

人文经济如何赋能楚雄文旅高质量发展



嘉 宾：

李 炎(云南大学文化发展研究院院长、文化和旅游部云南大学文化和旅游研究基地首席专家)

宋洋洋(中国人民大学创意产业技术研究院副院长)

黄 斌(中央民族大学中国式现代化研究院执行院长、教授)

主持人：

李 琤 饶定烈



武定狮子山航拍。 何新闻 摄

成果与价值：
如何总结文旅成绩，变资源为资产？

主持人 “十四五”期间，云南楚雄经济总量突破2000亿元，文旅产业作为重要支撑，成绩斐然。从人文经济学的角度看，楚雄文旅发展的核心成果与独特价值是什么？

李炎：从数据来看，楚雄文旅“十四五”期间打下了坚实的基础。首先是文旅经济的持续攀升，2024年全州旅游业总花费达676.31亿元，同比增长13.2%。2025年上半年，接待国内游客2696.8万人次，实现旅游花费246.57亿元。其次，节庆经济成为强劲引擎，2025年火把节期间，全州旅游总花费达16.81亿元，同比增长8.87%；国庆中秋假期，接待游客186万人次，旅游花费同比增长20.45%。这些数据表明，楚雄文旅的“基本盘”非常稳固。

在具体产业上，彝绣产业异军突起。楚雄州彝绣产值从2022年的8亿元攀升至2025年的13.3亿元，经营主体从538户增长到2233户，规模以上企业发展到13户，带动6.2万名农村妇女、脱贫群众、残疾人就近就业。全州建成77个彝绣车间、513个村级绣坊，构建起“区域有园区、县县有企业、乡乡有车间、村村有绣坊”的产业生态。元谋的避寒旅居也成为标杆，旅居人数从2019年的2万人次增至2025年的10.2万人，2025年购房者中旅居人员占比高达92.16%。这些数据证明，楚雄在旅居赛道上已经开辟了差异化竞争的新空间，对四川攀枝花、云南昆明等地的客流形成了强大的吸引力。

楚雄文旅发展的核心成果，不在于单纯的数据增长，而是探索出了一条“文化赋能、产业富民、品牌引领”的后发地区文旅崛起路径。第一，以非遗传承发展为突破口，实现了文化保护与经济发展的双赢。第二，以节庆品牌化为抓手，实现了从“文化展示”到“流量变现”的跨越。第三，以气候资源化利用为特色，培育了差异化竞争优势。这些成绩，为其“十五五”期间的跃升奠定了坚实的基础。

黄斌：楚雄的文旅成果，还体现在其助力铸牢中华民族共同体意识。通过推广“栗子园”“幸福里”等互嵌式发展模式，以及举办“火把红”青少年交流计划等活动，文旅产业成为促进民族交往交流交融的重要平台。游客在体验彝族文化的同时，也在潜移默化中增强了对中华文化的认同。这超越了单纯的经济效益，体现了文旅产业在促进社会和谐、文化认同方面的深层社会价值，是人文经济学“全面发展”理念的直接体现。

宋洋洋：楚雄的独特价值，可以用“三种时间”来概括。一种是以恐龙化石和地质遗迹为代表的“地球时间”，一种是以元谋人及中华文明探源为代表的“人类时间”，第三种是存在于彝绣、节庆、歌舞、饮食、村寨和日常生活中的“生活时间”。很多地方有自然风光，也有民族文化，但楚雄能够在同一地域中呈现亿万年的生命演化、百万年的人类活动和今天仍在生长的民族生活，说明当地已经拥有相当稀缺、难以复制的人文经济资产。楚雄未来要经营的，不是一组相互分散的景点，而是一条能够让人们读懂生命、文明与生活的“时间走廊”。

挑战与破局：
从“过境地”到“目的地”，
最大的挑战是什么？

主持人 楚雄“十五五”规划明确提出，要将楚雄从“过境地”变成“目的地”。这不仅交通和设施的升级，更是发展理念的跃迁。楚雄当前面临的最大挑战是什么？又该如何破局？

李炎：当前楚雄文旅最大的挑战在于如何将“流量”转化为“留量”。规划中提到要构建“快进慢游”的交通体系，高速公路里程达1000公里，争取机场开工，这都是为了解决“进得来”的问题。但“留得住”靠的是服务品质和产业生态。规划中提出打造35个精品旅居村和10个精品城镇旅居社区，这就是一个很好的抓手。我们需要围绕“旅居”这个核心，完善医疗、教育、商业等生活配套，让游客能“慢下来、住下来、融进来”，把楚雄当成“第二个家”。

我认为，破局的关键在三个层面。第一，打造“滇中周末小环线”，实现从“点状开发”到“线性集聚”的空间重构。第二，推动彝绣从“卖产品”到“卖体验”的业态升级。重点打造彝绣文化活态体验场景。第三，构建“春赏花、夏避暑、秋品菌、冬避寒”的四季康养产品体系，破解季节性难题。

宋洋洋：最大的挑战在于如何实现从“资源依赖”到“创新驱动”的转变。楚雄拥有世界级的资源，但目的地的打造更依赖于内容创新、场景营造和体验升级。规划中提到的“AI+旅游”“VR+旅游”以及低空经济，都是非常好的方向。关键在于，如何将新技术新业态与楚雄的文化内核深度融合，创造出独一无二的、不可复制的沉浸式体验。这需要大量既懂文化又懂科技、懂市场的复合型人才，也就是规划中强调的“投资于人”。

破局的总体思路可以概括为：一条主叙事、三大产品群、四套支撑体系。楚雄可以用“中华文明的生命走廊”作为州域文旅的主叙事，把分散的资源组织到同一个认知框架之中。三大产品群分别是生命演化与文明探源产品群、彝族活态文化产品群、生态美食与旅居生活产品群。四套支撑体系分别是内容生产体系、公共服务体系、产业协作体系和数据评价体系。缺少其中任何一套，世界级资源都可能停留在宣传口号层面。

品牌化与精品化：
如何让彝族文化业态和旅居生活更具竞争力？

主持人 楚雄的彝族文化业态和旅居生活是其核心吸引力。“十五五”时期，应如何推动这些业态的品牌化与精品化发展？

宋洋洋：文化“走出去”的较优形态，是同时输出内容、产品、标准、场景和合作网络。对楚雄彝绣而言，可以重点建设五个体系。一是纹样和文化知识数据库，系统记录纹样来源、文化含义，解决设计使用中的来源模糊和文化误读问题。二是产品质量与来源认证体系，围绕材料、工艺、针法等建立分级标准。三是设计授权与利益分配体系，让文化社区成为产业链中的权利主体。四是国际设计协作体系，通过设计师驻留、国际品牌联名，把彝绣转化为当代艺术语言。五是稳定的市场渠道体系，推动彝绣衍生品进入博物馆文创店、精品酒店和国际展会，让彝绣进入现代人的日常生活。火把节和赛装节也可从不定期的节庆活动升级为全年内容生产平台。围绕服装、音乐、舞蹈、美食、影像、青年交流和设计教育，形成活动前的创作季、活动中的展示季、活动后的交易季。有效的生活方式输出，是消费者即使没有来到楚雄，也愿意穿楚雄的设计、使用楚雄的产品、学习楚雄的技艺、参与楚雄的节庆，并因这些体验产生到访楚雄的愿望。

李炎：发展旅居，楚雄不宜简单复制大理或西双版纳的经验，而应走“康养旅居+民族文化体验”的复合路径。大理的“艺术旅居”和西双版纳的“气候旅居”已经形成了较强的品牌锁定效应，楚雄如果正面竞争，很难突围。但楚雄有独具特色的中(彝)医药资源。具体而言，元谋、永仁可重点打造“银发经济+康养旅居”，姚安、大姚可发展“花卉+艺术旅居”，南华、双柏可打造“野生菌+生态旅居”，楚雄市、禄丰可打造“文化+研学旅居”。“旅居楚雄”的核心竞争力就是“气候+康养+民族文化+真实生活场景”的复合价值。

黄斌：旅居楚雄的重心应当是“至少半年以上的在地生活方式”，而非短期的“候鸟式康养消费”。短期候鸟消费虽然能带来即时的住宿和餐饮收入，但对地方经济的带动作用有限，且容易带来“旺季一房难求、淡季门可罗雀”的脉冲式波动。半年以上的在地生活方式意味着旅居者成为“新村民”，参与社区建设、文化创作，形成稳定的“社群经济”，带动本地就业。

系统化布局：
如何以“小环线”串点成线，
构建全域发展新格局？

主持人 楚雄的文旅资源分散在10个县市，如何打破地域壁垒，通过“小环线”等系统性布局，实现串点成线、连线成面的全域高质量发展？

李炎：西南地区人文经济协同发展的核心逻辑，是差异互补、要素流动、价值共享。多年来，我一直在呼吁打造“滇中周末小环线”。这条线路依托昆明、攀枝花两大客源市场，将武定、元谋、永仁、大姚、姚安、南华、楚雄、禄丰恐龙谷串联成周末城郊短途闭环旅游线路。此外，楚雄还立足滇中咽喉与面向成渝的“桥头堡”区位优势，从三个层面发力：一是州域协同——构建“双城引领、八县互补”格局，以楚雄市、禄丰市为核心，推动元谋康养、永仁一大姚彝绣、南华菌经济、姚安一双柏生态旅游等差异化发展，强化品牌、线路、客源联动；二是省际融合——向西融入“昆楚大丽香”旅游线与金沙江联盟；向北对接成渝（重点关注攀枝花客源市场），强化营销与交通；向东承接昆明都市圈短途需求。三是跨境拓展——借机场建设契机，推动彝绣、彝药等特色产品“出海”，深化与南亚东南亚文旅合作，聚焦东南亚客源，打造跨境旅游节点。

黄斌：线路是“流动的空间”，其价值不只在于地理连接，更在于文化意义的连续生产和消费体验的递进设计。目前楚雄的线路建设是“政府画图、企业各自为战”，缺乏统一的市场主体，建议优先从三个层面推进。第一，优先打造“滇中周末小环线”，因为这是市场最成熟、距离最短、变现最快的线路。关键是设计“周五出发、周日返程”的2.5天旅游产品，将资源串联成“可预订、可组合、可定制”的模块化产品。第二，优先培育“彝绣+旅居”的复合型业态，因为这是楚雄最具独特性的资源组合。第三，优先建立“州级文旅运营平台+县级文旅合作社”的两级运营体系。

宋洋洋：楚雄在区域协同中的竞争力，最终取决于能否从“交通经过点”成为“内容组织者”和“文化价值转换平台”。在滇中城市群中，楚雄可以承担三种功能。第一，成为昆明面向滇西的文化旅游承接地。第二，成为大理、丽江旅游线路中的“文明入口”。第三，成为金沙江流域和滇川地区的文化连接节点。区域协同不能停留在互相推介。建议推动“一张人文地图、一套旅游通票、一组主题线路、一个活动日历、一套服务标准和一个数据平台”，不同城市各自提供不可替代的内容，避免重复建设同类型古镇、夜游和沉浸式项目。