

解码“村字号”



从“村超”“村BA”横空出世、火爆全网，到“村T”“村秀”“村歌”走出深山、惊艳世界，再到“村马”日引流8万人次、“村画”催生完整文化生态产业链……近年来，集体出圈的“村字号”IP，不仅是贵州对外交流的亮眼名片，也成为助推乡村全面振兴的强劲引擎。

“村字号”为什么行？多名受访的干部、群众、学者认为，可从“文”“村”“人”“融”四个字，解码其背后的成功之道——

A 底蕴在“文”

今年4月，贵州省黔东南州的“村T”代表团受邀出访，先后亮相中圣建交55周年庆典、2026中意历史文化名城对话会以及第四届中意友城合作对话会。聚光灯下，银饰流光溢彩，刺绣纹样繁复精美，来自贵州大山深处的村民，以最原生态的姿态，将“穿在身上的史书”展现得淋漓尽致，吸引了现场所有镜头与目光。

前不久，一支由20余名法国游客组成的“法国艺术与生活系列团”到访黔东南州黎平县，在世界“最佳旅游乡村”黄岗侗寨聆听侗族大歌（“村歌”）后，赞不绝口。法国游客克里斯蒂娜说：“我来中国多次，但第一次听到侗族大歌，我被深深震撼了，这是非常令人着迷的世界级非遗。”

文化是一种超越时间和空间的力量。贵州“村字号”崛起的底蕴正是源于多彩的民族文化——

在“饭养身、歌养心”的侗族地区，流传千年的侗族大歌是人们表达崇尚自然、敬畏万物、和谐友善等情感的重要方式；

台江县的“村BA”源自当地“农忙晒谷子、农闲打篮球”的传统，榕江人踢足球可追溯到20世纪40年代；

“村马”发源地三都县是全国唯一的水族自治县，当地人不仅爱马、养马，也赛马，且赛马不配马鞍，常在山间土坡上

B 特色在“村”

真正有生命力的“村字号”，从来不是被“打造”出来的，而是从最本真的乡土中“生长”出来的。侗族大歌，无指挥、无伴奏、多声部自然和声，却总能震撼人心，这与“村字号”的生成逻辑异曲同工：因真实而动人，因共情而流传。

“村字号”姓“村”，自带一股“乡土味”。在“村超”“村BA”赛场，球员来自各村各寨、各行各业，有木匠、鱼贩、厨师、教师、外卖员、熟食店老板、挖掘机师傅、建筑工人……每一次进球都伴随着场边数万观众的山呼海啸，夹杂着锣鼓、锅盆的敲击声；奖品都是本地土特产，可以是小黄牛、黑毛小香猪、塔石小香羊，也可以是鸡、鸭、鹅，甚至猪脚……

问渠那得清如许，为有源头活水来。多名受访者认为，“村字号”的火热出圈，是近年来贵州广大农村富起来、美起来、群众精神文化生活不断充实起来的生动呈现，其根也在“村”。脱贫攻坚取得全面胜利打下的坚实物质基础、传

激烈奔腾；

在水城农民画（“村画”）里，我们可以看到苗族“转花树”“滚锅舞”等民族风俗，“花前月下”“美酒迎宾”的生活点滴、“果满枝头”“苞谷满仓”的丰收喜悦；

“村T”“村秀”更是融入了苗、侗、布依等民族世代相传的刺绣、蜡染、银饰等非遗技艺……

丰富多彩的传统文化是“村字号”的魂，火爆出圈的“村字号”反过来又赋予传统文化新的生命力。

以“村超”为例，在贵州大学管理学院教授王迪看来，“村超”把民族歌舞、民族庆典、民族艺术融入足球活动之中，把侗族大歌、苗族芦笙舞、摆木鼓舞等民族文化展现出来，促进了不同民族文化的交流互鉴，使人们感受到中华优秀传统文化的无穷魅力，也提升了各族人民群众对中华优秀传统文化的价值认同和情感依托，为铸牢中华民族共同体意识奠定了良好的思想基础。

“带去的绣品很快被抢购而空。2025年，我们依托‘村马’，销售额比2024年增加了30多万元。”36岁的潘永是三都县的水族马尾绣州级非物质文化遗产代表性项目传承人，她通过创办企业、创新设计和带动就业，让马尾绣焕发新生机。

承千年生生不息的浓厚民间文化氛围，覆盖城乡的交通网和互联网造就的高效开放渠道、蕴藏在广大群众之中的无限创造力等，为“村字号”的“盛大绽放”创造了环境、提供了条件。

物质生活得到保障且逐步富裕起来的乡亲们，日益注重精神文化生活，也有了更多的精力和经济实力参与到群众性文体活动中。例如台江县台盘村每年定期举办的吃新节，重点已从“吃”逐渐向“娱”转变，参与面广、娱乐性强的“村BA”则成为节日“压轴大戏”。

“村超”孕育于乡村，也正在反哺着乡村。如果说脱贫攻坚带来的山乡巨变是“村字号”兴起的“因”，那么当下正在扎实推进的乡村全面振兴则是“村字号”发展的“果”。“村字号”带来的农文旅产业的发展、群众自信心和干事创业激情的激发、基层治理水平的提升、人居环境的改善都将成为乡村全面振兴的强劲引擎。

C 关键在“人”

充分尊重人民群众主体地位和首创精神，政府搭台让百姓唱戏，是贵州“村字号”生生不息、保持旺盛生命力的重要经验。

“村超”“村BA”赛事发起、赛程安排、节目表演、奖励奖品等都是村民自发组织、自行实施，从球员到裁判员都是当地村民，大小事都由村民说了算，当地政府则专注于营造环境、保障服务，保证乡村赛事的原汁原味。

“村超”“村BA”出圈的过程，是不断激发人民群众创新创造活力，放手让全民参与、让群众当主角的过程，也是自觉强化和运用互联网思维，推动媒体融合传播、广泛提升传播力和影响力的过程。

走进榕江县各个村寨，你会看到村民为球队捐钱；步入街头巷尾，你会看到上衣湿透的城管替摊贩挑着担子为他们寻找合适位置；进入“村超”赛场，你会看到

啦啦队冒着酷暑为各村的球队卖力表演；打开手机刷视频，你会看到找不到住处的游客述说村民如何提供免费住房……

政府的“搭台”“在场”，为“村字号”的健康生长提供了坚实保障。贵州大学旅游与文化产业学院教授金颖若认为，“村超”以群众喜不喜欢、欢不欢迎为标准，没有摊派任务、强迫参与，既注重地方经济发展，又关注群众所获得的快乐。政府在把控好内容方向、牢牢守住安全和秩序的前提下“不抢戏”，把比赛交给社会，把商业交给市场，把传播渠道还给大众。

“‘村超’是全县人民团结创业探索共同富裕的道路。”榕江县委书记徐勃表示，“村超”品牌的收益取之于民、用之于民，51%未来要分给全县所有的村集体经济，49%要分给球队、啦啦队和青少年村超足球队用于乡村体育公益事业。

D 未来在“融”

“‘村超’就像是一辆快速行驶的列车，我们所有在榕江发展的电商平台手上都捏着一张车票。要跟着这辆列车一起高速前进，实现产销两旺、富足山乡，才算是没有辜负手上这张车票。”榕江县一位农村主播的话，满是期待也夹杂着“时不我待”的紧迫感。

“爆火”之后能否“长红”？“村字号”的“流量”能否转化为游客“留量”和经济“增量”？盛赞之下，人们也在关注“村字号”的未来。

多名受访者认为，“村字号”的未来在“融”，即在现有基础上推动农文旅体商深度融合——树立以“村字号”为引领的融合理念、办好以“村字号”为主题的融合活动、打造以“村字号”为内核的融合平台、发展以“村字号”为指引的融合经济。

可喜的是，贵州多个“村字号”IP已

经在融合发展上有了不少探索：水城区将农民画融合于音乐、戏剧、动画等多种形式，制作文创产品；“村T”与“可逛可玩”的非遗集市携手，让苗绣、蜡染、银饰制作等非遗从深闺走向秀场、从陈列品变为时尚单品；三都县则依托“村马”打造赛事观光、民俗体验、休闲度假一站式游玩线路；榕江坚持把足球作为未来发展的第一战略、第一赛道、第一产业、第一事业，把“村超”作为农文旅体商融合发展的重要抓手……

金颖若等受访专家建议，要从文化、产业、生态、品牌等多维度整合资源，构建可持续发展的经济生态，注重长期品牌维护而非短期流量收割，进一步促进地域形象转化为经济动能，实现文化价值、生态效益、社会效益与经济增长的综合效益的协同提升。

据新华社

烟台农村商业银行股份有限公司 芝罘区世回尧支行迁址公告

机构名称：烟台农村商业银行股份有限公司芝罘区世回尧支行

公告事由：迁址，由烟台市芝罘区通世路16号4号楼附17号迁址至烟台市芝罘区青年南路386号6号楼一层

机构住所：烟台市芝罘区通世路16号4号楼附17号

机构编码：B1444S337060028

业务范围：许可该机构经营中国银行业监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列为准

批准成立日期：2012年12月26日

发证日期：2025年06月04日

发证机关：国家金融监督管理总局烟台监管分局

联系电话：0535-6380151、6397308

声明

上海市长宁区人民法院（2024）沪0105民初9974号判决认定，我们在部分商品上使用企业字号“婴儿乐集团”标识构成了对山东婴儿乐股份有限公司第3217321号“婴儿乐”商标的侵权。现在我们依据法院判决，已停止相关商品的生产销售。因我们的侵权行为，造成消费者对部分商品来源产生误认或者混淆，由此给山东婴儿乐股份有限公司造成了影响，我们特此道歉。

烟台嘉乐食品科技有限公司
烟台婴儿乐集团有限公司
2026年4月25日