

从“捏泥巴”到“烧玻璃”

DIY 热潮助力景德镇文旅升级



本报记者 于 芳 □ 王琦琛

今年以来,景德镇的旅游热度持续升温。不靠名胜古迹,不靠流量IP,这座千年瓷都正通过一场“人人都能动手”的手工热潮,成为年轻人争相“打卡”的新文旅目的地。从拉胚、画釉、烧制,到吹玻璃、刻素胚,DIY 不仅刷新了游客对景德镇的想象,也让“动手做”成为文旅消费的新主角。

动手做陶瓷

从游客到创作者

“20块钱一小时的烧玻璃太上头了,原本只想玩一下,结果一连烧了四天。”今年5月,刚刚结束研究生课程的艺术生 Claire 在小红书上分享了她的“景德镇陶艺沉浸式之旅”。她的这篇图文笔记迅速吸引了大量网友关注——没有参观路线、没有导游旗帜,只有一排排的素胚、颜料、工具和热腾腾的烧制窑炉。

景德镇,这座千年陶都,如今正以“动手制作”的方式重新吸引年轻人。与过去以工艺参观为主的“看陶瓷”不同,如今来景德镇的游客,更热衷于“做陶瓷”。在老厂、三宝村、陶阳新村一带,“拉胚+上色+烧制”的体验套餐随处可见。许多店铺推出“69 元包两件成品”的陶艺套餐,“39 元一小时吹玻璃”的体验课程,提供“不限时拉胚、免费上

色、老师全程带做”等服务,性价比极高。

“我们就是冲着能自己做来的。”“95 后”游客宋女士和三位朋友早早订下民宿,提前在小红书上搜集釉下彩技法、素胚购买渠道、公共窑收费标准,几天下来,她们在老厂画了几十件杯盘碗碟,“虽然不是每一件都完美,但这个过程真的比买成品有趣多了。”

不仅是艺术生、插画师、设计博主,越来越多的普通游客也加入这场“陶艺热”:有人沉迷素胚彩绘,有人尝试玻璃塑形,有人专攻雕刻刻刀……开窑的瞬间仿佛开盲盒,一件件亲手打造的作品不仅记录下旅行的回忆,也点燃了创作的成就感。

沉浸式体验

从“打卡”到驻留

从走马观花到驻足创作,从“打卡式消费”到深度参与,沉浸式体验正推动景德镇迈向更沉浸、更专业的文旅模式。

在景德镇老厂,从挑选素胚、配釉、操作窑炉,到烧好寄送,整个流程高度专业化。这种“全流程参与”的归属感与成就感,是吸引大量游客的核心。部分烧玻璃体验店内,更出现了“十小时包日”“连烧四天”的现象。顾客围炉而坐,手执镊子、吹管,练习冷接、塑形等

基础工艺,工作人员则会在关键时刻及时协助,既提供足够自由,又保证最终成品质量。

“现在最火的是既能捏泥巴又能烧玻璃的套餐。”三宝村一位陶艺体验店的店主告诉记者,“我们这边的拉胚不限时、上色免费、25 色釉下彩随使用。还有玻璃体验一小时 39 块,吹玻璃杯只要 88 块,价格透明,绝无二次收费。”店家表示,店内所有师傅均为签约老师傅,指导细致耐心,确保每一位“新手创作者”都能带走成品。

专家指出,景德镇拥有完整的釉下彩绘产业链,从素坯、原料、工具到烧窑、包装,一应俱全。因此,哪怕只是零基础游客,也能在这里快速融入、收获创作体验。正是这种全链条的支持,激发了文旅深度融合的可能。随着热度攀升,各类“DIY 攻略”“创作心得”在小红书、抖音等社交平台层出不穷,围绕素胚购买、釉色搭配、公共窑预约等经验分享,逐渐形成了稳定的圈层文化。从美术生到上班族,从年轻情侣到亲子家庭,景德镇的手作项目正不断打破人群边界,吸引更多消费者前往。

“一块泥带动一座城”

文旅与产业深度融合

DIY 体验带动文旅发展的背后,折射出的是景德镇产业生态的转型与

升级。当前,景德镇正通过实施“陶瓷+”与“+陶瓷”双向融合战略,加快推进文旅产业向高附加值、高品质方向升级,围绕“吃、住、行、游、购、娱”六大文旅要素,推动陶瓷文化、创意设计、现代旅游、会展服务等多产业协同发展,形成一批具备标杆效应的产业集群和品牌项目。

“一个愿意花 300 块玩一天陶瓷的年轻人,通常会为体验本地饮食、购买文创、选择品质民宿买单。”景德镇陶瓷大学文旅研究所副教授李钧分析道,“陶艺、烧玻璃、釉下彩这些低门槛高参与的项目,正在从单纯的文旅消费,逐步嵌入城市产业结构。”

据景德镇市文化和旅游局统计,2025 年“五一”假期,景德镇珠山区接待游客 295.6 万人次,实现旅游总收入 22.3 亿元。其中 DIY 类体验产品订单量同比增长超 60%,陶艺工作坊、玻璃体验店的复购率与入住率同步走高,景德镇的文旅“长尾效应”正逐渐显现。

围绕这一热潮,景德镇快速催生出一批新兴业态,定制烧窑、电商打包、陶瓷包装设计、主题民宿、创作营地等竞相发展。原本聚焦批发交易的“老厂”片区,逐渐转型为创作园区与青年文化集聚地,城市空间与文创产业之间的联动也更加紧密。

相关基础设施的完善也在加速推进。多个创作区新增公共烧窑点、自提柜、釉料供应点,不少民宿设置陶艺桌、储物架,满足游客“多次往返+长期驻留”的创作节奏。为缓解旺季烧窑压力,部分店铺与窑房合作上线“分批预约上窑”机制,同时,夜间市集、夜烧体验等新玩法也在拓展消费时段,延长游客停留时间。

与此同时,发展过程中的压力与短板也不容忽视。部分游客反映体验空间空调不足、外卖难送达、夜间餐饮选择有限等问题,反映出基础配套与高强度客流之间仍存在供需失衡。行业人士指出,景德镇需要从“网红爆款”运营走向系统性的服务体系建设,通过完善体验标准、加强师资培养、优化公共服务等方式,夯实沉浸式文旅的支撑基础,提升整体承载力与口碑稳定性。

中国美术学院手工艺学院博士研究生厉亦平指出,沉浸式文旅的核心,不在于一两项体验的“火”,而在于能否构建起稳定、专业、可持续的产业体系。要让游客留下来、愿意来、愿意再来,文旅产品需不断在内容上深挖文化、在形式上突出创新、在服务上体现专业,以“热度”带动“高度”,以“流量”沉淀“留量”。

乡村特色荡然无存。二是专业人才短缺。咖啡制作、门店运营需要专业的技能和经验,但乡村地区难以吸引和留住专业人才,导致服务质量参差不齐。三是季节性客流波动明显。受乡村旅游淡旺季影响,村咖的客流量在不同季节差异较大,淡季时经营压力倍增。四是偏远地区物流成本高。咖啡豆、奶制品等原材料的运输成本较高,压缩了利润空间。此外,随着头部咖啡品牌逐渐下沉市场,村咖面临的竞争压力也越来越大。

面对这些挑战,食品领域专家认为,在政策引导方面,政府应出台更多支持村咖发展的政策,如提供租金补贴、税收优惠等,降低经营成本。同时,加强行业规范,制定相关的服务标准和卫生标准,促进村咖行业健康发展。例如,北京市平谷区制定《乡村咖啡店食品经营指引》,从源头上保障了村咖的食品安全。在资源整合方面,应强化区域资源整合,构建“咖啡+乡村旅游”融合发展体系。鼓励村咖与周边景区、民宿、农家乐等合作,推出“咖啡+民宿”“咖啡+采摘”等套餐,丰富游客体验。同时,还可以结合当地的民俗文化、非遗技艺,打造具有地方特色的村咖品牌,实现差异化竞争。在人才培养方面,加强与职业院校、培训机构的合作,开展咖啡制作、门店运营等相关培训,为村咖行业输送专业人才。通过线上线下相结合的方式,定期组织行业交流活动,分享经营经验和市场信息,提升从业者的经营水平。

■ 声 音

近年来,随着旅游消费向个性化、深度化发展,“沉浸式文旅”正在成为文旅产业转型升级的重要路径。相比传统“走马观花”式观光,新一代游客更倾向于在旅行中“做些什么”,从参与创作中获得更强的文化体验和情感认同。

在多个热门旅游目的地,沉浸式体验类项目快速增长。以“DIY 手工体验”为代表,景德镇的陶瓷拉坯、釉下彩绘、玻璃吹制等体验项目持续火爆,成都的香囊制作、苏州的缂丝体验、丽江的扎染工坊等项目也吸引了大量年轻人和亲子家庭参与。

这一趋势的出现,不仅仅是审美偏好的改变,更是文旅产业供给逻辑的调整。过去游客是“看客”,如今则是“共创者”。旅游从“看风景”转向“创生活”,从产品输出走向内容共建。这类项目以参与感和创造性为核心,激发游客情感连接,重塑旅游价值链。

沉浸式文旅的兴起,也打破了传统景点式旅游的时间限制与消费瓶颈。以 DIY 项目为例,一件手工艺品的完成往往需要数天,游客的停留时间随之延长,带动住宿、餐饮、物流、文创等相关产业同步发展。从原材料供应、成品烧制、包装寄送到线上传播与二次销售,一个围绕“体验”的产业链正在形成。

更为重要的是,这种模式为非遗技艺的传承与转化提供了现实通道。通过将传统工艺流程拆解为可体验的教学模块,游客得以在旅行中亲身接触、学习并创作,让非遗从“展示”走向“传习”,从“看不懂”转为“做得出”。在此过程中,非遗的文化价值得以激活,也拓展了其商业应用空间。

除手工艺之外,沉浸式戏剧、研学营地、历史场景体验等形式也日益成熟。例如西安的大型实景剧、杭州的考古体验营、长沙的夜游实景演出,通过构建故事化、互动化场景,为游客提供多感官、全流程的文化沉浸体验。这些新形态共同指向一个核心:旅游产品正在从单点服务走向系统构建,从单一消费走向多维价值延展。

然而,沉浸式文旅的发展也面临不少挑战。首先是基础设施滞后与服务标准不一,在游客高密度参与下,一些项目暴露出接待能力不足、指导不专业、体验质量不稳定等问题。其次是内容趋同、缺乏创新,部分地区复制“陶艺+民宿”“扎染+市集”等模式,缺乏地域特色与文化深度,难以形成持续吸引力。此外,许多体验项目仍停留在个体作坊层面,产业化水平有限,缺乏品牌化与平台化支撑。

推动沉浸式文旅可持续发展,关键在于三方面:一是完善配套服务和标准建设,提升游客体验的可预期性与舒适度;二是深挖地方文化资源,打造差异化、专业化的产品体系,避免低水平重复建设;三是推动产业协同发展,引导旅游、文化、教育、电商等领域融合,形成完整的体验消费闭环。

沉浸式文旅并非简单的“动手玩”,而是实现传统文化、地方产业与现代需求有效衔接的路径,它不仅重塑了旅游场景,也在拓展文化传承的边界、激发产业链的活力。未来,随着数字技术与内容创意的不断推进,这一模式有望在更多领域实现复制和深化,成为引领旅游经济高质量发展的新引擎。(王琦琛)

“村舞”:舞出新时代农民新生活

黄河南边,田间地头,灯光璀璨,欢歌笑语。

7月6日晚,宁夏灵武市梧桐树乡杨洪桥村一片欢腾,“大地流彩·2025 年全国和美乡村村舞交流展示活动”在这里圆满落幕,全国 28 个省区市的村舞爱好者们从四面八方奔赴村舞舞台。人们伴随着热情激昂的音乐,手拉手围成巨大的同心圆,尽情地舞蹈、歌唱,将欢乐和活力传递给在场的每一个人。舞台上的音乐声与舞台下的欢呼声交织在一起,将这片古老的土地变成了欢乐的海洋。

在两天时间里,37 支参赛队伍各显神通,带来了精彩绝伦的表演。安徽代表队的《花鼓敲响幸福年》用欢快的花鼓节奏敲响了幸福的节拍;宁夏中卫代表队的《红果红出大中国》以枸杞为灵感,舞出了丰收的喜悦;宁夏灵武代表队的《盛夏的甜蜜》用轻快的舞步描绘出夏日的甜蜜与美好;广东代表队的《乐韵岭南·灯舞欢歌》将岭南风情与灯光舞美完美融合,展现出岭南文化的独特魅力。

村舞,作为“大地流彩—全国乡村文化振兴在行动”系列活动之一,是中国农民体育协会创新推广的“村字号”体育品牌活动代表。它以“律动和美乡村,舞出精彩生活”为主题,分设“三农”风采组和“三农”情怀组两个参赛组别,包括“舞出时代风”乡村舞蹈和“舞出中国风”乡村传统体育两个项目,涵盖广场舞、武术套路、太极拳、气功、八段锦、舞龙舞狮、花样跳绳、花毽、空竹等多种形式。

“我们都是地地道道的农民,做梦也没想到能在家门口登上全国大赛的舞台,太开心了。”演出结束后,灵武代表队队员刘淑萍还难掩激动心情。

在灵武市梧桐树乡,几乎村村都有广场舞队伍,并连续举办了九届广场舞大赛。此次,为了迎接全国和美乡村村舞交流展示活动,梧桐树乡从各村选拔出主力队员,组成梧桐金德舞蹈队,将该乡“名特优新”农产品——沙坝头西瓜的种植、生长、丰收等情景融入舞蹈动作中,让表演充满了浓郁的地方风情。

重庆荣昌区代表队的《桐子花开春风俏》给观众留下了深刻的印象,白绿相间的服装上点缀着淡粉色的花朵,队员们舞姿翩跹,动作刚柔并济,一气呵成。

“在荣昌区,约有 130 个村子普及了广场舞,参与者达 2 万多人。我们白天干农活,傍晚就集中在院坝上排练。”队员赖泽英说,为了丰富村民的文化生活,将家乡的热情带到宁夏、带向全国,队员们排练得都很认真。

贵州州代表带来的作品是《飞向苗乡侗寨》。在这支农民阵容的队伍中,有

的队员是第一次离开家乡。“我们虽然都是农民,但因为苗族有传统的舞蹈根基,男男女女都能跳上一段,大家闲来无事,就组成了广场舞队伍。”今年 61 岁的刘昌玉说。

今年 26 岁的维吾尔族姑娘热孜古力·热合曼和姐妹们组成新疆库车市“龟兹乐舞”舞蹈队也前来参赛。她们以克孜尔石窟壁画中汲取灵感,精心编排了乡村舞蹈《洒满阳光的库车》,生动地展现了浓郁的民族风情和独特的文化魅力。

“村舞不仅能够激发农民朋友参与全民健身的热情,更能传递大家对美好生活的向往,让更多动人的乡村故事被看见、被听见。”安徽省凤阳县小岗村舞蹈队的参赛选手梅周成说。

活动期间,灵武市还配套推出乡村振兴成果展示、“中国村舞图鉴”主题展览、“农耕物语·乡土风物集”乡村市集等丰富的乡村文化活动。宁夏滩羊、八宝茶、灵长枣等特色产业产品集中亮相,让观众在欣赏艺术之余“赶大集”“看影展”“扫图鉴”“品村宴”“玩共创”“赏非遗”,近距离感受乡土文化的魅力与乡村生活的烟火气息。

参与此次展示活动的国家级裁判员孙威表示,村舞以广场舞为主要表现形式,扎根乡村,紧贴农民,有着悠久的历史底蕴和广泛的群众基础。本次村舞交流展示活动就是要将广场舞等农民喜闻乐见的文体活动打造成乡村艺术文化“磁场”和农民风采展示平台,让广大群众在村头溪边、田间地头、集市广场韵律舞动、各美其美、美美与共。

为推动农民体育活动与农产品展销、乡村旅游相结合,本次村舞活动还同期举办了村舞共创营、非遗民族展、乡土风物集、乡村振兴成果摄影展、中国村舞图鉴科普互动等多元体验项目,吸引上万人次参与。在梧桐山野自然生态旅游度假区设置的 83 个展位,汇集展示了宁夏 22 个县市区 300 余种特色美食农特产品。在这里,游客既可以品尝到宁夏特色小吃,也能买到宁夏枸杞、沙枣蜜瓜、沙坝头西瓜等地方特色农产品当“伴手礼”。

体育搭台,文化唱戏,产业赋能。近年来,从“村超”到“村 BA”,从“村跑”到“村舞”,一系列“村”字头文体文旅活动持续火爆,展现出一幅幅活力满满、热气腾腾的乡村振兴图景。

灵武市农业农村局副局长书记、局长谢刚表示:“乡村体育赛事既是文化盛宴,也是发展引擎。它不仅激活了村民的参与热情,更通过‘体育+农业+文旅’的模式带动了一、二、三产业融合发展,让乡村振兴的成果看得见、摸得着、留得住。”

(光明日报)

村咖热潮涌动 新业态激活振兴动能

□ 本报记者 王紫茜

“一休息就想找个清净地儿,刷到这家村咖就来了,没想到咖啡拉花很精致,坐在树下喝咖啡,还能看见远处风景,氛围感拉满。”周末专程从市区驱车 40 公里前来打卡的游客田女士,捧着咖啡杯兴奋地向记者展示自拍。

时下,乡村咖啡馆正以独特的姿态融入乡村发展新图景。这些遍布各地、风格迥异的村咖,凭借乡野风情与咖啡文化交融的体验迅速走红社交平台,成为都市人群逃离喧嚣、追寻“松弛感”的热门打卡地。更重要的是,村咖不仅是休闲消费场景的创新,更搭建起城乡要素流动的桥梁——通过将农产品转化为特色商品、盘活闲置农房资源,为乡村资源“变现”开辟新路径,成为驱动乡村振兴的引擎。

村咖网络加速构建

覆盖全国多地

近年来,乡村振兴浪潮中涌现新业态,各地因地制宜发展特色村咖,以优势资源吸引八方来客,激活乡村经济新动能。

在北京,乡村咖啡业态蓬勃发展,截至 2025 年 2 月,全市已开设 209 家村咖,年接待量 361.5 万人次,实现营业收入 6296 万元。其中,怀柔区的“亲然·大山咖啡”年接待游客超 60 万人次,年收入达 200 万元;平谷区的“也行咖啡”通过改造传统厨房空间,将本地农产品融入咖啡甜品制作,成为京郊休闲新去处。

游客李女士趁着周末来到“也行咖啡”,一边品尝着用本地食材制作的咖啡甜品,一边感慨:“没想到在乡村能喝到这么有特色的咖啡,这里环境清幽,还能体验乡村生活,特别适合和朋友一起来放松。”

在浙江安吉,常住人口不足 60 万的县域内,已集聚超 300 家村咖,年接待游客量超过 615 万人次,形成 1.21 亿元的特色产业规模。据悉,安吉打造的“深蓝计划”,巧妙利用废弃矿坑空间,既保留工业遗迹特色,又融入现代咖啡文化,创下了单日店咖啡出杯 8818 杯的全国纪录。四川省甘孜州道孚县,依托藏式民居资源,发展“村咖+”模式,全县改造提升 20 余家特色村咖,年接待游客量超 150 万人次。

经营模式多元创新

激发业态活力

各地村咖立足本土实际,探索出多样化经营模式,为乡村业态注入新的活力。

“村咖+民宿”模式深度融合住宿与休闲业态,让游客在享受乡村慢生活的同时,获得独特的消费体验。北京密云区的老友季乡村花园民宿,以高品质咖啡研发为特色,将当地农产品融入产品体系,咖啡营收占民宿总收入的 10%。四川省甘孜州道孚县的喜马拉雅电影咖啡馆,从单一咖啡业态起步,逐步拓展特色民宿、藏餐等业务,带动本村 5 户群众参与乡村旅游产业发展。

“在民宿里既能喝到咖啡,还能看电影,这种体验太棒了。”入住喜马拉雅

电影咖啡馆的游客陈先生在社交媒体平台分享着自己的感受。

“村咖+农场”模式实现产业融合发展。浙江余杭黄湖的施丹妮,将自家农场闲置房屋改造成咖啡馆,用农场种植的樱桃制作“樱雪煎云”创意咖啡,以村咖为引流窗口,带动农场多元化经营,年营收达 300 多万元。

此外,“村咖+非遗”模式则让传统文化在现代消费场景中焕发新生。四川省甘孜州道孚县部分村咖将唐卡、石刻等非遗体验融入经营,让游客在品尝咖啡的同时,近距离感受非遗文化魅力。游客李女士表示:“一边喝着带有藏族特色的酥油茶,一边跟着非遗传承人学习唐卡绘画,这种文化与美食交融的体验特别难得,让我对当地文化有了更深的了解。”

注入乡村振兴动能

破解发展难题

现如今,村咖作为一种新兴业态正悄然崛起,为乡村发展提供了新机遇。从浙江安吉日销 8000 杯的网红村咖,到北京周边融合民俗特色的温馨小店,村咖不仅成为乡村旅游的新亮点,更在产业融合、人才回流等方面发挥着关键作用。

然而,在这股热潮背后,村咖行业也面临着诸多挑战。业内人士指出,当前村咖行业主要存在以下几个问题:一是场景同质化严重。许多村咖在装修风格、产品类型上缺乏特色,难以在激烈的市场竞争中脱颖而出。走进一些村咖,仿佛置身于城市的普通咖啡馆,