

2026年

范長江行動

香港傳媒學子貴州行

之7





掃碼睇片

▲學子們在肇興侗寨學習蠟染。
大公報實習記者羅海晴攝

►肇興侗寨文旅發展興旺，風景秀美、交通便捷，遊客絡繹不絕。

文旅＋非遺融合發展 打造粵港澳旅遊後花園

坐高鐵遊黔東南 千年古寨賞侗族文化

走進肇興侗寨，彷彿踏入了一座沒有圍牆的「活態博物館」。這座始建於北宋、素有「侗鄉第一寨」美譽的千年古寨，與許多在旅遊開發中原住民外遷的景區不同，至今仍有1200多戶、5000餘名村民生活在核心景區內。

「活態博物館」體驗侗族文化

「旅遊發展了30年，本地居民沒有大量外遷，這是在保護與發展中做得最好的平衡。」肇興侗寨景區管理委員會副主任劉丹表示。肇興村黨委副書記陸滿才也介紹，寨子裏保留了濃厚的生活氣息，「沒有空心化，遊客來不僅能看景，還能看到我們日常的生產生活，感受到幾百年前延續下來的勞作方式。」

有了好資源，如何將其轉化為吸引遊客的文旅產品？近年來，肇興侗寨精準對接大灣區等核心客源市場的需求，加大村寨建築空間和風貌保護，將民族文化資源轉化為沉浸式體驗。

今年夏天，侗寨更精心推出近20項貫穿暑期的文旅活動，持續吸引遊客前來體驗。數據顯示，景區客流持續攀升，其中大灣區遊客佔比穩定在40%以上，成為消費主力軍。

來自佛山的陳女士感嘆：「在這裏能看到許多原始居民，我想看的侗族文化都看到了。」來自香港的高先生一家五口專程乘坐高鐵經從江站抵達，直呼「太方便了，離高鐵站很近」。高先生表示，觀看侗族大歌讓他對少數民族文化有了更深認識，一家人還在紮染體驗館選購了紀念品，將獨特的文化記憶帶

▲侗族民衆用「高山流水」歡迎儀式迎接遊客。
大公報實習記者吳詩涵攝

回香港。

服務國際化 便利外國客消費

在深耕大灣區市場的同時，針對國際遊客增加的趨勢，肇興侗寨也在不斷提升服務能級。景區已啟動雙語標識標牌改造，引進中英文中級導遊，並計劃逐步覆蓋四個語種的外語導遊。在便捷支付方面，自2025年起，景區內高檔酒店和大型便利店已支持境外卡刷卡消費，國際化服務邁出實質性步伐。

大力發展文旅，為村民帶來了實實在在的收入。通過「非遺＋旅遊」的深度融合，侗族大歌、蠟染、刺繡等技藝從博物館走進了生活場景。例如，刺繡上象徵侗、漢、苗三個民族團結共融的「三魚共頭」圖案，如今已成為最受遊客歡迎的文創元素之一。

數據印證了文旅融合的成效：2025年，肇興侗寨接待遊客超151萬人次，旅遊綜合收入突破15億元（人民幣，下同）；村民人均可支配收入從2014年的不足6000元躍升至4.7萬元。

侗族大歌驚艷世界 撬動文旅井噴

非遺魅力

「飯養身，歌養心。」這句侗族古諺，道出了歌聲在侗族人生命中的深厚分量。作為「百越」後裔，侗族自稱「更」，意為「生活在大山環抱、森林覆蓋區域的人群」。他們沒有文字，歷史、倫理、農作知識全憑歌聲代代相傳。作為人類非物質文化遺產，侗族大歌無伴奏、無指揮，卻以其奇妙的複調合唱震驚了世界音樂界。

入夜，肇興侗寨表演場內，侗族大歌徐徐響起。多聲部交織出的自然樂

韻，如蟬鳴山澗，似溪流穿石，讓在場觀眾屏息凝神。來自深圳、主修西洋樂專業的馬先生，在體驗侗族民俗活動後深受觸動。他坦言，起初受固有音樂審美影響，對原生態唱腔感到好奇，但隨即被侗族自成體系的和聲深深震撼。「侗族音樂不迎合標準化的音樂範式，卻充滿質樸生命力。」

如今，這天籟之音更成了撬動當地文旅產業的強力支點。自2024年起，肇興創新打造「村歌」賽事IP。據統計，2025年全年累計舉辦超54期「村歌」賽事，吸引450支歌隊、

1.2萬餘名歌手參與，全網流量超300億次。賽場上，老中青少四代同台獻技，從「哆耶」集體舞到蘆笙舞，從侗戲到改良民歌，「以歌育人、以歡傳情」的傳統在賽事中煥發新生機。

侗族大歌的影響力也正逐步走出大山。黎平縣縣級非遺傳承人、中學教師韋鋒向記者表示，侗族大歌近年頻登國家大劇院、央視春晚等頂級舞台，這種高曝光度讓侗寨文旅迎來井噴，遊客量與收入倍增，成功將「流量」轉化為「留量」。

大公報實習記者鄧莉、吳詩涵

返鄉創業致富 懸崖苗寨變烏江明珠

鄉村巨變

烏江之畔的化屋村，藏在烏江源百里畫廊核心段，三面環水，背靠懸崖。這裏曾是貴州最閉塞的貧困村之一，年輕人最大的夢想就是「走出去，再也不回來」。隨著脫貧攻堅戰打響，喀斯特美麗風光變成富民財富，「懸崖苗寨」蝶變為「烏江明珠」，曾經因窮外出的青壯年紛紛返鄉創業。

楊龍就是返鄉大軍中的一員。小時候住茅草屋、出門徒手攀岩，來回集鎮要5個小時……「那時候最大的

夢想就是逃離這裏！」楊龍回憶。隨着基礎設施的完善和政府的產業引導，轉機悄然降臨。2021年2月，遠在浙江打工的楊龍，在電視裏看到總書記考察化屋村的新聞，激動萬分。「我太高興了，第二天就辭職回家，決定把老房子改成民宿。」

起初，貸款30萬元（人民幣，下同）搞民宿遭到親友一致反對，但楊龍很堅定：「我們化屋村就是金飯碗，不能老是端着金飯碗到處要飯。」如今，他的民宿開業5年、升

級了3次，從最初幾間房發展到13間觀景房。推窗即是烏江百里畫廊，旺季天天滿房。而隨着電視劇《烏蒙深處》熱播，作為劇中主角「麻青蒿」原型的楊龍，更是吸引了大批遊客慕名而來。

近五年來，化屋村累計接待遊客超300萬人次，實現旅遊綜合收入超10億元，人均可支配收入從2020年的1.15萬元躍升至2025年的3.35萬元。這個三面環水的「懸崖村」，已成為遠近聞名的「旅遊村」。

大公報實習記者封雨潔

▲侗寨鼓樓全部為木結構，不用一釘一鉚，全靠卯榫咬合。
大公報實習記者吳詩涵攝

侗族建築 不用一釘一鉚

花絮

漫步肇興侗寨，最引人注目的是寨中五座按「仁、義、禮、智、信」命名的鼓樓。這些鼓樓全部為木結構，由12根大柱支撐，不用一釘一鉚，全靠卯榫咬合，歷經數百年風雨仍巍然屹立。

更令人驚嘆的是，侗族的建築技藝千百年來全靠口傳心授，沒有一張圖紙，全憑匠人的經驗和心算。花橋同樣如此，既是通道，也是村民納涼、對歌的公共空間。侗族崇尚「單數為福」，建築層數、台階數多為單數，這些看似樸素的營造法則，實則蘊含着深厚的哲學智慧。寨中至今保存着1.2萬餘座鼓樓，被譽為「鼓樓之鄉」。

大公報實習記者吳詩涵

▲學子們採訪楊龍，傾聽他講述回鄉創業的故事。

▲化屋村經過近年發展，已成為「烏江明珠」。
大公報實習記者葉長青攝

傳統老手藝「繡」出好日子

指尖經濟

烏江源百里畫廊，懸崖之下，三岔河與六沖河交匯處，化屋村靜靜坐落於此。這個苗族人口佔96%的村寨，曾是「手扒岩」天險隔絕的深度貧困村，如今已成為百里畫廊核心景區。正是在這裏，苗族繡娘楊艷用一根針、一根線，繡出了一條從脫貧到致富的路。

楊艷是化屋村第四代苗繡傳承人，市級非遺傳承人，也是貴州省省級鄉村工匠名師。她6歲學苗繡，2022年註冊公司，帶動10名繡娘就業，工坊年銷售額超120萬元（人民幣，下同）。

楊艷的創業之路，始於一個手工包。一位杭州朋友來化屋村游玩，一眼看中了她做的手工包。包上結合了蠟染、刺繡和彩染三種工藝，配色獨特。「她很喜歡，當場就訂了，668元一個。」楊艷說，做好寄給對方後，她第一次意識到，這門祖輩傳下來的手藝，可以變成實實在在的收入。「我當時想着，這門手藝可以帶動姐妹們有一口飯吃。」正是這個念頭，讓她走上了創業路。

苗繡的紋樣裏藏着苗族人的歷史記憶。楊艷介紹，蝴蝶媽媽和吉祥鳥是苗族的祖先圖騰，蝴蝶代表母親，是最吉祥的象徵，「每一件苗族服飾

上都有牠們」。

老一輩的苗繡以白色為主，工藝上只做蠟染。楊艷大膽創新，將蠟染與刺繡結合，加入藍、粉紅等色彩，「把老一輩的東西創新，簡簡單單的顏色都可以了」。在保留文化內核的同時，讓苗繡更符合現代審美。如今，楊艷的產品已從化屋村走向全國，甚至有了海外訂單。她每年培訓10到20名繡娘，帶動她們就業增收。政府也在宣傳推廣上給予扶持，幫她拓寬市場。更讓她欣慰的是年輕人的回歸。有大學生學了蠟染專業後回村找她繼續學，「年輕人想學的，有天分的一學就會」。有人也打算創業做蠟染刺繡。

苗繡既是文化，也是產業。從深山苗寨到更廣闊的市場，楊艷和她的姐妹們正在用一針一線證明：這門古老的手藝，可以繡出今天的好日子。

大公報實習記者李嘉儀

▲楊艷（右）向學子展示苗繡作品。
大公報實習記者羅海晴攝

▲走進苗族村寨化屋村，可以體驗到遠離城市喧囂的鄉村慢生活。
大公報實習記者李嘉儀攝

責任編輯：胡佳希 美術編輯：熊銘濤