



非遗导师传授客家米酒酿造技艺。
赣州市客家文化(赣南)生态保护区
管理中心供图



江西推动“四个100”非遗导师下乡计划——

老手艺成为乡村振兴“金钥匙”

本报记者 王竹青

“各位贵客朋友,碗里筛满酒哟喂……”走进江西龙南市杨村镇燕翼围,客家敬酒歌伴着清冽酒香四散传开,品客家米酒、学酿酒技艺成为备受游客欢迎的旅游业态。

这碗杨村米酒,承载着客家人的生活智慧与文化记忆。作为江西“四个100”非遗导师之一,省级非遗项目龙南杨村米酒酿造技艺传承人廖旺娣深知,非遗不能只躺在名录里。她一边“守”,设立非遗工坊、名师工作室,编制古法酿酒流程图,保住浸米、蒸饭、发酵等核心工序不丢失;一边“传”,构建“1+5+N”传承梯队,手把手带出5名骨干弟子,言传身教辐射带动更多农户,让米酒酿造从“一个人的坚守”变成“一群人的事业”;还大胆“创”,开发果味米酒、酒酿糍粑、古酿咖啡,让米酒“触网”直播销售。目前,杨村镇已有米酒工坊90余家,带动560余人务工,年销售额达1000万元。

这是江西非遗赋能乡村振兴的鲜活案例。2026年,江西“四个100”非遗导师下乡计划持续向纵深推进。从“送文化”到“种文化”,从“单次展演”到“系统传习”,注重长效性和参与性的非

遗导师下沉服务不再是“来一次、演一场”,而是依托新时代文明实践站、社区活动中心等阵地,入社区、走乡村、驻景区、进校园,扎根基层、精准服务,开展常态化培训和传习活动千余场,授艺培训2000余人次。

广袤乡间,“非遗+文旅”“非遗+产业”“非遗+研学”等模式从试点走向成熟,一批可复制、可推广的典型案例脱颖而出。

在九江绿丰茶厂,庐山云雾茶制作工艺非遗导师邹秀源带领农户开发庐山云雾茶啤酒、云雾茶冻干粉等产品,入选江西省少数民族艺术展非遗精品展示名单。这些“非遗伴手礼”不仅留住了乡味,更成为带动农户增收、壮大村集体经济“的金钥匙”。

此外,还有万载得胜鼓与花灯戏进驻景区常态化演出,抚州灌芯糖沉浸式体验工坊年接待游客超2万人次,新余药香文创产品通过电商直播走出江西,奉新黄连麻糍、高安骨伤医术、鹰潭眼镜定制配镜等项目纷纷建立基层服务点……非遗技艺正从文化资源转化为发展动能,融入日常生活。

非遗传承的触角还延伸至基础教育领域,实现从单次体验到系统美育的跨越。江西非遗导师与中小学校建立常态化合作机制,将传统技艺纳入校本课程、课后托管和社团活动。宜春南庙武术、樟树剪纸、景德镇乐平腔戏曲纷纷扎根课堂,从观摩体验变为学期制教学,让非遗成为学生的成长伙伴。

在湖口县付垅小学,青阳腔非遗导师饶江钊的课堂不再是一次性展演。今年,她与学校签订了长期教学协议,每周固定授课,累计培养固定学徒30余名,学习课时超100节,细心打磨唱腔咬字、身段手势、台步走位的每个细节。如今,学生不仅能完整演唱经典选段,还登上了县级文艺汇演的舞台。

非遗资源下沉基层、长效运转的背后,是江西完善的制度兜底为非遗导师队伍吃下定心丸。江西优化非遗导师经费管理机制,参照国家级非遗代表性传承人补助标准,出台“年初预拨、评估后拨付”的经费保障新规。同时,建立导师动态评估与调整轮换机制,确保队伍活力和服务质效,持续激活非遗传承的内生动力。

大凉山深处奏响“冰与火”之歌

新华社记者 董小红 尹恒

冰川在此凝固,非遗在此沸腾。

四川凉山州螺髻山,被称为“世界古冰川公园”,蜿蜒横跨西昌、普格、德昌三市县,主峰海拔4359米,因形似青螺、宛若玉髻而得名。当古冰川的“冷”与彝族阿都文化的“热”在此相遇,一场关于地质与人文的壮丽交响曲,正在大凉山腹地激荡回响。

“螺髻山是一座研究第四纪古冰川的天然博物馆。”站在古冰川刻槽遗迹前,凉山州螺髻山旅游景区管理局副局长曾尚文语气中满是自豪。

螺髻山的地质史诗,要从9亿年前说起。中酸性岩浆喷发侵入,一次次造山运动将这片土地抬升出海平面,直到200多万年前第四纪大冰期降临,冰川如巨大刻刀,在岩体上镌刻出冰蚀湖、角峰刃脊、刻槽……这里至今仍完整保存着17种古冰川地质遗迹。

一山分四季,十里不同天。古冰川运动与地理气候融合,更孕育出丰富的生物资源宝库。

“山里生长着2400余种动植物,尤其有30多种杜鹃花,杜鹃花彝语称‘索玛花’,是彝族的迎客之花。”曾尚文介绍,每年花季,姹紫嫣红的索玛花在古冰川遗迹间怒放,冷硬的岩石与柔美的花海交织成画卷。

2022年,螺髻山建成640平方米的古冰川地

质遗迹及生物多样性科普馆,这也是凉山州唯一的综合性自然科普馆。“从秘境探索的触摸屏到看图识物的趣味游戏,这儿已成为大家研学旅游的网红打卡点。”曾尚文说,去年接待研学游已超5万人次。

如果说冰川是螺髻山的骨骼,那非遗就是它的血脉。

“非遗不能只躺在博物馆里,要让大家可看、可学、可体验。”曾尚文介绍,螺髻山以彝族年、火把节、彝绣等为核心,组建起“传承人+艺人+志愿者”的90人梯队,常态化开展民俗展演、技艺教学、研学体验等,年均活动130场次,参与游客达10万人次。

2025年7月,浙川东西部协作的标志性成果——凉山州非物质文化遗产保护传习体验基地在螺髻山脚下建成开放。彝绣、漆器、银饰、阿都高腔同台展示,以“活态展演+沉浸式体验+文化交流”为核心,打造文旅融合新平台。

走进该基地,50岁的普格县非遗传承人衣扎正手把手地教游客刺绣。她向记者展示了一个彝绣枕头,上面的盘扣是她花了半个多月一针一线缝制的。“现在来体验非遗的游客越来越多,我也在带徒弟,还在学彝文书法。”衣扎说。

同样的故事发生在附近的德育村。44岁的

村民吉木日各曾靠种地为生,2019年在附近开了一个农家乐,起初只有一两间屋子。随着周边游客增多,他的农家乐扩建了宴会厅、家庭农场,现在有8个房间,年收入30多万元。

“我还养了10多头高山黑猪,还会唱‘彝人的京剧’阿都高腔,经常给游客表演。现在路通了,游客也多了,生活越来越有盼头。”他笑着说。

如今,螺髻山正通过“景区+合作社+传承人+农户”的模式,助力非遗活态传承,非遗正成为推动乡村振兴的重要引擎。目前,螺髻山接待非遗体验的团队已超1000个。

端午节将至,螺髻山景区还将组织“承千年文脉,连山海情谊”的非遗交流盛宴,联动大凉山与宁波两地非遗精粹,打造文旅融合的非遗交流盛宴。

“我们正在深度挖掘古冰川遗迹的魅力,持续推动非遗创新转化和活态传承,围绕火把节、彝历年等,让大家玩出不一样的‘文化味儿’。”曾尚文说。

在角峰之巅看云海翻涌,听阿都高腔穿透云霄……冰川的冷,非遗的热,在此交融激荡。而今,这首“冰与火”之歌,正从大凉山深处奔涌而出,愈发辽阔磅礴。



6月11日,从黑龙江省哈尔滨市到大兴安岭地区游玩的张先生听说当地发放了20万元文旅消费券,根据提示领券并订购了大兴安岭地区漠河市北极山庄的大床房,发现立减100元。张先生说:“节省的是真金白银,实惠看得见。”据大兴安岭地区文体广电和旅游局产业资源发展科科长马红艳介绍,今年以来,大兴安岭地区已发放3批共60万元文旅消费券,促进文旅市场繁荣。

文旅消费券是由政府或相关部门发放的定向电子代金券,用于抵扣住宿、景区门票、餐饮、文娱、交通、文创等文旅消费,旨在激活文旅消费内生动力,形成政府引导、市场响应、群众受益的良性循环。

今年以来,黑龙江各地围绕旅游景区、酒店民宿、文化娱乐、文创产品等文旅消费核心场景,分批发放各类文旅消费券,拉动“吃、住、行、游、购、娱”全链条消费。例如,“五一”假期,黑龙江各地与各大电商平台合作,累计发放文旅消费券1200多万元。其中,哈尔滨发放500万元,牡丹江、大庆、伊春各发放100万元,齐齐哈尔、佳木斯、鹤岗、黑河、大兴安岭等地也结合地方文旅资源,推出各具特色的文旅消费券。

据介绍,哈尔滨今年计划投放1亿元文旅消费券,截至目前已发放6000万元,覆盖景区门票、酒店民宿、文化娱乐、餐饮消费、旅行社跟团游五大消费场景,让广大市民游客享受更广泛、更便捷、更直接的文旅惠民福利。大庆推出的“惠聚大庆悦享文旅”文旅消费券,则围绕旅游景区、酒店民宿、文化娱乐、旅游交通、文创产品及旅游商品销售等领域进行发放。

值得一提的是,“东北超”期间,哈尔滨特别推出“东北超文旅消费券”,优惠幅度从常规的20%提升至25%。作为文旅消费券的延伸版,手机里的“东北超”购票凭证在引客方面也发挥了重要作用。哈尔滨极地公园副总经理张志

黑龙江:

『花式』文旅消费券,惠民促游两不误

本报记者 张建友

铭介绍,游客凭“东北超”购票凭证,可享受哈尔滨极地公园、极地馆、海洋馆半价优惠,咩咩农场、异境馆、淘学企鹅馆则完全免费。

黑龙江省文化和旅游厅产业发展处处长郭彦海表示,黑龙江各地文旅部门发放文旅消费券,全力丰富文旅供给,激活了消费潜力,提升了游客体验的满意度。



游客们走进景区参观。

关卫宏 摄

价格打折,体验不能“打折”

郭凯倩

近年来,随着文旅市场的持续火热,各地纷纷推出名目繁多的文旅消费券(或惠民卡),以“政府补贴+个人出资”的模式,降低文化消费门槛,激活文旅市场活力。

作为一项兼具促消费与惠民生的政策工具,文旅消费券(或惠民卡)无疑是当下文旅融合的好抓手,成为撬动文旅消费的杠杆。例如,“诗画浙江文旅惠民卡”累计销售已突破107万张,带动出游人次147万,拉动综合消费超10.2亿元,既丰富了群众的精神文化生活,又为地方经济注入活力。

然而,一券(卡)在手并不等于文旅无忧。随着文旅消费券(或惠民卡)的普及,一些问题也逐渐显现。有游客反映,使用惠民卡进入景区后却发现步行通道关闭,必须购买观光车票;有市民发现,惠民卡涵盖的热门景区预约名额极少,节假日基本无法使用。这些问题的本质在于,一些地方的文旅消费券(或惠民卡)过于注重“价格惠民”,却忽视了“体验惠民”,反而让好事打了折扣。

文旅消费券(或惠民卡)要真正惠民,不能只盯着价格做文章,而是要形成多方合力,共同保障群众的文化消费体验。

一方面,政府要在“管”字上下功夫。不仅要保证财政补贴的持续投入,更要建立严格的监管机制。针对强制捆绑销售、随意变更合作权益等行为,应有明确的应对措施;同时,推动使用规则的透明化、标准化,明确节假日使用、退费转赠等关键条款,让消费者用得放心。

另一方面,服务主体要在“诚”字上做文章。文旅消费券(或惠民卡)带来的不仅是财政补贴,更是源源不断的客流和潜在的二次消费机会。服务主体要用优质服务赢得口碑,形成“惠民卡引流、优质服务留客、衍生消费增收”的良性循环。

小小卡券,一头连着民生福祉,一头连着经济活力,其承载的不仅是价格优惠,更是群众对美好生活的向往。只有把“体验惠民”与“价格惠民”摆在同等重要的位置,才能让文旅消费券(或惠民卡)成为群众手中的“幸福券(卡)”。