



宏村。

# 盘活古村 留住历史烟火

海南日报全媒体记者 陈明艳



古邑今读  
观察

除了已入选的4个省级历史文化名村（海口挺丰村、三亚水南村、澄迈大丰村和罗驿村），海南还有不少古村。如何将古村资源盘活，是一个系统性的工程。

跳出海南寻他山之石，有三个村子用实实在在的数据给出了答案：一个靠世界遗产的金字招牌把“流量”做成“留量”，一个把“晒秋”晒成了火爆全网的IP，一个靠关中民俗文化实现13亿元年旅游综合收入。它们的起点各有不同——宏村有世界文化遗产加持，篁岭曾是一个“挂”在悬崖上的小村庄，袁家村地处关中平原腹地，无甚奇景。但它们殊途同归：让古村“有人来、有人住、有人赚”。

## 宏村 世界文化遗产的“分钱账本”

宏村地处安徽省黄山市黟县，以牛形水系和保存完好的徽派老宅闻名，已被列入世界文化遗产名录，被评为AAAAA级景区，并入选中国首批历史文化名村。

2025年，宏村接待游客459万人次，门票收入首次突破2亿元，同比增长13%。

宏村的活力，根植于对“徽文化”这一基因的深度挖掘与创造性转化。在此基础上，当地着力推动非遗技艺从“博物馆”走向“生活场”。其中，徽剧、舞鱼灯、雉山凤舞、屏山社鼓等非遗项目实现常态化展演。

宏村的另一条腿是写生经济。凭借独特的徽派建筑、山水田园风光和深厚的文化底蕴，宏村吸引了全国各大院校师生及艺术爱好者。黟县已打造形成以宏村、西递为核心的6大写生基地群，全县正规写生基地达83家，年均接待写生师生超55万人次。

比创新文旅产品更值得琢磨的，是钱怎么分。宏村每年将80%的村级旅游分成用于村民分红，2025年，累计发放分红814万元。更关键的是配套机制：村里创新建立“股份分红+善治积分”模式，将古建保护、环境整治纳入积分管理。

“保护古村不只是政府的责任，而是每个村民的‘生意’。你家门口的青石板有没有裂缝，瓦片有没有松动，直接关系到年底的分红。这套机制把‘保护’从一个抽象的政策口号，变成了村民口袋里看得见摸得着的收益。”海南省旅游协会秘书长葛明明说道。

## 篁岭村 秋天也能“晒”成IP

秋天到了，来一场轰轰烈烈的“晒秋”吗？所谓“晒秋”，是指秋季农作物收获后，村民利用房前屋后、屋顶、窗台晾晒辣椒、玉米、稻谷、黄豆等，便于脱水储存。而当提及“晒秋”，就很难绕过江西婺源篁岭村——今年国庆假期，篁岭晒秋丰收巡游与乡村非遗夜带火古村深度游，假期接待18.01万人次。

其实“晒秋”在很多地方都有，但只有篁岭，把“晒秋”晒成了超级IP。

篁岭凭什么？

先看它踩中了什么。辣椒红、玉米黄、南瓜橙，一匾一匾从黛瓦倾泻而下，像打翻的调色盘。这不就是当下流行的“多巴胺色系”和“color walk”吗？世外桃源、丰饶美满、多姿多彩——篁岭晒秋精准踩中了都市人对田园牧歌的全部想象。

于是，一个辨识度极高的互联网热词“晒秋”，带火了一个古村的全局。

但“晒秋”并非一开始就是风景。篁岭建村于明代，位于主峰海拔1260米的江湾石耳山北面余峰的山坡上，地无三尺平，村民只能在屋顶搭架晾晒农作物，意外造就了独一无二的景观。然而此处交通不便，饮水困难，昔日，村民曾陆续搬离，整个村庄一度陷入萧条。

2009年，婺源县以“整体搬迁、山下安



篁岭村。



袁家村。

置”方式将村民迁至山下，古村产权收归集体，引入社会资本整体开发，村民以老宅入股，既可在山下安居，也可在山上就业。这一模式既保住了古村风貌，也激活了沉睡资源。

2013年“晒秋”IP正式推出，迅速出圈，被评为“最美中国符号”。2025年篁岭累计接待游客超360万人次，营收同比增长17.8%。景区现有800名员工中，篁岭本村及周边村镇本地村民占比近70%。

葛明明认为，古村文旅资源活化，与其追求“大而全”，不如先把一个特点展示到极致。其余的，可以交给游客自行探索。游客被“晒秋”吸引而来，还能做什么？穿“晒娘服”拍照，吃晒秋宴，住晒秋美宿，看板龙灯夜游，带走一包皇菊——每一个环节，都在把“晒秋”这个单一符号变成一个可消费、可传播的体验链条。

## 袁家村 把“接地气”做成一门生意

当下，不少古村都在努力让自己“新潮”——光影秀、赛博朋克风……生怕跟不上时代的步伐。但在陕西礼泉县，一个算不上出挑的关中村庄——袁家村，靠“接地气”，2025年，全年旅游综合收入13亿元，游客接待量达1100万人次。

袁家村，2007年前还是个普普通通的村落：产业稀少、青壮年外出打工，没有名山大川，没有世界遗产，连古建筑都算不上出挑。

袁家村的“出圈”，源于2007年启动的乡村旅游转型建设。

发展初期，袁家村深挖关中民俗文化内涵，依托村内老建筑、老作坊、老物件等新旧文旅资源，立足原生态乡村生活、村民自主经营的核心特色，打造“村景一体”沉浸式民俗体验景区，无围墙、免门票，不刻意雕琢、不刻意造景。

袁家村的“转型”并非一蹴而就，而是一个动态的过程。近年来，袁家村捕捉到都市人休闲度假需求的变化，主动“向夜晚要时间、向业态要增量”。精品客栈、特色酒吧街、艺术长廊相继落地，高空漂流、滑翔伞等沉浸式体验项目投入运营，不断丰富产品矩阵。

其分配方式也值得细究。历经多年迭代完善，袁家村形成了清晰且公平的分配准则：全民参与、入股自愿、钱少先入、钱多少人、照顾小户、限制大户。村里明确规定，店铺经营者自持股份不超过30%，剩余股份由普通村民、村集体、其他商户共同认购，各合作社之间相互参股、互联互通。

袁家村的经验说明，“接地气”是一种需要系统设计和长期运营的能力，本质上是把真实的生活变成有品质的产品。建立健全“全民持股”机制，让村里人愿意留，让村民成为股东，把“要我保护”变成“我要保护”，这些“接地气”的当地人，也正是游客愿意去袁家村的重要原因。

“千村千面，古村文旅资源活化没有可以套用的模板，但纵观宏村、篁岭、袁家村等名村案例，仍可以发现相通之处——村民必须是受益者，文化必须是活态的，运营必须是专业的，同时，审美非常重要。”葛明明分析道，海南古村文旅资源活化，首批省级历史文化名城名镇名村刚刚入列，这正是最好的“开始”——

挺丰村，有琼北火山古村落的石巷肌理与琼剧、椰雕等非遗底蕴，还有动漫产业基地，打造“火山古村+数字创意”。

水南村，有“先有水南村，后有崖州城”的千年文脉，黄道婆、赵鼎、卢多逊都曾在此驻足，走的是“文脉+研学”的路子。

罗驿村，有澄迈“科举仕宦第一村”的崇文传统，走的是“火山古村+研学”的路子。

大丰村，有封平约亭和大丰老街，旧时繁华商贸与人间烟火交织，走的是“古镇+咖啡”的路子。

但“入列”只是拿到了入场券。下一步的关键，是像宏村那样算好“经济账”，像袁家村那样建好“共同体”，像篁岭那样讲好“新故事”。守住根脉，留住烟火，让历史真正“活”在当下。图



三亚水南村。

本版图片均为资料图