

# 奔跑的长三角 文体融合、商旅联动在提速

新华社记者 王永前 许晓青 蒋芳

人文和经济联系紧密、相互影响，二者关乎历史发展、文明繁盛、人类进步。习近平总书记强调：“要深化城乡精神文明建设，繁荣发展文化事业和文化产业，优化文化产品和服务供给，以文化赋能经济社会发展。”

岁末年初，以文化赋能经济社会发展的理念，正在长三角加速实践：沪苏浙皖“包邮区”跨年晚会一票难求；博物馆美术馆办起新年“派对”，一波新春大展纷呈；科技赋能文化产业，机器人“春晚”率先登场；“苏超”带动各路“城超”“村超”……从长江入海口到安徽皖江畔，2026年长三角文体融合、商旅联动正在加速酝酿。

## “快乐密码”跑出人文经济加速度

2026年新年伊始，撇着小嘴的“哭哭马”小马公仔玩具因特殊表情治愈解压，意外戳中网友而走红，成为新年以来义乌市场的爆款产品。

文化及其产品的生命力，“润物细无声”地融入经济社会的发展中。

北至连云港，南到苏州，2025年终岁末，备战2026“苏超”的集结号已向全网发出。各地球迷忙着搜索信息，为新赛季“看足球、游江苏”规划旅行线路。

过去的这一年，因为“苏超”，众多散在天南海北的小家庭，利用周末和假期到长三角相聚，看球赛、聊家常、逛景点、品美食。2025年前三季度，江苏省政府监测的213项重点赛事直接带动客流573.4万人次，拉动消费35.4亿元。

球场之内运动员激烈交锋，球场之外城市文化“大赛”也风头正劲。江河湖海齐聚一省，“苏超”更是一场“文化联赛”——长江文化、大运河文化、江南文化、江海文化四大主脉交汇，楚汉文化、江淮文化、吴文化各具

独特气韵，历史典故、诗词歌赋、特产风物各有各的精彩。

类似的快乐密码也藏在长三角可漫步、有温度的街巷里、村镇上，藏在中西合璧、精彩纷呈的文创产品中，以及“一票难求”的演出和展览中。从大型演唱会、文博展览，到驻场脱口秀、小剧场戏剧等，长三角特别是上海地区的文化消费领跑全国。

上海市文化和旅游局初步统计，2025年前11个月，上海举办的营业性演出拉动消费比为1:7，大型演出来自上海以外的订单接近七成，上海八万人体育场承办时代少年团演出期间，沪外观众占比超九成。此外，2024年7月至2025年8月上海博物馆举办的“金字塔之巅：古埃及文明大展”累计接待观众277.8万人次，收入超7.6亿元，带动上海城市综合消费超350亿元。

## 高新技术撬动人文消费新场景

唱京剧、说相声、练书法，还有载歌载舞、打太极拳……2025年末，一场“人形机器人春晚”的预演秀，令全国机器人租赁生态峰会全场气氛沸腾。

人形机器人各显神通，“宠物型”机器人设备也“跃跃欲试”，机器萌宠活泼引路、机器人穿梭巡场、机器熊猫灵动卖萌，记者置身其间，宛如漫步于虚实交融的“赛博”空间。

文化与科技“双向奔赴”，塑造了一批人文消费新场景。前不久，总部位于上海的智元机器人创新推出开放式机器人租赁平台“擎天租”，首批覆盖50个城市，联动超600家服务商，1000多台机器人待命，到2026年1月底，预计将有约2000台机器人覆盖全国各地，其中相当一部分瞄准文旅与娱乐，可支持演唱会、文旅周边服务等，为群众提供喜闻乐见的机器人版“春晚”。

“能文能武的机器人，已经成为基层‘春晚’的人气演员。”上海一家代客采办年会用品的文化咨询公司负责人告诉记者，人形机器人“吸睛”更“吸金”，其带来的情绪价值，带动更大规模的文化消费。

新技术赋能新消费，也从广义上驱动新消费。技术含金量蕴藏在“苏超”通过3D打印的冠军奖杯里，也蕴藏在上博古埃及大展穿越时空的唯美动画效果中。值得一提的是，从上海松江出发途经浙江、江苏，直至安徽合肥，人工智能、云计算、创新药等前沿领域基础研究聚合成“G60科创走廊”，一大波新消费场景紧随新技术试水布局“走廊”沿线的城乡市场。

## 人文素养反哺经济发展“大账本”

“文化发达的地方，经济照样走在前面。”

长三角，以不到4%的国土面积，创造了中国近四分之一的经济总量；沪苏浙皖一市三省通达海，人杰地灵。追根溯源，造就这个世界级城市群，是雄厚的经济实力，是改革开放的创新动力，更是这片热土上的劳动者和劳动者丰厚的人文素养，是积淀数千年的中华优秀传统文化底蕴。

文明如水，润物无声；城市如书，常读常新。

在浙江，省市县三级文化特派员揣着资源、带着情怀活跃在农村，不仅“送文化”，更用心“种文化”，打造了一批接地气、旺人气的“文化套餐”。“村BA”燃动3年、火爆全网，“村晚”百村联动、万人竞秀。把“好服务”扎根在乡土，上千家社会组织和专业协会服务覆盖到村。

在安徽，一场场接地气、冒热气、聚人气的宣讲实践让传统美德“燃”起来。桐城市深

挖“六尺巷”文化内涵，组织2300余场“微宣讲”。六尺巷景区打造“活态博物馆”，推出“礼让和谐 传承美德”人文产品，将“谦和礼让”典故转化为可感可知的沉浸式体验空间，高峰期吸引逾2万人次。

梧桐婆娑，红砖黛瓦，漫步上海的武康路、安福路，时光顿时“从容”起来。

面积约0.4平方公里的武康路安福路街区，位于上海著名的历史风貌区——衡复风貌区内。从造型别致的武康大楼，到巴金等名人故居，再到上海话剧艺术中心，浓郁的文化气息扑面而来，引得中外青年争相打卡。

围绕武康大楼及附近街区的红色记忆和历史掌故，上海话剧艺术中心推出最新原创话剧《诺曼底公寓》，首轮连演20场，点燃观众对本土文化传承的关注热情。“路过此地，思如泉涌。”上海市作家协会专职副主编、该剧原著作者高渊坦言，逛街区、品咖啡、看话剧，已成许多人的日常选择。这样的生活状态，正持续激发着创作者的灵感与热情。

“在最古典的街巷里，体验最新潮的消费。”徐汇区湖南路建筑工委书记杨海英曾统计，这片街区入驻企业中，新创自主品牌占比逾八成。依托“形态、业态、文态”深度融合，武康路、安福路正从历史风貌区迈向“新消费高地”。

从这片街区放眼全城，长三角以文化人、以文惠民、以文润城、以文兴业的生动实践，正书写着人文与经济良性互动的答卷。这份探索，既为高质量发展注入澎湃动能，更厚植中国式现代化的人文底色。展望2026，这片人文经济沃土必将迸发更强生机，勾勒出未来美好生活的全新坐标。

（新华社上海1月12日电）

## 我国将精准发力 促农业固体废物“变废为宝”

新华社北京1月13日电（记者 古一平）农业农村部科学技术司负责人杨如1月13日表示，农业农村部将按照《固体废物综合治理行动计划》正式公开发布。行动计划明确了未来一个时期固体废物综合治理的总体思路、工作目标、重点任务、保障措施，针对固体废物治理存在的突出问题，提出了系统性集成性的政策举措。

杨如介绍，我国是人口大国、农业大国，在农业生产过程中产生的固体废物量大面广、季节性、区域性、加之种植茬口紧，收储运输成本高、效益低，综合治理和循环利用任务艰巨。

促进农业固体废物“变废为宝”，农业农村部将在三方面发力。

加强地膜科学使用指导，大力推广加厚高强度地膜和全生物降解地膜，因地制宜加强农药包装废弃物回收。持续开展畜禽粪污资源化利用，科学推进秸秆还田，高质量推动秸秆饲料化，打造种养循环、农牧结合模式，发展生态循环农业。

围绕源头治理和减量，收集转运能力提升、资源化利用水平提升等，强化政策激励支持，吸引各方面力量参与农业固体废物资源化利用工作，提升回收利用主体的积极性和技术水平。

加快突破畜禽粪肥还田、低温环境下秸秆还田快速腐熟化、新型地膜材料工艺等关键技术瓶颈，加强技术、产品、设备集成化，强化分类指导培训，加快形成适合不同区域的综合解决方案。

开展多角度、多渠道科普宣传，强化农业生产经营主体的绿色发展理念，大力宣传生态循环农业典型模式，营造农业固体废物资源化利用的良好氛围。

近年来，农业农村部扎实推进畜禽粪污、农作物秸秆、废弃农膜、农药包装废弃物等资源化利用工作，取得积极成效。目前，我国农业固体废物科学使用和回收体系逐步建立，资源化利用方式日益丰富，农业发展全面绿色转型迈出新步伐。

（新华社北京1月13日电）

## 刻刀下的“行船往事”

（上接一版）

每天清晨，吃过早饭，易文生便钻进自己的工作间。一坐就是五六个小时，阳光掠过他手中的刻刀，木屑如时光的碎屑般飘落。“最简单的船模要半个月，复杂的得一个多月。”易文生指着一艘造型独特的船模说，“比如这艘长江船，我反复做了三四次才成功。”他顿了顿，眼里闪过一丝执拗的光，“这种船很特别，到了目的地就直接报废，绝不回程。我一直想弄明白为什么，所以非要把它做出来不可。”

恒心、好奇心推着易文生不断向前。然而，在所有的船模中，还是那艘“普船”倾注了他最多的心血与情感。“它不仅是一艘船，更是我们一家人的家。”老人的声音有些悠远。在这艘船上，他和兄弟姐妹度过了童年；在这艘船上，他跟着父亲学会了看水文、识天气、掌舵摇橹；也是在这艘船上，他和妻子开始了婚姻生活。

“普船”的制作中，易文生仔仔细细还原了每一个细节：船舱可开合的小窗、晾晒衣物的绳索、生火做饭的炉灶位置……每一处都对应着一段真实的记忆。

妻子周忠英起初并不理解丈夫的痴迷。“家里到处是木屑，打扫起来麻烦。”她笑着说。但她陪着丈夫对未完工的“普船”模型，不自觉地哼起了幼时的船歌，那一刻她忽然懂了——这些小小的船模，是丈夫在“打捞”一段即将沉入时光深水的记忆。女儿更是以实际行动支持父亲，为他购置了一整套专业的雕刻工具。

从最简单的“山扁子”到复杂的海船模型，易文生用了将近二十年。“因为每一艘都要反复琢磨，要对得起记忆里的样子。”他说。

### 精神锚点：从个人记忆到社区传承

随着船模越来越多，易文生老人家里的空间渐渐被这些精致的“船”占据。灵巧的“山扁子”、敦厚的“老鳖船”，承载一家悲欢的“普船”……淮河船、运河船、江浙船、长江船、海船，俨然一个微缩的内河航运史博物馆。

社区工作人员偶然得知后上门拜访，被眼前的景象深深震撼。很快，五里墩社区为这些船模专门开辟了展示空间，“船模文化客厅”应运而生。船模从家庭收藏变为社区展品，老船民们在此找到了共同的记忆坐标。

易文生受邀到社区讲述船民故事、传授船模制作技艺。他的口述成为记录当地水运史的鲜活资料。“我们这一代人，从水上漂到岸上安居，是国家发展的见证者。”他说。他所在的龙河苑小区里，住着不少和他一样的老船民。船模展览成了他们共同的记忆锚点，也激发了年轻一代了解过往的好奇心。

易文生的妻弟周中旗是家族中唯一还在“跟水打交道”的人，如今是一名海员。他看着满屋的船模感慨：“我挺佩服姐夫的，他全凭记忆做出了这么多模型。孙辈们每次来，都缠着他讲故事。”

这正是易文生最欣慰的。“做这些船模，就是想留给子孙后代，让他们记得老一辈人在水上为祖国建设拼搏的日子。”说这话时，他的目光扫过一艘艘船模，仿佛在进行一支无声的“舰队”。“这种精神不光是水利建设上，也在我们普通船民的生活里。风浪来了不退缩，生活苦了不抱怨，一路向前，这跟历史抗争奋斗地精神是一脉相承的。”

79岁的易文生如今已很少亲手制作新船模，年岁渐高，但他的“舰队”早已成形。每一艘都是一个故事，一段凝固的历史。

## “村晚”大舞台 群众唱主角

（上接一版）

与此同时，文化服务暖心惠民工程持续推进。我市出台《关于开展乡村文化暖心惠民工程的实施意见》，倡导“一村一文化”，年均举办“乡村文化大舞台”等各类群众文化活动4.5万余场，服务群众1200万人次。

乡村文化振兴，人才是关键。“十四五”期间，我市发展乡村文体团队和协会2421个，培育乡土文体人才7.5万余人，形成了一支扎根基层、服务群众的文艺队伍。各县区依托综合文化站经常性开展各类文化活动，举办科普、法治、农技、文化生活、卫生健康等讲座培训，受益群众广，社会影响大。

从杨村村的冬季“村晚”，到全市年均4.5万余场的群众文化活动，六安基层文化正焕发勃勃生机。当传统与现代在乡村舞台上交融，当群众从观众变为主角，一幅文化繁荣、乡风文明的乡村振兴画卷正在皖西大地上徐徐展开。

（新华社福州1月13日电）



## 浙江义乌：“哭哭马”意外走红成爆款玩具

1月12日，在浙江义乌市国际商贸城一区玩具销售区，市场经营户“开心姐妹”负责人张水清展示销售的“哭哭马”小马公仔玩具。

日前，在浙江义乌，一款被称为“哭哭马”的小马公仔玩具在网络上意外走红，成为新年以来义乌市场的爆款产品。市场经营户订单暴增，工厂紧急增加生产线应对需求。

本属瑕疵品的“哭哭马”，因其委屈巴巴的表情既治愈又解压，意外戳中网友，从普通公仔一跃成为爆款。目前，“哭哭马”每天订单数量近2万个。

新华社发 吕斌 摄

## 全国每10朵银耳有9朵来自这座福建小城

新华社记者 董建国

人均耕地不足三分，却成为“中国食用菌之都”，被称为“菌中之冠”的银耳，全国每10朵就有9朵来自这座福建小城——古田。

2025年，古田县食用菌产业链总产值315亿元，产品远销东南亚、欧美等20多个国家和地区。

### 点“菌”成金，古田是怎么做到的？

#### 一朵“菌花”托起百亿元大产业

闽东山峦叠翠，晨雾缭绕。在古田县大桥镇，一座座现代化菇棚顺着山势梯次排开，菇农们在银耳菇棚架间穿梭忙碌，精心照料着劳动果实。

“我种银耳20多年了。开始是草木、塑料薄膜搭建的简易菇棚，后来是钢架种植棚，现在用了光伏菇棚。”菇农姚丽娟说，今年银耳长势不错，银耳的“新家”温度、湿度更好控制，病虫害少，棚上发电、棚下种菇，用电成本降低。

2025年，古田县食用菌鲜品产量超100万吨，其中银耳产量超45万吨，占全国产量的90%以上。

随着银耳种植的发展，古田银耳产业链不断延伸。

在古田县大桥镇的福建天天源生物科技有限公司车间，经过深加工的银耳面膜、银耳饮品源源不断从生产线流出。公司展厅里，冻干燕窝银耳羹、银耳多糖、银耳面膜等新品琳琅满目。

“通过低温萃取技术，我们完整保留了银耳多糖、氨基糖等活性成分。”福建天天源生物科技有限公司行政副总经理林柳菊拿起一片银耳面膜说，“通过多款网红产品，公司年销售额超过1.2亿元。”

目前，古田已形成从菌种研发、栽培、加工到销售的完整银耳产业生态：拥有糕点、饮料、调味品、化妆品等10大类60多个系列银耳产品；古田银耳产品进入大型商超，与知名药企建立稳定供应关系；拥有400多家电商企业，通过跨境电商平台，古田银耳产品远销20多个国家和地区……

古田县食用菌协会会长谭国良说，古田已驯化开发生产银耳、香菇、竹荪、黑木耳、茶树菇等食用菌栽培品种38个。

三个“70%”可以概括古田食用菌产业：全县农业人口中70%以上从事食用菌产销活动，农业总产值的70%来自食用菌产业，农民现金收入的70%来自食用菌产业。

古田县常务副县长谢景峰说，以银耳产业为引领，从上游的原辅料销售、菌种供应、菌包生产、菌菇种植，到中端的烘干、初加工、精深加工，再到下游的传统销售、电商直播，古田已在食用菌领域实现“县域工厂化”。

### 产业持续突围改变小城命运

一朵朵银耳花不仅改变了人们的饮食习惯，更改变了这座福建小城的命运。

古田山多地少，古田人的“翻身”，靠的是银耳。

1958年，为了建设古田溪水电站，古田县累计移民6.3万人。为了在耕地不足的条件下谋求生存之道，古田人开始尝试种植食用菌。

古田县食用菌产业发展中心二级主任科员雷银清说，上世纪60年代，段木栽培银耳在当地逐渐兴起，不少“嗅觉灵敏”的菇农便引进试种。

“当时，人们为了便于搬运和管理，将原木砍成锯成长度1米左右的短段，用来栽培银耳，但这种方式依赖天然树木资源，产量较低，栽培周期长达3至7个月，经济效益不高。”雷银清说。

如何提高银耳产量？古田人开始探索新的栽培技术，一项项变革接踵而至。

1977年，古田人姚淑英首次用玻璃瓶栽培银耳，古田银耳进入商品化生产阶段；一年之后，银耳袋栽技术问世。另一位古田人戴维浩使用塑料薄膜制成的栽培容器代替玻璃瓶，古田银耳又一次实现产业化生产的新飞跃。

一路走来并非一帆风顺。宁德晟农农业开发有限公司负责人张家巧说，几年前，银耳市场供过于求，价格持续下跌，“最低时跌破了成本线。”

“传统的散户种植遇到瓶颈，必须走精深加工的路子。”经过不断调试，前后不知坏了多少棚银耳，张家巧带领团队终于掌握了智能化栽培银耳的秘诀。

在晟农公司的栽培车间，雾气氤氲，菌香扑鼻。记者看到一排排整齐的菇架上，朵朵银耳通体雪白。在智能控制系统屏幕上，菇房的数据一目了然。

“菇房配有恒温恒湿系统，由电脑自动监测并调节房内温度、湿度。”张家巧说，有了智慧菇房后，现在可以实现全年无休种植，产量翻倍增长，人工成本大幅下降。

食用菌产业竞争激烈，古田何以脱颖而出？谭国良说，古田早早确立了“以菌立县”的理念，靠着核心技术的一次次革新，不断深耕银耳产业，使之日益发展壮大。

“我们每年会将销售额的3%到5%投入研发，用于增加银耳品种、丰富银耳精深加工产品类型。”林柳菊说。

古田几十年的努力，使曾经贵为贡品的银耳成为百姓眼中实惠可口的“家常菜”，深受市场和消费者青睐。

“咱们古田有38个食用菌品种，其中最出名的，就是我手上的‘古田银耳’了。”在古田县食用菌电子商务创业园，“95后”刘健手捧银耳，连声介绍着。

“县里经常给我们提供培训指导，在融资等方面也提供了很多便利。”几年前，大学毕业的刘健返乡做起电商。如今，公司电商已拓展多个平台，注册近200个商标布局细分市场，公司年销售额突破1亿元。

完整的产业链、不断完善配套设施，再加上政策支持，激发了一波波返乡创业热潮。古田县食用菌协会副会长陈坚说，和刘健一样，不少青年选择返乡创业，为古田银耳产业的发展注入新鲜血液。

凭借直播电商，依托产地供应链优势，古田银耳产销跨越山海，越来越宽。

谢景峰说，当地把食用菌产业列为“头号工程”，通过推广银耳等系列产品，积极推进全县食用菌产业高质量转型升级，培育健