计这几天就能全部收完。”10月10日，黔西南州普安县楼下镇村民韦大进说。

楼下镇地处河谷地带，气候温润、雨量充沛，土质肥沃，产出的水稻米粒细长匀净、煮蒸后松软油润、清香回甘，早在清朝嘉庆年间，楼下松林大米就因米质上乘被选为贡品，远近闻名。过去楼下松林贡米虽名气在外，却因种植分散、品种混杂、标准化程度不高、品牌影响力弱等难题，并未在市场上卖出好价钱。

楼下镇党委副书记蔡耀介绍，为打造楼下松林贡米品牌，楼下镇坚持稳面积、提品质、树品牌的思路，优选传统品种，推行“合作社+基地+农户”模式，统一技术指导、统一田间管理，实现规模化、标准化种植。今年，楼下镇种植贡米1126亩，亩产达500公斤。

“以前自家种自家吃，少量挑到街上卖，卖不上价。现在跟着合作社科学管护，稻谷有人统一收购，销路不用愁。”韦大进说。贡米产业还提供了田间管护、收割、加工、包装等就近就业岗位，不少群众在家门口实现务工增收。

有了好品质，更要闯市场。楼下镇不断强化品牌意识，规范包装标识，依托线上电商平台、线下商超拓宽销路。今年，新上市的松林贡米已销售超0.5万公斤，意向性销售达3万公斤。