

县域乡土大集的焕新实践思考

——以五莲县户部文化大集为例

安文玲 江春蕾



乡土大集是乡村最接地气的公共空间，既是农产品买卖的场所，也是邻里交往、民俗传承、文化传播的鲜活载体。然而在城镇化浪潮中，许多传统大集日渐萧条，功能退化至仅剩简单交易，本土文化底蕴逐渐流失，陷入“千集一面”的尴尬局面。如何让乡土大集重拾烟火气、焕发新活力？五莲县户部文化大集以“文化赋能”为突破口，依托本地非遗、艺术乡建和生态农耕资源，探索出一条“文化+农贸+文旅”融合发展的新路径。

一、实践成效

自户部文化大集启动文化赋能升级以来，在经济效益、文化传承和社会效应三方面均取得显著成效。

经济效益明显提升。大集引入非遗技艺展演、文创产品展销、特色美食品鉴等新业态，既保留了传统农贸功能，又增加了文化体验和休闲消费内容。本地小米、生态果蔬、手工煎饼等农特产品销路显著拓宽，农户收入大幅增长。大集的溢出效应明显，周边农家乐、民宿和采摘园客流增加，形成“赶一趟集、游一日乡村、购一批山货”的联动消费格局，有效激活了乡村小微经济。

文化传承找到新场景。刘氏盘扣、五莲割花、葫芦烙画等本土非遗，过去多藏

于展馆，普通百姓难得一见。大集开辟非遗体验展区，邀请匠人现场演示并教授简单技艺，游客既可观赏也可亲手尝试，让非遗从“展品”变成“日用品”。结合农民丰收节、四季村晚等节会，大集还常态化开展农耕体验、乡土美食制作等活动，唤起群众的乡愁记忆，也让年轻一代感受农耕文明的厚重。

城乡互动更加紧密。过去的大集服务半径不出乡镇，如今每逢开集，日照、青岛等周边游客专程赶来。城里人能买到纯正山货、体验地道民俗，村里人则接触到城市消费需求，大集成为城乡文化交流、人员物资流通的重要纽带，村民的自豪感和归属感明显增强，参与大集建设的积极性大大提高。

二、对策建议

尽管成效初显，户部文化大集仍面临文化挖掘不够系统、业态融合深度不足、品牌影响力有限、运营主体能力偏弱等问题，要实现长效活化，还需在以下方面持续发力。

第一，深挖在地文化资源，塑造独特文化标识。系统摸排本地非遗技艺、农耕习俗、村史故事等资源，建立动态“集市文化资源库”，筛选适宜常态化展示的项目。围绕“乡土农耕”核心主题，设置常设性非遗体验区、民俗展演区和农耕场景复原区，形成有主线、有层次的文化表达体系。同时坚守大集原生烟火气，严格甄别商业化项目，防止过度包装和同质化，打造“一集一品”的差异化特色。

第二，延伸农文旅产业链，丰富多元

消费场景。推动“大集+文创”深度融合，联合艺术机构和非遗匠人开发具有地域特色的伴手礼和文创产品，提升产品附加值。拓展“大集+研学”业态，串联周边景区、采摘园、民宿等资源，设计非遗体验、农耕实践等主题研学线路，吸引学校、亲子团体和企事业单位团建活动。试点“大集+夜经济”，在夏秋适宜季节增设夜间美食、乡土演艺、露天电影、篝火晚会等活动，延长游客停留时间，释放夜间消费潜力，让大集从“半日游”升级为“一日游”乃至“多日游”。

第三，强化品牌建设运营，扩大对外影响力。统一设计大集视觉标识、宣传口号和形象包装，形成鲜明品牌印记。实行“常态开集+季度主题节会”双轨运营机制，常态化保障基础商贸和文化服务，每季度策划一场特色主题活动，如非遗艺术集、丰收主题集、民俗年货集等，持续制造传播热点。积极融入省市“黄河大集”品牌矩阵，借力上级平台和媒体资源提升知名度。重视口碑营销，鼓励游客通过社交媒体分享赶集体验，形成自发传播效应。

第四，构建多元共治格局，激发乡村内生动力。建立“政府统筹引导、村集体具体运营、艺术机构专业赋能、商户规范经营、群众广泛参与”的协同治理体系。突出村集体的运营主体地位，完善摊位管理、卫生维护、收益分配等制度，让大集成为壮大农村经济的重要来源。出台针对性扶持政策，对非遗传承人、返乡创业青年、优秀商户给予资金补贴、税费减免和技术培训支持，培育本土化运营骨干，逐

步减少对行政力量的依赖，推动大集从“政府输血”向“自我造血”转变。

第五，善用数字技术手段，拓宽引流与消费通道。建设以短视频为主的新媒体宣传矩阵，定期发布大集故事、匠人风采、特色商品和活动预告，用生动有趣的短视频“种草”引流。常态化开展助农直播和“云端赶集”活动，让无法亲临现场的网友也能在线下单、预约体验，打通线上展销与线下体验的双向链路。

第六，健全长效保障机制，夯实可持续发展根基。统筹乡村振兴、文旅发展等专项资金，积极引入社会资本，探索“政府+社会+村集体”多元投入模式，拓宽资金来源。制定商户准入标准、经营行为规范和考核奖惩制度，维护公平有序的市场秩序。常态化组织运营技能、新媒体宣传、服务礼仪等专题培训，培养一支懂运营、爱乡土、善创新的本土人才队伍，为大集长远发展提供坚实保障。

乡土大集活化，不是简单的装修翻新或业态堆砌，而是以文化为灵魂，让传统空间重新成为凝聚人心、传承记忆、促进发展的活力场域。五莲县户部文化大集的实践充分证明，文化赋能是传统集市转型升级的关键驱动力，只要坚守乡土底色、深耕文化内涵、坚持系统施策，传统大集完全能够在乡村振兴大潮中重放异彩，持续为乡村发展注入温暖而持久的活力。

(本文系 2026 年日照市社科专项研究课题阶段性成果，课题编号：ZX2026176；作者单位：中共五莲县委党校 五莲县残疾人联合会)

打造消费新场景 培育发展新动能

李佳怡 潘清艳 李欣

消费是经济增长的持久动力。消费新场景，本质是消费新业态、新模式、新产品的系统集成。以消费新场景为抓手，释放消费潜力、补齐短板，让“流量”变“留量”、“潜力”变“动力”，是推动日照市高质量发展的一条有效途径。

对日照而言，打造消费新场景具有多重战略意义：能引领消费从生存型向发展型、从商品消费向服务消费转变，以高质量供给创造新需求；能倒逼商贸、文旅、数字经济跨界融合，催生首店经济、夜间经济、体验经济等新增长点；通过“场景营城”塑造城市辨识度，能增强对人才和资本的吸引力；更能依托海洋、绿茶、太阳文化等特色资源拉长消费链条，将过去“夏热冬冷”的文旅流量转化为全年均衡的在地消费存量。

近年来，日照市在消费新场景领域持续发力，呈现出多点突破的良好态势。文旅体融合方面，开元森泊度假乐园开业首周销售额突破 1.3 亿元，“初光天籁”演唱会单场带动消费 1.5 亿元，2025 年全市举办国家级赛事 150 余场，拉动综合效应近 15 亿元。夜间经济方面，“初光汇”票根平台联动 20 余家酒店、20 余处景区，带动二次消费超 5000 万元。《日出东方·海之秀》累计演出 1796 场、接待 163 万人次。商业载体方面，东方五彩城·奥特莱斯开创“奥莱+文旅”复合模式，雁达城微度假中心以“汤泉+电竞+24 小时”激活非滨海时段消费。

莒县红色文化创造性转化创新性发展探索

李晓云 唐晓光 李国华

莒县地处鲁东南沂蒙革命老区东南前沿，是山东早期革命重要发源地，红色文脉贯穿土地革命、抗日战争、解放战争、新时代建设各个阶段，红色资源储量丰厚、历史脉络完整。1928 年中共浮来山支部成立，点燃鲁东南革命第一簇星火；抗战时期横山片区作为滨海根据地前沿阵地，建成兵工厂、战地医院、北海银行分行，群众支前、军民共生场景集中涌现；解放战争阶段莒城战役成为鲁东南关键战事，数万民工投身前线；新时代孕育的“本色老党员”红色群落，是沂蒙精神“水乳交融、生死与共”在基层乡村最生动的当代实践样本。

近年来，莒县持续推进旧址修缮、展馆升级、红色宣讲、研学推广等工作，红色阵地硬件基础持续完善。但莒县红色文化长期存在资源分散不成链、精神阐释无归属、艺术表达无特色、市场传播无热度的短板，大量优质红色资源、历史资源优势未能转化为品牌优势、产业优势与治理优势。

一、莒地红色文化现状

1. 叙事衔接尚需强化，未深度融合沂蒙精神谱系。当前莒县红色史料挖掘、展馆展陈、宣讲授课多局限于莒县本土视角，独立叙事、自成体系，没有主动对接沂蒙精神内核阐释框架。对莒地军民拥军支前、舍家为国、坚守奉献的历史事迹，缺少与“水乳交融、生死与共”沂蒙精神内核的关联解读，在省市红色宣传、精品线路规划、党史教材编撰中长期边缘化。

乡村与茶旅方面，2836 家民宿完成提质改造，浮来青“茶山牧场”暑期游客同比增长超 180%。上述实践表明，日照市已具备消费新场景建设的良好基础，正处在从“点上突破”迈向“系统提升”的关键阶段。

消费新场景的打造，本质上是以场景为载体、以供给升级释放需求潜力。推动消费新场景从“初见成效”走向“更好更快发展”，需要系统施策、精准发力。

一、破题“半年闲”，全季消费补短板

策划“冬游日照·鸥遇日照”冬季旅游品牌，围绕看海鸥、泡温泉、品海鲜、过大年四大主题，开发海洋科普研学、海水温泉康养、元旦祈福等冬季产品，参照哈尔滨“暖屋”模式在万平口、灯塔广场设置玻璃暖房；在万象汇、五彩城等核心商圈引入 VR 大空间体验馆、沉浸式密室逃脱、数字艺术展等不受季节限制的室内业态；面向北方老年群体推出为期 1 至 3 个月的“日照暖冬康养计划”，涵盖住宿、餐饮、体检、康复理疗等一站式服务，在山海天打造“康养民宿集群”，填补冬季消费空白。

二、做强“四首经济”，沉浸式供给提质

出台首店经济发展实施意见，对国际国内知名品牌在日照设立的首店、旗舰店，按投资额给予一次性奖励；推动非标商业发育，支持老城区旧集市改造为策展型商业，探索利用老港区仓储用房打造

“日照 1936”文创消费园区——取 1936 年两城镇黑陶考古发现之文化意象，引入设计师工作室、独立书店、手工体验坊等特色业态；每年 5 月和 10 月分别举办春秋两季“日照消费新品首发季”，集中发布本地企业新品和外来品牌首秀活动，联合商圈、景区、酒店推出专属优惠套餐，使“首发”成为日照消费的常态标识。

三、深挖“日照 IP”，现象级地标塑灵魂

深挖文化 IP、打造现象级地标，是塑造消费场景核心竞争力的根本所在。一方面，开发日照绿茶全产业链体验场景，在现有消费节点基础上增设“采茶一制茶一茶席一茶宴”全流程体验项目，开发绿茶冰淇淋、茶香精酿啤酒、绿茶面膜等衍生产品，打造“可带走的日照味道”；另一方面，培育海鲜美食区域品牌，整合东夷小镇、石臼海鲜市场资源，制定“日照蒸汽海鲜”烹饪标准，策划“开海节”“渔市早市”等季节性消费节事，举办海鲜烹饪大赛、大胃王挑战赛等活动，力争培育出具有区域影响力的美食 IP。将莒文化、太阳文化、海洋文化深度嵌入每一个消费场景，赋予日照消费不可替代的辨识度和生命力。

四、夯实“硬支撑”，智慧生态优体验

完善基础设施、构建智慧消费生态，是优化消费体验的基础保障。以万象汇、五彩城为试点搭建统一会员积分与消费数据分析平台，实现商户积分互通、消费券

一键核销、消费数据沉淀分析等功能；在重点消费新场景推行“线下无理由退货”和“先行赔付”承诺制度，建立消费纠纷快速调处机制，引入第三方调解和在线仲裁平台，降低消费者决策顾虑。空间布局上实行区县错位发展：新市区主打首店经济和商务消费，大学城聚焦青年潮玩和 Livehouse，山海天深耕滨海度假和婚纱摄影，莒县五莲主攻古城文化和山水康养，有效避免同质化竞争。金融与人才层面，联合金融机构推出“新场景经营贷”低息信用贷款，依托日照职业技术学院开设“新场景运营”“文创设计”等实用课程，加大文旅策划运营人才引进力度。对外拓展方面，推动“胶东五市消费一卡通”落地，联合举办“胶东海洋消费节”，吸引青岛市民周末来日照“微度假”，将胶东半岛的消费流量更多导入日照。

日照将海洋、绿茶、黑陶、阳光等独有资源持续转化为可体验、可消费、可传播的产品体系，必将使“生活在日照就是幸福”不仅是一句口号，更成为一杯清茶、一场阳光、一次冬日观鸥的真实获得感。这条路径的贯通，释放的不仅是消费潜能，更是整座城市的活力与未来。

(本文系 2026 年日照市社科专项研究课题阶段性成果，课题编号：ZX2026029；作者单位：中共东港区委党校 日照市东港区秦楼街道审计站 日照市东港区石臼小学)

“两个结合”视角下中国式现代化递进发展阐释

李晓晗

中国式现代化立足中国具体实际与本土文化根基，形成了稳中有进、层层积淀、迭代升级的阶梯式递进发展规律。阶梯式递进发展根植于“两个结合”的科学体系，凝练于党的百年奋斗实践，实现了唯物辩证法、中华优秀传统文化与中国具体发展实践的深度耦合

一、“第一个结合”是中国式现代化阶梯式递进发展的理论根基“第一个结合”，是阶梯式递进发展观的核心理论根基，集中体现为对唯物辩证法质量互变规律与否定之否定规律的科学运用。我国现代化建设始终坚持稳中求进的辩证原则，既拒斥因循守旧的发展惰性，也规避脱离实际的激进冒进，通过理论创新、制度完善、深化改革、技术革新等持续性量变积累，在关键历史节点实现发展层级的质的跃升，形成阶梯式发展态势。同时，阶梯式递进是持续辩证扬弃的过程，我国现代化建设既不固守传统模式，也不照搬西方范式，通过否定革新、去芜存菁实现自我完善，彰显出唯物辩证法的当代理论生命力。

二、“第二个结合”是中国式现代化阶梯式递进发展的必由之路“第二个结合”，为阶梯式递进发展提供深厚本土文化滋养，使其具备鲜明的中国特质与文化底蕴。《老子》《荀子》等古籍提出的累土成台、积流成海的辩证思维，深刻阐释了点滴积累与宏大成就的内在关系，为分阶段、阶梯式发展提供传统方法论支撑。中国式现代化建设延续这一文明内核，以常态化稳步积淀替代浮躁冒进，通过持续实施五年规划完成阶段性发展积累，逐步实现民族复兴的宏伟目标。立足基本国情，始终坚持有序改革、稳中提质，在文明传承与理论融合中塑造了循序渐进、守正跃升的现代化发展范式，实现传统发展智慧的创造性转化与创新性发展。

三、党的百年奋斗历程是中国式现代化阶梯式递进发展的生动实践

党的百年奋斗历程是中国式现代化阶梯式递进发展的历史性验证。百年以来，党始终立足不同阶段国情与社会主要矛盾变化，制定层层递进的现代化战略布局。从建国初期构建独立完整的工业体系，到改革开放后“三步走”战略的确立，再到新时代“两步走”战略安排的提出，以及“十五五”时期迈向现代化的关键布局，我国现代化建设始终呈现承前启后、逐阶攀升的鲜明特征。百年实践充分证明，阶梯式递进是契合中国发展实际的客观规律，是党在长期探索中凝练的科学发展范式，为民族复兴伟业筑牢坚实的实践根基。

总而言之，中国式现代化阶梯式递进发展始终坚持“两个结合”，不仅丰富发展了唯物辩证法，也汲取了中华优秀传统文化的精髓，彰显于中国共产党百年奋斗的实践历程。在“十五五”关键时期，更要抓住阶梯式递进发展规律，不断开辟中国式现代化的广阔前景。

(作者单位：中共微山县委党校)



做活莒文化「两创」路径研究

史忠超

莒文化作为与齐、鲁并称的“山东三大古文化”，承载着海岱地区自大汶口文化以来的完整文明序列，在中华文明多元一体格局中具有不可替代的地位。新时代推进莒文化创造性转化、创新性发展，不仅是地域文化资源向发展动能转化的现实课题，更关涉地方文明如何在现代性框架中实现主体性重构的深层学理命题。

一、莒文化的内涵定位与“两创”价值

莒文化植根鲁东南，以莒县为核心，史前承续大汶口—龙山—岳石文化完整脉络，西周至春秋以莒国为载体达至鼎盛。陵阳河遗址陶文刻画符号比甲骨文早约 1500 年，为汉字起源提供重要参照；龙山蛋壳黑陶的工艺技术折射出东夷文明的技术理性高度；“毋忘在莒”典故更蕴含自强不息的精神基因。莒文化核心价值可凝练为“明礼尚义、包容创造、崇文重学、自强奋进”，这些特质与社会主义核心价值观深度契合，为“两创”提供了内在逻辑前提。莒文化“两创”的意义不仅在于激活地方文化生产力，更在于从地域文明样本中提炼中华文明的普遍价值基因，为文化自信筑牢根基。

二、莒文化“两创”实践的现状

莒县近年来构建了“五位一体”推进格局。体系化保护方面，设立莒文化研究院，整合博物馆职能，出台生态保护区规划，形成文物保护、弘扬、传承“三位一体”的制度闭环，实现研究保护与阐释运用的职能统合。载体化再造方面，莒州博物馆系统呈现文明演进，莒国古城以文化主轴打造“中国春秋第一城”，“本色”红色展馆延伸近代维度，三者共同建构“知识传递—空间想象—情感共鸣”的耦合叙事。产业融合化方面，推出“穿越春秋·寻找小白”沉浸式项目，建立手造项目库，发展“赛事经济+文旅融合”，初步实现文化资本向经济资本的转换。数字化赋能方面，依托《齐鲁文化基因解码利用工程》，探索线上展览、3D 展厅等虚拟空间，拓展受众边界，但整体数字化生态尚未成型。教育化传承方面，编写校本教材 300 余类，将非遗引入课堂，以绘本工程推动文化基因嵌入基础教育制度化场域，达成代际传递的深层内化。

但在实践过程中，仍存在不足，如商业开发与文化底色存在张力，古城部分区域商业化同质化倾向稀释深层精神内涵；资源碎片化与跨域协同不足，莒文化遗存分属多行政区，跨部门常态化协作机制阙如，制约整体治理效能；县城层面复合型创意人才结构性短缺，削弱创新驱动动力；受众代际失衡，中老年占比高而青年渗透率偏低，传播范式亟待适应 Z 世代话语体系等。

三、深化莒文化“两创”的对策建议

一是将莒文化置于中华文明多元一体框架与国际比较视域再定位，建立跨学科学术平台，推动研究成果国际传播。二是借鉴济宁“双指挥长”高位协调经验，构建省—市—县纵向联动与多部门横向协同治理格局，引入社会资本，实现“政府引导、市场主导、社会共创”的多元共治。三是建设莒文化数字资源库与区块链确权系统，利用 VR/AR 打造沉浸式体验，推动文化数据资产化与场景化落地。四是鼓励高校开设“文化+科技”交叉学科，完善非遗传承人分类培养与青年扶持机制，构建引才育才的制度性保障。五是确立“文化原真性”保护底线，建立涵盖经济效益、社会效益与传承效益的多维评估体系，促成文化空间与生活空间有机融合，实现文化与经济社会协调共生的良性循环。

(作者单位：中共莒县县委党校)

