



图为“永兴号”飞机。 受访者供图



安徽小村“飞”出文旅新路

本报记者 孔令晖

2025年7月,安徽省芜湖市湾沚区花桥镇永兴村集体花100多万元购买了一架双座轻型飞机,起名“永兴号”。这也是安徽首架由村集体购置的飞机。如今,飞机已运营一年多。小村为何买飞机?低空文旅给村里带来了什么?带着这些问题,记者走进永兴村一探究竟。

在东方飞谷航空飞行营地机库里,“永兴号”与其他十多架飞机整齐排列。永兴村党委书记丁慧告诉记者,村里采用“保底收益+分红”的托管模式,把飞机委托给营地运营方运营,主要用于空中观光旅游。

“游客低空飞行体验需求激增,营地运力出现缺口。村集体与我们认真商议后,购置了新飞机,既能满足游客需求,也让村集体多了个增收渠道。”营地董事长王裕正说。

低空文旅业态的兴起,离不开芜湖低空经济十多年的持续深耕。芜湖是安徽乃至全国最早发展低空经济的城市之一,已成为全国首批通用航空产业综合示范区、国内重要低空装备基地。

国家有关部门明确,低空经济发展在严控风险、确保安全的前提下,支持具备条件的地区优先推广成熟场景,培育壮大有潜力的新场景。在这一原则指引下,安徽省印发“低空+”应用场景拓展工程行动方案,因地制宜推进低空消费等应用场景有序规范发展。

近年来,芜湖航空产业聚焦链条条自主可控,构建起整机制造、核心部件研发、无人机生产等体系。位于湾沚区的芜湖航空产业园,集聚全产业链企业超200家,2025年芜湖航空产业基地产值达350亿元,同比增长32.6%。随着龙头企业相继引进培育,核心区内通航整机核心部件本地配套率已达100%。

航空产业链的延伸,为低空文旅融合发展提供了支撑。永兴村过去是典型的农业乡村。随着芜湖大力发展航空产业,一些低空业态开始在当地布局。2024年10月,占地376亩、按A1类通用机场标准建设的东方飞谷航空飞行营地在村里建成投用。营地选址永兴村,远离城市核心区,以乡村为试验场,在隔离运行的环境中逐步探索低空消费场景。

营地提供飞行培训、空中观光、高空跳伞、热气球体验等多元航空服务,同时为周边企业提供场地测试无人机性能,受当地政府部门委托在长江流域开展空中巡查,并尝试无人机物流、无人机配送等城市空中交通项目。这些载物应用的探索,为载人观光积累了经验,打下了安全基础。

营地自2024年10月运营以来,累计接待游客超过10万人次,带动周边100余名群众灵活就业,人均月增收2000元,并带动全镇旅游消费超1700万元。“正是有了产业前端打下的基础,村集体才顺势买下飞机,帮助营地

补上运力缺口。”王裕正说。

低空观光,给游客看的是什麼?从空中俯瞰,永兴村的农田、河渠、村舍尽收眼底。水乡肌理、田园格局,在地面看是寻常景致,飞上天却成了一道独特风景。76岁的村民丁长荣是“永兴号”首位乘客。他告诉记者,飞起来看田园,是之前想象不出来的场景,也让他对家乡多了一份自豪。

记者在营地看到,不少游客游玩之后,并不急于离开,而是走进村里转转,尝尝农家菜,买点土特产。低空观光带来的人气正延伸到地面,与乡村文化体验形成联动。从无人机巡查、无人机配送的载物探索,到空中观光、研学体验的载人消费,低空文旅的融合之路正沿着安全有序的节奏逐步展开。飞行营地落地后,从飞机购置、发动机维护到飞行员培训,在湾沚区可实现一站式服务。

将低空产业优势转化为文旅消费场景,这一做法在长三角县域中尚不多见。芜湖市湾沚区从全域发展布局出发,把低空文旅作为重要差异化业态,大力发展乡村休闲旅游,今年入选“安徽皖美宝藏小城”。

丁慧对村里未来发展充满期待,他表示,随着更多企业入驻、游客到来,村里发展农文旅项目的产业基础将更加坚实。下一步将根据实际,有序发展民宿、打造乡村新业态,逐步提高村民收入、壮大乡村产业。



竹笼织机织出锦绣壮锦。

广西忻城:

把时光织进布里

本报记者 李 玲 文/图

在广西中部,红水河蜿蜒流淌,一座名为忻城的小城静卧河畔。这里有留存完整的莫土司衙署,其建筑上保留着时光沉淀下的壮锦文化密码。近年来,忻城以壮锦为纽带,将非遗保护、农业发展、文创创新与文旅赛事深度融合,在乡村振兴的道路上织出一幅绚丽图景。

中秋国庆双节期间,忻城以“锦绣壮乡·幸福忻城”为主题,推出文旅促消费暨土司壮锦文化艺术周系列活动。土司老街灯火璀璨,非遗展演轮番登场;小马仔供月祈福仪式重现传统民俗;花灯制作大赛吸引全城家庭参与;壮锦主题打卡点成为热门去处。粤桂帮扶文旅好物馆内,游客挑选着壮锦文创、珍珠糯米等特色产品;薰衣草庄园的金色花海与莫土司衙署的古建筑群相映成趣,勾勒出一幅古今交融的画卷。

据统计,双节假期忻城累计接待游客71.49万人次。丰富的文旅产品供给,不仅激活了假日经济,更让壮锦文化在沉浸式体验中触手可及。

穿行于忻城的街头巷尾,时不时能看到织娘坐在家中的竹笼织机前,手脚并用,编花竹在经线间逐次转移,木梭在经纬之间往返穿梭,彩线一寸寸化作锦面。竹笼织机是壮锦织造的重要工具,也是忻城对壮锦技艺的重要贡献。如今,壮锦手工坊里老竹笼机踏踩时发出的“吱呀”轻响,与现代化蚕丝绢产业园里智能织机的低沉轰鸣交织在一起,构成这座小城真实的非遗传承图景。

找寻壮锦的纹样密码,莫土司衙署是一处可以深入研究的地方。这座始建于明万历年间、绵延400余年的壮族土司建筑群,其镂空花窗多为壮锦图案,衙署建筑的每一个细节都记录着忻城壮锦花纹图案,展现了壮锦发展的鼎盛。

在忻城,壮锦的传承离不开一代代手艺人的坚守。自治区级非遗代表性传承人梁恒源2013年大学毕业后返乡创业,起初为攻克核心技术“编花本”,常去老街观察老艺人织锦并录像学习。2015年,他开始经营壮锦特产店,并动员表弟兰培文一同返乡投身壮锦振兴。“当时全

县掌握全套壮锦技艺的仅剩3人,整套提花系统如同密码,全靠口传心授。”梁恒源说。兄弟俩走村串寨,将老艺人的口述工艺整理成教材,并开创性地引入电脑画图软件,数字化记录提花系统工艺。“过去手工描图需数月,现在借助电脑几天就能完成。”为解决传统壮锦产量低、色彩与现代审美不符等问题,他多次前往江苏、海南学习织染技艺,研发出蚕丝不褪色的染色技术。他将现代流行元素与传统壮锦结合,创新开发复古型、珍藏型、旅游型产品及“民族芭比娃娃”系列文创产品,其中壮锦娃娃系列荣获2017年全国旅游商品大赛铜奖。

在莫土司衙署大夫第展示中心,集中展示着梁恒源恢复的多款珍贵壮锦纹样织锦,涵盖凤穿牡丹、双龙戏珠、狮子滚球等经典图案,并通过时尚手袋、家居织物等载体进行现代化表达,让古老纹样在当代生活中重新焕发生机。其中的《壮乡故宫》真丝壮锦,让青砖飞檐跃然锦上,衙署建筑的雕花与瓦楞清晰可辨,仿佛历史在丝线中低语。“我学织壮锦不是为了赚钱,也不是为了出名,是为了子孙后代还能看到这项流传上千年的技艺。”梁恒源说,“作为年轻人,我们更易捕捉到现代人的审美,将老纹样转化为现代时尚单品。”

“90后”兰培文也是壮锦自治区级非遗代表性传承人。2015年,他在表哥梁恒源的带动下,从城市返回家乡,用两台旧织机开启壮锦传承之路。面对传统工艺的式微,他大胆创新,将壮锦元素融入旗袍、马面裙等服饰,产品不仅在國內走红,更远销东盟与欧美市场,让壮锦走出大山。“工艺不可减,纹样不可乱。”兰培文始终恪守这一信条。如今,为推广技艺,梁恒源与兰培文一起创办壮锦培训传习所与传承基地,推广“企业+培训+织娘”模式,免费传授技艺,提供居家就业岗位,带动1400名妇女在家门口就业,助力乡村振兴。

为了激活壮锦文化、推动产业升级,今年6月,忻城启动了“锦绣中华”壮锦创新创业大赛。赛事以“锦绣来宾 非遗新生”为主题,设置锦绣融合、国潮新生、数字文

创等赛道,吸引全国设计师参与,探寻非遗的现代转化路径。大赛不仅带来设计灵感,更推动产业落地。获奖作品通过孵化,在忻城茧丝绸产业园加速创新发展,转化为市场产品,形成“种桑—养蚕—缫丝—织锦”全产业链。在广西民族博物馆文物部副主任樊苗苗看来,壮锦的民间根基深厚,其色彩与纹样承载着自然认知与情感记忆,是区别于其他名锦的核心特质。“通过赛事激发壮锦创新,既守住了文化之根,又发掘出日用之美。”樊苗苗说。

站在莫土司衙署的廊底下,织机的哒哒声仿佛穿越千年而来。从窗棂上的纹饰到锦面上的凤穿牡丹,从竹笼织机前的织娘到电脑屏幕上的数字化纹样,忻城人用创新之梭,将时光与文化织入壮锦的经纬。非遗不是博物馆的标本,而是流动的血脉。当传统技艺与现代农业、创意设计、文旅体验深度融合,便能焕发出蓬勃生命力,为乡村振兴注入持久动能。



基层漫谈

『乘游一体』打开文旅消费新空间

孙丛丛

近日,“好客山东·运河1号”首批航线投入运营,覆盖山东济宁、枣庄、泰安多地,串联南阳古镇、微山岛、红荷湿地等文旅资源。国庆假期,“孔子号”游船开航即热,上座率超九成。

近年来,山东启动“交旅1号工程”,陆续推出“齐鲁1号”铁路游、“半岛1号”海上游、“山海1号”自驾游、“运河1号”内河游等系列产品,并以“齐鲁1号”为核心打造文物研学、非遗主题列车,把原本零散的资源整合成联动全域、跨省延展的旅游动线。

截至9月中旬,“好客山东·齐鲁1号”旅游列车已累计运送旅客130余万人次,带动沿线综合消费达20亿元。亮眼数据背后,是山东以创新思维接住交通流量、做好交旅融合“下半场”文章的鲜活实践。在“交旅1号工程”实施过程中,山东没有止步于物理意义上的串点连线,而是把车船本身及游览动线、接驳服务、票根权益等纳入前置设计和预期管理,让游客获取的不仅是一张单程票,更是一份可预期、可触达的完整行程预案。

首先,交通载体就是旅游产品,打破了景区才是消费终点的固有思路。山东挖掘交通工具独立的产品价值,通过组织常态化、多频次的展演、展示活动,把车厢变成流动舞台、移动博物馆和非遗会客厅,让游船客舱成为游客深入了解海洋文化、儒家文化、运河漕运文化的生动场景,同时配齐休闲、餐饮、文创等消费业态,让游客上车(船)即体验。交通工具不再是从A点到B点的枯燥过渡,而是被打造为“移动的文旅体验场”;“在路上”也不再是旅游前置环节,而成为旅游体验本身。

其次,山东以一张立体交通网串联全域资源,打破了“单点分散、各自为战”的旧有模式。“齐鲁1号”经停11市20多个车站,将鲁中、鲁南一批小城接入全省客源网络;“半岛1号”打破滨海旅游资源碎片化,催生出跳岛游、跨省游等全新玩法。通过顶层统筹、共建共享,以往单个景区无力承接的跨省大流量被分流到沿线所有节点,实现了游客总量提升、各地共同增收。

值得一提的是,一张车(船)票在山东不仅是出行凭证,还是衔接住宿、餐饮、接驳等全域文旅消费的“优惠通卡”,其便捷性、可达性有效解决了游客下车后“往哪走、怎么走”等实际问题。“齐鲁1号”沿线站点配套建设文旅驿站,提供旅游咨询、组团接驳、休憩补给等服务。多地对接列车时刻开通旅游直通车、接驳大巴,实现“下车即走、到站即达”。新开行的“孔子号”游船则推出“船票+景区+住宿+文创”一票集成产品,通过运力、信息、服务并联,让游客一次预约即可多程游览,从“一次打卡”变为深度体验。

实践表明,交旅融合并非交通和旅游简单相加,其关键在于把交通线变成体验线、消费链;以“乘游一体化”服务为游客打开新的出行维度,以协同思维打通资源壁垒、串联多元业态,有助于把过路客流转化为在地消费增量,为文旅市场开辟新的增长空间。