

奔跑的长三角

文体融合、商旅联动在提速

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”，一波新春大展纷至沓来；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，撒着小嘴的“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1:1.7，大型演出来自上海以外的订单占比接近七成，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热气腾腾。

人形机器人各显神通，“宠物型”机器设备也“跃跃欲试”，机器麋鹿活泼引路、机器狗穿梭巡场、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”

“文化很发达的地方，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江达海、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，高峰日吸引逾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，点燃观众对本土文脉传承的关注热情。“路过此地，思如泉涌。”上海市作家协会专职副主席、该剧原著作者高渊坦言，逛街区、品咖啡、看话剧，已成为许多人的日常选择，这样的生活样态，正持续激发着创作者的灵感与热情。

“在最古典的建筑里，体验最新潮的消费。”徐汇区湖南街道党工委副书记杨海英曾统计，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”。

从这片街区放眼全域，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。

新华社记者（新华社上海1月12日电）

人文经济激活消费新动能

风物新香，满城烟火

——贵阳消费“新三样”展现城市人文经济风貌

“早咖午茶晚精酿。”在贵阳，一种新的生活节奏正在悄然兴起，咖啡、新茶饮、精酿啤酒正成为消费“新三样”，重塑这座城市的人文经济图谱。

2025年前三季度，贵阳精品咖啡、新茶饮、精酿啤酒等新业态快速增长，咖啡茶饮消费增长52.8%。目前，贵阳的咖啡馆数量突破3000家、精酿酒吧超1200家，密度均居全国前列。

“咖啡、新茶饮、精酿，在社交媒体上被评为来贵阳不得不尝试的味觉体验。”来自山东青岛的陈影表示，她来到贵阳旅游第一站，就专门到“去茶山”饮品店感受了贵阳的新茶饮。

出生于2000年的贵阳饮品店“去茶山”，目前已在全国11个城市开设60多家门店，拥有460万会员，日均接待消费者近2万人次，其中88%为25岁至35岁的年轻群体。

作为本地饮品品牌，“去茶山”选用贵州当地的抹茶、刺梨、香禾糯米等“山野风味”进行创新融合，受到年轻人喜爱。目前，“去茶山”每年消费贵州绿茶12吨、抹茶20吨，通过“新茶饮+文旅”“新茶饮+乡村振兴”模式，成为“黔货出山”的重要桥梁，带动本地农户增收。

“我们的茶饮在原料上绑定贵州本土物产，形成‘黔味专属风味’，在文化上将苗绣、黔陶、青岩古镇、甲秀楼融入产品与空间，打造‘可饮用的贵州文化’。”“去茶山”联合创始人刘声健说。

“去茶山”推出的“干酪贵州铜仁抹茶鲜奶茶”将贵州铜仁出产的抹茶与干酪融合，层次丰富，深受年轻人喜欢，已成为新的“爆款”产品。这款产品选用的抹茶原料来自贵州铜仁的贵茶茶业股份有限公司，公司2025年全年抹茶产销量预计突破2500吨，产品畅销全球54个国家和地区。

依托本土风物实现跨界融合生长的还有咖啡。藏在贵阳一老旧小区里的“黑石咖啡”将刺梨与咖啡巧妙融合，推出“山茶刺语”，这款咖啡采用经过生物技术处理的刺梨原浆，有效降低了传统刺梨的涩感，同时保留了果香的清新与酸甜层次。

就在“黑石咖啡”店附近的3公里范围内，

20余家精品咖啡馆星罗棋布地隐藏在小巷里、社区里。有游客在社交平台上留言：“走完这条街，我喝了十几杯不同的咖啡。”

贵阳常住人口约600万，而贵阳市注册的咖啡馆数量已超过3000家，密度约2000人/家，成为全国咖啡店密度最高的城市之一。

“晨起的咖啡开启高效活力的一天，午后的新茶饮带来慢享时光的舒缓，夜晚的精酿则负责营造松弛微醺的氛围。”这是社交媒体上网友对贵阳文旅消费市场“新三样”的总结。其中，受年轻人追捧的精酿啤酒正成为提供“情绪价值”的消费“新宠”。

“不单是酒的品质，还需不断调整口味、消费场景吸引年轻人。”贵阳本土的精酿啤酒品牌TripSmith（行匠）的主理人张子昂说。目前，行匠在贵阳拥有9家门店、2个酒庄，年产精酿啤酒近2000吨，产品远销全国200多个城市。2025年11月，行匠创新采用贵州本土的草莓和杏子酿出的酸啤，在比利时马尔什昂法梅讷市举办的2025布鲁塞尔啤酒挑战赛中斩获金奖。

如今，贵阳拥有1200家精酿酒吧，密度在全国名列前茅。国庆期间，2025“贵阳精酿·世界味道”文化推广活动累计吸引近15万人次参与，商铺营收突破150万元，提升商圈周边餐饮零售营业额约20%。

“我们致力于将‘新三样’与美食市集、文创生活街区相结合，以新茶饮带动消费新场景。”贵阳市城市更新事务中心副主任谢洪说。近三年，贵阳已完成1141条背街小巷的改造。太平路、民生路、青云路、曹状元街、护国路等背街小巷成为新兴的餐饮、文创商业街区。

新兴消费在不断重塑贵阳城市人文经济图谱的同时，也不断聚集人气、带来商气、壮大底气。数据显示，2024年贵阳市地区生产总值为5777.41亿元，其中第三产业占比超六成，主导地位显著，新茶饮产业已逐渐成为激发贵阳经济活力的新引擎。2025年1至11月，贵阳市接待国内游客人数、旅游总花费增速分别为9.4%、9.6%；接待入境游客人数增速达49.6%。

新华社记者（新华社贵阳1月13日电）



俭以养德 杜绝穷奢



大地馈赠 拒绝浪费