

附件 2

巴中市哲学社会科学规划项目 结项申请书

立 项 编 号 BZ25YB060

项 目 类 别	经 济
---------	-----

项 目 名 称	地方文化助力乡村振兴研究
---------	--------------

项目负责人 王志雄

所 在 单 位 市委党史办

填 表 日 期 2025 年 8 月 26 日

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是☐ 否☐

成果是否涉密： 是☒ 否☐

项目负责人（签字）

年 月 日

填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称											
结项成果名称											
是否变更		A、是 B、否		变更的内容							
原计划成果形式						现成果形式					
原计划完成时间						实际完成时间					
项目负责人及参与人员变更情况											
原 负 责 人	姓 名		性 别		民 族		出 生 日 期				
	所 在 单 位				行 政 职 务			专 业 职 务			
	通 讯 地 址						联 系 电 话				
现 负 责 人	姓 名		性 别		民 族		出 生 日 期	年 月			
	所 在 单 位				行 政 职 务			专 业 职 务			
	通 讯 地 址						联 系 电 话				
原 参 与 人 员	姓 名	单 位			职 称		联 系 电 话				

现 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称	联系电话

二、申请人所在单位审核意见

（审核事项:1.成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容；2.最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。）

签 章
年 月 日

三、县（区）社科联意见

（审核事项:1.成果有无意识形态问题；2.是否同意结项。）

单位（公章）:

负责人签字:

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面问题：

有

☐

否

☐

2.是否同意结项：

是

☐

否

☐

3.鉴定等级：

优秀

☐

良好

☐

合格

☐

主审专家签字：

年

月

日

五、市社科联审核意见

单位（公章）：

年

月

日

地方文化助力乡村振兴研究

乡村振兴对于我们整个国家的发展具有十分重要的作用和意义。作为国家战略之一的乡村振兴战略，关系到我国能否从根本上解决城乡差别、乡村发展不平衡、不充分的问题。在乡村振兴战略中注入地方文化的魂，能够让乡村振兴提速增效，实现乡村可持续发展。

一、巴中地方文化资源禀赋的客观梳理

乡村振兴，离不开文化振兴，这不仅是上级的要求，也是我们现实的需要。巴中历史悠久、文化厚重。从远古时代的刀耕火种到如今改革发展的砥砺前行，在与天斗、与地斗、与人斗的历史长河中，传承下来诸多镌刻着巴中特色的地方文化。

地方古迹。我市地方古迹众多，巴人遗迹、米仓古道、隋唐石窟、恩阳古镇等就是其中最为重要的代表。此外，还有散落在各地的古屋、古桥、古树、古碑、古墓等。国家住房和城乡建设部、文化部、财政部等公布的中国传统村落，我市**5**个县区共**13**个村名列其中。这些古迹中，有一部分保存相对完好，特色鲜明、意义重大，极具开发利用价值。

饮食文化。巴中是巴人活动的核心区域，特殊的人群、特殊的地理、特殊的物产，衍生出特殊的饮食文化。恩阳沙参泥、巴州芝麻饼子、雾露银耳包、黄羊砂锅米线、提糖麻饼、白衣全鱼宴系列—油炸鱼、正直大酥肉、通江银耳莲子羹、巴州炖鸡面、巴州肥肠粉获得巴中“十大名小吃”称号。青峪红烧肉、巴中枣林鱼（船家子鱼）、唐氏秘制卤鸭、白玉鱼汤、巴山腊肉煨土鸡、南江黄羊汤、诺水艸公鱼、巴山土猪辣卤拼、正直品

碗、江口豆花青鳉获得巴中“十大名菜”称号。这些特色饮食，不仅可口而且名声在外。

民俗文化。民俗既是社会意识形态之一，又是一种历史悠久的文化遗产。巴中的民俗丰富，有“打三朝”、婚嫁、丧葬等生活习俗；有建房、开犁、说春等生产习俗；有巴山背二歌、翻山饺子、巴渝舞等娱乐习俗。特别是古巴人传承下来的丰富的农耕文化，极具巴中特色。这些习俗承载了儿时记忆、承载了浓浓的乡愁。

名人文化。巴中人杰地灵，有宋代杰出的天文学家张思训，有颇具传奇色彩的通江三李，有高举反清大旗的白莲教首领冉文俦、罗其清等，有中国共产党早期领导人之一、红军政治工作第一人刘伯坚，有世界平民教育家晏阳初，有探月工程总设计师、中国科学院院士吴伟仁等等。这些杰出的巴中儿女为中国、为世界作出了巨大贡献，也为家乡留下了美名。

红色文化。以通南巴为核心区域的川陕革命根据地是第二次国内革命战争时期的“第二大苏区”，这块红色的土地上走出了国家主席李先念，开国元帅徐向前，开国大将王树声，开国上将王宏坤、许世友、洪学智、周纯全、傅钟等，他们留下了诸多生活战斗遗址遗迹。**12** 万名巴中儿女参军参战，在开创一条通往民族独立、人民解放的革命道路上，把自己的口粮当军粮、把自家的衣被改军装、把自己的门板做担架、把自己的儿子送上战场，他们留下了诸多奉献革命的故事。诸多的革命遗址遗迹承载着“智勇坚定，排难创新，团结奋斗，不胜不休”的大巴山红军精神至今激励着巴山儿女，诸多红色遗存至今熠熠生辉。

生态文化。巴中属亚热带季风性湿润气候，年平均气温17℃。森林覆盖率达58%，重点林区中负氧离子平均每立方厘米超过10000个，四季绿水青山、常年蓝天白云、终日鸟语花香，是名符其实的天然氧吧。优良的生态发展成为一种生态文化，生态文化也将带来发展优势。

二、地方文化助力乡村振兴的模式选择

习近平总书记讲，“人民群众对美好生活的向往，就是我们的追求”。毋庸置疑，旅游正逐渐成为人民幸福生活的刚需。在工业化和城镇化加速推进的今天，整天面对高楼林立的“城市森林”，人们向往田园风光、诗意山水、农家美食，回归大自然、享受慢生活已经成为一种时尚。将地方文化融入巴中全域旅游，能够满足人们“对美好生活的向往”，也必将促进乡村振兴。

采取“农户+企业”模式，打造古村落。贵州肇兴侗寨，位于贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县东南部，占地18万平方米，居民1000余户，6000多人，是全国最大的侗族村寨之一，素有“侗乡第一寨”之美誉。肇兴侗寨是黎平侗乡风景名胜区的核心景点，2005年被《中国国家地理》评选为“中国最美的六大乡村古镇”之一，2007年被《时尚旅游》和美国《国家地理》共同评选为“全球最具诱惑力的33个旅游目的地”之一。肇兴不仅是鼓楼之乡，而且是歌舞之乡，寨上有侗歌队、侗戏班。2018年中央电视台春节联欢晚会，除央视本部1号演播厅主会场外，四大分会场已确定，分别是：广东珠海、山东泰安、海南三亚、贵州省黔东南州黎平县肇兴侗寨。

福建土楼，因其大多数为福建客家人所建，故又称“客家土楼”。土楼产生于宋元，成熟于明末、清代和民国时期。以土、

木、石、竹为主要建筑材料，利用未经烧焙的土并按一定比例的沙质黏土和黏质沙土拌合而成，用夹墙板夯筑而成的两层以上的房屋。福建土楼作为福建客家人引为自豪的建筑形式，是福建民居中的瑰宝。同时又揉进了人文因素，堪称“天、地、人”三方结合的缩影。数十户、几百人同住一楼，反映客家人聚族而居、和睦相处的家族传统。因此，一部土楼史，便是一部乡村家族史。土楼的子孙往往无须族谱便能侃侃道出家族的源流。

我们巴中全市共有 **13** 个传统村落，这是我们的宝贵财富。通江县犁园坝村古村落打造成功后，在举办民俗文化节的当天吸引 **2** 万多人参观旅游，风味小吃区、农特产品区、休闲娱乐区、农家接待区的产品成交及营业额近 **60** 万元，旅游综合收入达到 **200** 余万元。古村落，越来越受到人们的青睐。但是，不少古村落中大部分老建筑都属于私人所有，修缮所需大量资金，村民自己没有能力承担，但如果是由政府投入进行修缮，用公共资源修缮私人物业不仅不合理，而且政府也没有那么多的资金投入。推行“农户+企业”的发展模式，能有效破解这一难题。

招引具有专业背景、雄厚资金实力的大企业，对所有的古建筑进行详细的摸底调查，做好打造的策划和预算。农户以老建筑的价值和家庭人口数作为计算股份的依据，企业以投入的总资金作为计算股份的依据，双方签订股权确认协议，按照股份数量进行利润分配。企业负责在保留原有建筑风貌前提下，用特色建筑材料和传统的建筑工艺，修葺和改装老建筑。农户按照协议约定在使用过程中保护好修缮后的建筑，负责在公司的统一要求下接待参观者。同时，为了丰富古村落，将散落在非传统村落中的零星古迹，迁移、嫁接过来，一并包装打造，

让这些古迹活起来，发挥它们应有的效益。

采取“农户+农户”模式，推介地方饮食。中华大地地大物博，各个地方都有自己的特色美食，诸如新疆的羊肉串、万州的烤鱼、重庆的火锅、藏区的酥油茶等等。就我们巴中来看，南江县正直镇每年举办一次“大酥肉”节，通过节前策划、线上宣传、线下体验、全媒体跟进等具有创意的营销策划，以节促游，打响了“大酥肉”的品牌，吸引了众多“吃货”。

采取“农户+农户”的模式，结成发展联盟，利用巴中特色饮食，打造特色食谱，推出特色宴席，让“吃货”们吃上“食材原生态、制作纯手工”的佳肴。“农户+农户”不是简单的“1+1”，在合作联盟内实现深度融合，统一宣传推广、统一标准流程、统一价格经营。同时，注重特色饮具、餐具的打造，用别具一格的器具彰显巴中特色。在此基础上，让游客在享受美食的同时，听特色饮食背后的文化故事、看特色饮食现场制作流程、赏地方特色文化节目，满足游客的多层次需求。

采取“传承人+企业”模式，开发民俗文化。地方特色民俗文化是旅游资源开发的灵魂，具有独特性与不可替代性。在文化空前大发展的今天，中国的地方民俗文化也得到了前所未有的盛行。刘老根大舞台，在沈阳、长春、哈尔滨、天津、泰安都有。随着“刘老根大舞台”落户京城，二人转又刮起第二次火爆旋风。很难想象，在短短的几年时间，“刘老根大舞台”从一个东北的小舞台，发展到在周边几个省都有其剧场，而如今又在北京落户安家，“刘老根大舞台”的市场扩张可谓之快，令人不禁咋舌，它将中国东北的民俗文化推向了顶峰，使赵本山及其团队名利双收。“刘老根大舞台”这个品牌的核心，其实就是

赵本山本人。一提赵本山，我想大家都不陌生，《刘老根》、《马大帅》、《乡村爱情》都是收视率最高的节目，深受广大观众喜爱。以前每年春晚观众最期待的节目就是赵本山的小品，因为每年春晚都用赵本山的小品作为压轴节目。央视春晚赵本山连摘 11 年的“小品王”桂冠。同时，赵本山还借助春晚这一最具影响力的平台，不断在自己的小品中植入东北二人转，为东北的二人转做足了宣传，为“刘老根大舞台”迅速开拓出京城市场创造了足够的基础条件。

2016 年 7 月 14 日，我市创编的《挂印知县》作为四川省唯一入选由中宣部、文化部主办的全国基层院团戏曲会演剧目，在北京长安大戏院拉开序幕，演出受到了观众和业内的一致好评。不论是社会性、思想性，还是艺术性和观赏性，都堪称新川剧的代表作。这个出自边远山区的剧目能够代表四川走进全国戏剧最高殿堂演出，可以说是一步登天，也充分说明了国家对文化建设的重视，也充分说明了开发地方民俗文化的广阔前景。

采取“传承人+企业”模式，开发利用地方民俗文化，助力乡村振兴发展，具有较强的现实可行性。在实际操作者，传承人负责将特有的生产习俗、生活习俗、娱乐习俗等挖掘、整理出来，负责专业技能的传授和人才的培养；企业负责策划、推广和运用新手段进行编排、包装、展示。“传承人+企业”强强联合、优势互补，将地方民俗文化独特的娱乐性充分释放。同时，注重游客的参与性，打造体验和参与项目；注重民俗旅游纪念品的开发，打开游客钱包。在具体打造过程中，可以按照“编排一台节目、安排一场体验、开发一批产品”的思路，让地方民

俗文化成为可观赏、可参与、可带走的旅游项目，增加附加值，提升经济效益。

采取“场馆+企业”模式，发展地方名人经济。通过名人效应吸引眼球，拉动旅游经济，从而拉动地方经济，这是一种典型的“文化搭台，经济唱戏”的思路，历史名人、英雄人物等被哄抢一空，发展到后来居然连小说虚构人物、反面人物都出现了争抢的局面，一些地方对名人的炒作出现庸俗化的倾向。西门庆，自古以来就是千夫所指的恶人，这人他勾结权贵、横行乡里、蹂躏妇女，无恶不作，不过这个恶人如今却是香饽饽，山东省阳谷县、临清县和安徽的黄山市都说西门庆的家在他们那里，三地掀起了一场“西门庆故里之争”。山东阳谷县、临清县和安徽黄山市三地举起“西门庆故里”的招牌，已经有好些年了，在这三个地方西门庆都有“家”，各地有关西门庆的风景区里，通过连环画、雕塑、表演各种方式展示了西门庆的生活，而且这些展示一改西门庆在传统文学名著中“大淫贼、大恶霸、大奸商”的形象，随着西门庆故里在各地立下门户，西门庆也华丽转身，成为当地政府追捧的“名人”。早在**2003**年阳谷县政府就投资兴建了狮子楼旅游城，王婆茶坊里面逼真的雕塑再现了西门庆和潘金莲的幽会场景；景区内还悬挂着**100**张《金瓶梅》的插图连环画，以及西门庆**7**个妻妾的精美画像。临清的“西

门庆项目”也力压阳谷，“金瓶梅文化旅游区”项目，占地 8 公顷，其中包括按照《金瓶梅》的描写，建设西门庆以及他的妻妾的宅院，游客还可以在景区自费参与“西门庆初会潘金莲”“武大捉奸”的表演，演出后可以得到光盘。黄山市徽州区声称投资 2000 万元开发的“西门庆故里”也已经开放，并声称，西门庆不是山东人，而是安徽人。三地争抢西门庆，有旅游管理专家称“旅游是为了休闲放松，若景区没有卖点，则很难生存。”就是这样一个恶棍，而今都开发出来，成为了炙手可热的景区。

巴中人杰地灵，名人众多，有古代的、现代的、当代的，这些巴中优秀儿子在各个时代为巴中发展、为国家富强、为世界和平作出了巨大贡献，他们的事迹、他们的精神饱含正能量，值得传播与传承。

将地方名人的事迹挖掘、整理，用具有较强感染力的方式宣讲出来，将他们的故居和纪念馆等统筹规划、精心打造，一方面增强巴中人的自豪感，用他们的事迹弘扬正能量，另一方面以此为噱头，发展旅游，吸引游客。在发展过程中，采用合理分工：党史、地方志办部门负责挖掘整理名人的生平和事迹，审定展陈方案；文物部门负责收集整理与名人有关的实物；文化部门负责向上争取专项资金和整个项目的实施；招商部门负责引进企业，围绕旅游的“吃、住、行、游、购、娱”六要素，以故居和纪念场馆为中心，全面打造、高标准综合体，延伸产业链，增加附加值。

采取“培训机构+基地”模式，发展红色游学。十九大闭幕

仅一周，中共中央总书记习近平就带领中央政治局常委，于**2017年10月31日**，瞻仰中共一大会址和浙江嘉兴南湖红船。紧接着，大多数省市的书记带领班子成员到辖区内的革命旧址瞻仰。在革命遗址旧址接受传统教育和党性教育，这是每一个党员干部都需要的。“逝去的是硝烟，不灭的是精神。”井冈山是红色摇篮，延安是革命圣地，一草一木、一砖一瓦都彰显着红色魅力，这里大大小小的培训机构上百家，已经把干部培训做成了产业，带动了当地经济发展。就巴中来讲，通江县王坪村，利用厚重红色文化、富集红色资源，发展红色游学，带动了经济发展，这是有目共睹的。我们巴中是川陕苏区的核心区域，有当时的机构遗址、战斗遗址、重要事件发生地遗址，还有一些领导人故居旧址，红色资源得天独厚。每一个县区都有，比如南江的巴山游击队纪念馆，恩阳古镇的红色遗址群，平昌的红军石刻标语园。

采取“培训机构+基地”模式，利用镌刻着历史印记的红色遗址遗迹，在发展红色旅游的同时，开展干部理想信念教育，将红色旅游融入干部教育，打造红色游学文化品牌。在具体操作过程中，市文旅集团牵头，在党史办、大巴山干部学院的指导配合下，站在全市一盘棋的角度，打破县、乡区域局限，采取新建一批、提升一批、购回一批的方式，将散布于全市的具有特殊意义的红色景区、学习基地打造好；同时精心设计个性化的多条参观、学习环形线路，将红色景区、基地串连起来。

市党史办牵头，各县区党史办参与，挖掘整理红色史料，特别是大力挖掘感人至深、震撼灵魂的人物和故事，提升各个红色景区、各个教学基地的解说词。大巴山干部学院牵头，各县区委党校参与，打造课堂和现场教学的精品课件，将川陕苏区作出的巨大贡献、形成的宝贵精神讲深讲透。市党员教育中心牵头，培训各个红色景区、各个教学基地的解说员，打造一支善于组织、善于讲解、善于调动情绪的高素质的解说员队伍。借鉴井冈山、延安负责红色旅游的经验，放开市场，大力培育相关社会组织和企业，鼓励、扶持他们积极投身红色旅游和干部教育，用发展产业的力度、发展产业的方式，将“第二大苏区”的牌子打响，将红色旅游和干部教育做强。

采取“景区+集体+农户”模式，开发度假游。北戴河，我们都知道是著名的度假胜地，党和国家领导人每年都要定期去疗养。现在，不仅仅是党和国家领导人，我们普通老百姓也有钱出去走一走、看一看了，特别是社会精英人士，工作之余都要出去度假。而我们国家强制公休，更是让度假游成为一种时尚，成为一种产业。

通江县空山不晓得大家去过没有，那里修建了很多小别墅，全部被重庆、成都的白领，大城市的退休干部抢购一空，他们每年夏天都要来住一段时间。我前段时间到通江的唱歌乡去了一趟，那里也修建了很多小别墅，仍然是抢购，很多外地人在此长住于此，被称之为唱歌乡的新市民。南江县光雾山今年夏天推出度假游后，游客大量涌入，一住就是十天半月。这些地方都有一个共同点，那就是生态优势明显，适合养生和度假。依托巴中生态优势，发展度假游具有得天独厚的优势。

采取“景区+集体+农户”模式，政府负责做优大交通、做好大环境，杜绝过度商业化。针对高端人群，村集体集中修建小而多、小而全的别墅区，集中推介、集中经营；针对一般群众，农户利用自家的房屋开办民宿，根据设施等分类统一收费标准、服务标准。在打造度假区的过程中，牢牢把握三个字：“隐”，尽量让休闲度假设施“隐藏”在景区、森林、湖泊等生态系统中，确保设施与生态的无缝对接。“群”，尽量让这些休闲度假设施在小尺度空间上的集聚，要建设小而多、小而全的休闲度假及其相关设施，依托于集群效应来获得开发的成功。“商”，抓住拥有大量财富的消费群体，对个人，要考虑到符合其休闲、养生、度假以及回归田园的诉求，设计度假别墅集群等产品；对企业，考虑其高端静谧环境方面的需求，推进知名企业入驻建设或购置疗养机构。

三、地方文化助力乡村振兴的路径探索

开发利用地方文化，助力乡村振兴发展，需要政府以全域旅游的发展理念来规划和推动，强化对公共资源的调控能力，通过资源协调、服务对接等具体措施来保证全域旅游理念的落地。

争取大政策、给予大支持。一方面要认真研究《川陕革命老区振兴发展规划》，围绕发展规划编制地方文化发展项目，加大汇报、对接、争取力度，使之成为巴中地方文化发展项目的资金库。另一方面，因为地方文化发展项目投入大、见效慢，要给予这些发展项目的实施主体更多的政策、资金支持，让他们有信心、有能力将这些发展项目办好。

招引大业主、建设大项目。由于地方文化产业发展自身的

特点，必须招引具有雄厚资金实力、具有持续投入能力、具有专业技术支撑的大企业，将具有巴中特色的地方文化开发包装，建成具有辐射力、影响力、拉动力的经济体。

打好组合拳、推进融合发展。地方文化产业发展，单一的发展项目附加值不高，经济效益不明显。要打好组合拳，将关联度高的地方文化产业项目融合发展，将地方文化产业项目与其他产业融合发展，大力开发旅游新业态新产品，以达到经济效益倍增的目的。

强化大宣传、促进大推介。在当今时代，“酒香也怕巷子深”，很多“藏在深闺人未识”的宝贝至今仍然“藏在深闺”。要采取多种方式、利用多种载体，加大宣传推介力度，让人们知晓、了解、喜欢。