

贵州大方“大地指纹”成现象级IP

入秋时节，贵州省毕节市大方县古彝花海梯田热度不减。在烂漫花海掩映下，一场场沉浸式实景文旅活动轮番上演，游客漫步田埂、夜游花海、品鉴非遗，沉浸式感受山地乡村的独特浪漫。

今年以来，大方县紧扣国家扩内需、促消费、稳增长部署，依托稀缺的花海梯田景观与厚重的古彝文化底蕴，成功打造“大地指纹音乐会”现象级文旅IP，依托“让世界听见中国大地艺术的声音”核心品牌定位，蹚出一条轻量化投入、本土化挖掘、创意化运营的特色文旅发展路径，为西部山区县域文旅创新突破、乡村产业提质增效、搬迁群众持续增收交出了一份亮眼答卷。

洼地焕新景

如今风光旖旎的古彝花海梯田，10年前还是一处无人待见的喀斯特洼地，因常年积水、土壤贫瘠、耕作困难，长期闲置荒废。若直接对其进行填埋平整，不仅耗巨资，还会影响原有山体自然肌理，破坏奢香古镇易地搬迁安置区的整体风貌。

2016年，借力易地扶贫搬迁重大民生工程建设机遇，大方县立足山区地貌特点，摒弃粗放填埋的改造方式，顺应原生地形肌理科学规划梯田景观。建设团队将古镇建设开挖产生的工程土石就地堆坡塑形，顺着山势勾勒螺旋回旋的梯田轮廓，同步修建排水系统，彻底解决洼地积水顽疾。整个景观项目2017年全面竣工对外开放，总占地面积达11万平方米。

谈及当初的设计巧思，梯田设计师杨昌贵深有感触：“我们最大的原则就是依山取势、就地取材、节约成本，把施工废土变废为宝，堆叠出指纹一样盘旋的梯田纹路，取名‘大地指纹’，一方面还原彝族先民的传统农耕风貌，另一方面也为易地搬迁这段历史留下专属的大地印记。”

这片梯田兼顾安居保障与产业赋能双重使命，惠及全县2858户搬迁群众。易地搬迁户陈国勇便是受益者，早年他居住在理化乡金鸡村偏远的大山里，交通闭塞，收入微薄，搬到奢香古镇后，借着易地搬迁后续扶持政策开办起古彝人家超市。“从深山土坯房搬到古镇新房子，楼下就是这么漂亮的花海梯田，日子舒心又踏实。”陈国勇说。

9年来，花海梯田免费向公众开放，成为大方县的一张亮丽名片。但游客大多拍照打卡后便匆匆离去，停留时间短、二次消



8月7日，贵州省大方县“大地指纹音乐会”演出现场。王定超摄(中经视觉)

费少，优质的生态景观资源未能有效转化为持续增收的产业动能，梯田背后潜藏的文化价值亟待深度挖掘。

山野起欢歌

当前国内文旅消费加速迭代，大众旅游需求从单一打卡观光转向沉浸式、场景化深度体验。近年来，大方县持续探索农文旅深度融合发展路径，先后精心打造火把狂欢季、奢香村市、苗族跳花坡等一批辨识度极高的本土文旅品牌，逐步跳出县域文旅同质化竞争的困局。在大方县，民间山歌、彝族舞蹈、民俗节庆拥有广泛群众基础，数十年深耕群众文化事业，则为梯田实景演出圈走红积攒了深厚的人文底气与运营经验。

梯田实景演艺并非一朝一夕打造出来的。大方县文体广电旅游局党组成员、副

局长黄彬告诉记者，其中2021年红歌快闪合唱活动首次将大型群艺活动引入梯田核心区，凝聚了人气基础。2022年端午民歌对唱、2024年国庆红歌展演、2025年大地村歌展示活动相继举办，一次次实践充分验证了“大地实景+大众演艺”的创新模式，为“大地指纹音乐会”品牌成型奠定了坚实基础。

2026年，面对文旅市场全新的消费趋势，大方县坚守“轻投入、重创意、深赋能”的发展思路，依托梯田天然高差与原生石磨盘地形，打造原生态自然舞台，正式将梯田演艺IP定名“大地指纹音乐会”。活动期间串联彝族篝火狂欢、山野非遗市集、彝风服饰旅拍、田园夜游打卡等多元业态，构建白天游园观景、夜晚听歌狂欢的日夜联动体系，形成文旅商旅深度相融的完整沉浸式体验闭环。

得天独厚的大地天然舞台、质朴纯粹的山野实景演艺，一经推出便迅速刷屏全网、引爆流量。8月1日首场音乐会正式启幕，8000余名群众和游客奔赴花海梯田共赴音乐盛宴；8月7日第二场演出热度再创新高，现场观众超2.1万人。截至8月10日，全网浏览量突破19.23亿次，全域流量超30亿，原本藏在黔西北小城的城中梯田，一跃成为全国热议的现象级大地艺术文旅IP。

全域享红利

持续攀升的文旅热度，有效激活了县域消费市场。统计数据显示，“大地指纹音乐会”系列活动举办期间，奢香古镇日均游客接待量同比上涨525%，单日最高入园客流量突破10万人次，省外避暑游客、研学团队、自驾爱好者源源不断涌入，带动全县餐饮、住宿、交通、零售等行业消费火爆。

奢香古镇旅居民宿行业迎来爆发式增长，古镇内13家特色民宿夜夜满房，民宿经

营户整体营收同比增幅超310%。直面梯田花海的花田醉精品民宿负责人章本兰告诉记者，她经营民宿多年，往年只有寒暑假、法定节假日才有稳定客源，今年靠着“大地指纹音乐会”的持续出圈，民宿一房难求。她笑着说：“从前守着好风景愁客源，如今音乐会带火了整个古镇，我们收入也涨了不少，真切享受到文旅发展带来的红利。”

古镇美食街区烟火气十足，豆干火锅、瓢井清炖猪脚、彝家咣酒等大方本土特色美食备受游客青睐，餐饮商户纷纷主动延长夜间经营时长，烧烤、烙锅等摊位人头攒动，夜间经济活力被彻底释放。一旁的非遗展销、农特产品市集同样客流不断，市集商户和摆摊的个体户均增收超1.8万元。

与此同时，火爆的文旅产业创造了许多家门口的就业岗位，用工优先向易地搬迁群众、周边脱贫户倾斜，安保值守、现场保洁、舞台协助、摊位服务、导游讲解等岗位累计带动1500余名当地群众稳定务工增收。曾经无人问津的废弃喀斯特洼地，成为搬迁群众源源不断的绿色财源。

借助“大地指纹音乐会”的出圈契机，当地彻底摆脱传统文旅“门票依赖”的老旧模式，推动旅游产业实现两大转变：从游客短时打卡一日游，向留宿旅居深度游转变；从单一自然风光观光，向吃住行游购娱全链条多元消费转变，精准对标国家扩内需、稳就业、促消费政策，走出一条投入可控、可持续运营、全民普惠共享的山区县域文旅富民路。

“短期爆红靠特色，长期红靠品质。”大方县文体广电旅游局党组书记、局长张梦说，大方县将聚焦品牌提质升级，健全长效活动保障机制，链接全国优质演艺资源，持续优化游客服务体验、完善基础设施配套。同时深挖本土文艺资源，面向全国开放参演申报渠道，邀约优质文艺团队入驻展演，持续讲好大方大地艺术故事。

当前，各地的土特产资源并不鲜见。这其中，既有像五常大米、涪陵榨菜、中宁枸杞这样的传统优势土特产，也有鹅肝、鱼子酱、松露等一批“新”土特产，它们并非土生土长，却同样落地生根、闯出了名号。“土特产”三个字，关乎乡村振兴的成色，更关乎农民的腰包。做好“土特产”这篇大文章，既要坚持“守正”，还要善于“出奇”。

首先，“土”字讲究因地制宜，重在盘活家底。“土”是乡土资源，是产业的根基。土特产的生命力，在于其生长在特定的环境里，带着别处难以复制的风味。盘活这份家底，要以现代化农业经营体系为支撑，重新认识乡土资源的可用性。把分散的资源通过土地流转、合作经营等方式有效整合起来，推动形成组织化、规模化、专业化的现代农业生产，“土”才能变“厚”，根基才能扎深。盘活家底，不能满足于“土里刨食”的土经验，还要用农业新质生产力的新法子，跳出“就农业论农业”的惯性思维，不断拓宽“土”的边界。例如，四川鱼子酱、新疆海鲜的走红出圈，靠的是把独特的冷水资源、盐碱地转化为新产业的承载体。此外，还需补齐农业社会化服务及农产品产销信息匹配、冷链物流等短板，让好产品不仅产得出，更能销得畅、运得走，打通小农户对接大市场的堵点难点。

其次，根扎深了，还要在“特”字上见真章。“特”是核心竞争力，是消费者愿意为之付出成本的独特价值，在于将“人无我有”的差异化做到极致。广大农村不缺好产品，但长期以来，一些好产品难以实现优质价优，与标准不够清晰、品牌不够响亮、故事不够动人有很大关系。同样是茶，西湖龙井、云南普洱论两卖，有些产茶大县的茶却只能“论麻袋卖”。擦亮“特”的招牌，得用标准化的尺子把品质质量清楚，用品牌化的手段把身价抬上去，形成稳定的消费黏性和溢价空间。文化是品牌最鲜明的标识，品牌立稳后，还要给产品注入文化的魂，有了文化助力，它就成了一份牵挂、一种回味。例如，一颗“炎陵黄桃”卖的不仅是甜，更是炎帝农耕文化、红色文化与地域民俗文化的融合之味。文化让品牌有温度，也需以制度来为品牌守底线。品牌建设最忌“一损俱损”的连锁风险，某一环节的失守可能导致整个区域公用品牌声誉崩塌。要深入推进农业“三品一标”建设，健全从产前到产后的全链条监管体系，构建从“田间”到“车间”再到“舌尖”的品质保障制度，用刚性约束防止公地悲剧。

最后，收笔在“产”，成于延链增值。“产”是从产品到产业的关键一跃，在于突破初级农产品“一卖了之”的粗放模式，把产业链条拉长、把市场渠道拓宽、把增值收益留住。近年来，我国农产品加工业发展成效显著，但从“初级农产品”到“高附加值商品”那段最增值的路，不少地方尚未完全走通。延伸“产”的链条，要推动一产“接二连三”。例如，广西柳州螺蛳粉，向上游延伸出规模种养，向下游拓展出加工、门店、电商等多元业态，一碗粉撬动了一个大产业。各地还要在以提振消费为重点全方位扩大内需中找准自身定位，结合实际发展农旅融合、农事体验、康养研学等新业态，让城里人愿意把闲暇时光留给田野，将消费留在乡村。但也要清醒认识到，延链不能“为延而延”，新业态的培育必须立足自身禀赋、坚持市场导向、算好效益账，不能照搬照抄，尤其要防止一哄而上、“内卷式”竞争。归根结底，延伸产业链是为了让农产品涨身价、增收益，让农民分享更多加工、流通、销售等环节的增值收益，要推广“龙头企业+合作社+农户”“订单收购+保底分红”“股份合作+按股分红”等模式，将产业链打造为利益共享、风险共担的“共富链”，这也是“产”的落脚点。

总而言之，琢磨透“土特产”这三个字，就是要以“土”固本、以“特”制胜，以“产”富民。“守正”，守的是乡土本色、品质底线和农民收益；“出奇”，出的则是新理念、新技术、新业态，如此才能更好推动农业更强、农村更美、农民更富。

做优区域谈

土特

守正

唐小兵

点评

轻投入也能有大产出

吴秉泽

梯田为台，花海为幕。大方古彝花海梯田的文旅实践，跳出大兴土木打造景区的路径，立足喀斯特山地独有的田园肌理与深厚彝乡文脉，用轻资产创意赋能自然资源，交出一份县域文旅提振消费的生动答卷。

大方的可贵之处，在于解锁了文旅开发新玩法：不改变农田根本属性，推动农景共生；不拘泥单一观光模式，打造沉浸式大地实景场景；不割裂文化与风景，把奢香文化、彝族非遗嵌入山野之间。一处寻常梯田，就此变身吸引八方游客的流量入口。

流量可贵，转化更难。项目紧紧锚定拉

动消费、群众增收目标，串联古镇餐饮、民宿、农特产品产业链，把游客的“打卡流量”稳步转变为商户增收、县城增收的“经济增量”，实现文旅发展与富民兴县双向奔赴。

花海有花期，创意无止境。如何破解季节性客流失衡难题、持续丰富消费业态、健全联农带农长效机制，是大方下一步需要持续作答的课题。

放眼贵州万千山野，遍布梯田、河谷、村寨。大方实践启示我们：县域文旅发展不必一味追求重资产投入。善于挖掘本土资源、深耕在地文化、坚持创意创新，寻常乡土大地，同样能够铺就可持续的乡村全面振兴之路。



近日，内蒙古呼和浩特2026北疆书展主会场上，观众正选购文房四宝文创产品。丁根厚摄(中经视觉)

江西全南推动医改提质增效——

县域医共体守护健康保障线

本报记者 刘 兴

在江西省最南端的全南县，60岁的龙源坝镇居民曾玉英不再为看病发愁。“以前看病检查要往县里跑，耽误时间又误事。现在好了，在镇上就能解决，检查和县里互通，中药、西药都能开。”这一点也从全南县总医院陂头分院执行院长陈洪全那里得到印证，他告诉记者：“我们的诊疗标准、用药规范现在与县医院完全一样。”

近年来，全南直面群众“看病难、看病贵”与医保基金运行压力的双重挑战，以经济机制创新为杠杆，撬动县域医疗体系从“单体竞争”转向“全域协同”，走出一条提升服务效能与控制运行成本并行的不悖的路子。

改革始于架构重塑。2023年，全南整合县人民医院、妇幼保健院、中西医结合医院三家公立医院，组建县总医院并实体化运行。全南县卫健委相关负责人何爱珍介绍，总医院统筹设置“三办二十部”，行政管理人员精简近30%，人力与资源向临床一线集中。

全南县在赣州市率先对医共体实行医保基金

“总额打包、结余留用、超支合理分担”的支付方式改革。2025年度，全县医保基金“打包”给总医院的额度实现了1300余万元的结余留用，结余率达11.77%。“这笔结余资金可以按规定用于添置设备和医院发展，这是真金白银的激励。”赣州市医疗保障局全南分局负责人刘胜蔚说，这种“打包预付”模式，将医院的收入来源从过去的“多做项目多收入”，转变为“做好健康管理、控制不合理成本才能有结余”。

2025年，全南县门诊、住院次均药品费用同比分别下降19.66%和13.82%。全县药品耗材实行统一目录、采购、配送等“七统一”管理，药品最高降幅达77.3%。全南构建了“1个总医院+2个区域医疗次中心+12个基层医疗点”的网格化布局，并建成医学影像、心电图诊断、消毒供应等八大资源共享中心。

“现在，患者在乡镇分院拍片，影像实时上传到县总医院，由县级专家出具诊断报告，结果互认。”陈洪全说。这种“基层检查、上级诊断”模式，累计避免重复检查4600余人次，直接为患者和医

保基金节约支出，也降低了基层机构的设备投入和运营成本。据统计，仅此一项就节约基层运营成本约120万元。

资源下沉也让基层“活”起来。县级骨干医生常态化下乡坐诊、指导，在乡镇开设专家门诊和联合病房。同时，通过与粤港澳大湾区的三甲医院建立帮扶，引入优质资源，2025年减免群众跨区域专家诊疗费用70余万元，群众县域内就诊率持续保持在90%以上。

通过合理的制度设计理顺经济激励，全南县医疗体系的提质增效与医保基金的可持续运行实现同频共振。2025年，全南县群众就医满意度超过99%，农村居民就医负担切实减轻。

记者了解到，全南医共体改革目前仍处于深化爬坡期，县级医院高精尖学科和基层全科人才支撑仍是未来需要跨越的“坎”，部分乡镇承接首诊、慢病管理的稳定性还有差距。下一步，全南将通过持续引育专科人才，做实专家门诊，推动医共体从“形实一体”走向“效质同”。