



一座川滇古城的红色基因与文旅突围

中经记者 陈雪波 党鹏

凉山州会理报道

1935年5月，中央红军巧渡金沙江，从皎平渡进入四川会理，摆脱了数十万敌军的围追堵截。同月12日，入川后的第一次中央政治局扩大会议在会理城郊铁厂村召开，史称“会理会议”。这次会议统一了中央红军的战略思想，巩固了遵义会议的成果，进一步确立了毛泽东在党和红军中的领导地位，为后续一、四方面军在川西北胜利会师奠定了基础。金沙水拍云崖暖，九十余载岁月流转，当年的战火硝烟早已散去，但长征的印记始终刻在这座川滇交界的小城。

沿着长征足迹一路前行，《中国经营报》记者抵达会理。在会理

会议纪念馆，湖畔的雕塑群还原着当年的会议场景，置身其间令人肃然起敬；在红军长征过会理纪念馆，刚结束中考的学生志愿者娓娓讲述着长征往事，红色记忆在年轻一代口中接续传递；登上会理古城的城墙，四方游客与原住民在街巷间交错穿行，烟火气与历史感在此交融；走进绿陶博物馆，传承五代的非遗技艺仍在窑火中延续，每年10余万游客在这里触摸会理的另一种文化脉络。

从红色地标到历史古城，从非遗技艺到文旅融合，会理的文旅产业正在经历一场系统性升级。与此同时，这座小城如何平衡保护与开发、传承与创新，红色资源如何转化为发展动能，非遗技艺如何应对市场化冲击，成为观察县域文旅发展的一个样本。

从历史现场到沉浸式研学

不少讲解工作由学生志愿者承担,其中不乏刚结束中考的学生。

会理的红色文旅资源，以会理会议纪念馆为核心向外辐射。纪念馆坐落于仙人湖畔，包括红军纪念馆、会议旧址和游客中心，景区面积约7.2平方公里，2019年成功创建国家4A级旅游景区，年接待游客超过110万人次。作为全国100个红色旅游经典景区之一，这里不仅是游客打卡的景点，更是各级党组织开展党史学习、主题教育的重要现场教学点。

位于城区的红军长征过会理纪念馆，承担着日常的红色传播功能。纪念馆2009年正式免费开放，长期举办主题展览“金沙水拍云崖暖——中央红军长征过会理纪念馆”，实行全年错时延时开放、周一不闭馆，年接待游客约20万人次，2017年被中宣部公布为全国爱国主义教育示范基地。

记者在纪念馆看到，不少讲解工作由学生志愿者承担，其中不乏刚结束中考的学生。这些年轻的讲解员对长征历史如数家珍，从巧渡金沙江到会理会议的历史意义，都能条理清晰地娓娓道来。这种青少年参与红色传播的模式，既扩充了讲解力量，也让革命精神在代际传递中获得新的生命力。

距离市区约1.5小时车程的皎平渡，是红军巧渡金沙江的原址，如今已是国家3A级旅游景区，年接待游客10余万人次，当地正推动红色旅游与乡村产业融合发展。

会理市文化广播电视和旅游局副局长李喻涵逸表示，当地正依托长征国家文化公园建设，打造红色教育精品课程，排演教学情景剧，让红色教育从单向讲解转向沉浸式体验。

修旧如旧的保护与平衡

如何在保护开发中保留原生烟火气、规避过度商业化,是所有历史古城面临的共同难题。

作为国家级历史文化名城，会理古城是当地文旅的另一张核心名片。古城始建于明初，至今保留着较为完整的明清格局，南北街历史文化街区、钟鼓楼、城门城墙等建筑遗存错落分布。2021年，会理古城获评首批“天府旅游名镇”，并入选四川省历史文化遗产综合保护利用试点，2024年会理又入选四川省历史文化遗产综合保护利用试点县。走在古城的青石板上，两侧的木结构商铺与深处的民居院落相连，游客在前逛街购物，原住民在后生活起居，这种“前店后院”的格局，正是会理古城烟火气的来源。

如何在保护开发中保留原生烟火气、规避过度商业化，是所有历史古城面临的共同难题。李喻涵逸表示，当地坚持保护为先、业态引导，确保古建筑修旧如旧，杜

绝大拆大建和大规模商业改造。“十四五”期间，会理市完成69处历史建筑测绘建档，5条历史文化街区全部纳入法定保护规划，南北街保护提升一系列项目累计投入2.78亿元，资金重点用于补齐基础设施短板、改善原住民居住环境。

在业态层面，会理市依托石榴、南丝路、红色、非遗等本土资源，扶持石榴文创、扎染、绿陶等特色产业，引导本土老店提档升级，而并非盲目引入连锁化商业品牌。这种思路守住了古城原生底色，但也意味着商业规模相对有限，保护与发展的平衡仍是一道考题。

记者在古城走访时看到，城楼上常有各地游客登楼远眺，街巷里既有售卖特产的店铺，也有供应当地小吃的馆子，还有不少居民坐在门口乘凉聊天，游客与

非遗技艺的传承与市场化生存

传承人的培养是一个长期课题。

如果说红色文化和古城风貌是会理文旅的两大支柱，那么绿陶非遗则为这座城市增添了更具工艺质感的文化维度。会理绿陶依托当地得天独厚的矿物质原料，经高温烧制形成自然窑变的花纹釉色，其制作技艺已传承数百年。在会理绿陶博物馆，记者见到了第五代传承人韩春寅，从他的祖辈开始，这门手艺便家族中代代相传。

博物馆内收藏了800多件藏品，涵盖四川各窑口的代表性器物，年接待游客约12万人次，散客与旅行团各占一半。与许多非遗项目仅靠技艺本身难以维生不

同，会理绿陶走的是“博物馆+工坊+民宿+研学+产品销售”的综合经营路线。整个园区配套了14间客房的民宿、私房菜和茶馆，研学、会议培训等业务也在同步开展。从收入结构看，产品销售占主体，研学和民宿约占三分之一。

产品端，绿陶器物从几百元到上万元不等，价格差异主要取决于窑变效果和工艺精细度。销售以线下实体店为主，在会理、西昌、成都及云南等地均有布局，同时辅以网络销售。

但市场化的挑战同样现实。韩春寅坦言，非遗技艺当前最大



图为会理古城。

陈雪波/摄影

本地人的生活空间相互交织，没有明显的“景区感”割裂。这种生活化的氛围，恰恰是会理古城区别于许多过度商业化古镇的核心竞争力。

目前，会理市正在推进会理

古城—仙人湖国家旅游度假区创建，试图把古城人文资源与城郊生态资源串联起来。但基础设施和公共服务的完善程度，仍将直接决定会理文旅能否承载更大规模的游客量。

红色会理：“一颗石榴”激活乡村振兴

中经记者 党鹏 陈雪波 凉山州会理报道

在夏日的阳光里，站在海拔1900米的山顶上，顾发翠大姐大手一挥，说这几座连着的山，1200余亩的石榴地，都是她种出来的。她的姿势，有点像指挥千军万马。

《中国经营报》记者走访时了

山地耕耘者：代代相守的团结底色

在起伏的山坳里，顾发翠的千亩石榴基地漫山铺展，7万棵突尼斯软籽石榴树已经缀满青果，有的比鹅蛋还大。几十名套袋工人穿梭林间，忙碌之中传出了欢声笑语。46岁的顾发翠是当地深耕石榴产业两代人的代表，也是乡土间“石榴籽抱团”最朴素的践行者。如今，她的儿子也辞去航空公司“空少”的职务，返乡承包了几十亩土地种植新品石榴。

回溯30年前，顾发翠的父辈守着十几亩贫瘠山地，零星栽种硬籽石榴，土坯房是全家唯一住所。彼时全镇石榴种植零散，农户各自为

解到，在四川省凉山彝族自治州会理市彰冠镇，像顾发翠一样的石榴种植户有很多。等到成熟时，一颗颗饱满的石榴籽粒紧紧相拥，恰如各民族同心聚力、政企农携手共建乡村振兴的生动隐喻。

有关统计数据显示，会理市目前已建成石榴优质产业基地40万

亩，占四川省石榴种植面积的92%、全国石榴种植面积的26%，年产量80.1万吨，综合产值突破82.62亿元，是名副其实的“中国石榴之乡”。会理石榴已销往波兰、俄罗斯、加拿大等20多个国家。

作为长征路上“会理会议”的重要节点，“像石榴籽一样紧紧抱在一

面积最大的果农之一。

石榴产业的发展，也带动了就业。顾发翠的基地，就有来自周边县市甚至云南的工人，每年套袋、采摘旺季，就需要一两百人。“光是套袋，就需要支付工人工资30多万元。”顾发翠说。

山地气候带来错峰上市优势，1900米高海拔产出的石榴果皮鲜亮、果肉饱满，每年9月起自山下向山上分批采摘，中秋、国庆双节迎来全年销量峰值。顾发翠的果园，可以采摘300多万斤，一直销售到中秋节之前。

至于销路，顾发翠说她的果

起”不再只是一句理念，而是扎根山地果园、流转于加工车间、流淌在电商直播间的产业实践。从世代耕耘的种植大户、深耕深加工的龙头企业，到返乡逐梦的电商新农人，三类主体拧成一股绳，以石榴全产业链为纽带，走出一条产业兴旺、群众共富、城乡融合的县域振兴样板。

子每年都不愁卖，因为这么多年已经积累了很多客户，从7月份开始，就有一些客户会到基地实地考察，确认采摘季的价格。客商主要来自北上广深，尤其是家家悦超市、都乐超市等销量很大。此外，顾发翠也会联合镇上的电商，为他们供货。

当汽车穿行在山坳之间，公路两边很多都是新修建的楼房、小别墅，一般底层都会留出来作为石榴的仓库。这样的情景，让人切身感受到红色的石榴果，已经为当地果农带来实实在在的收入，为乡村振兴注入了活力。

面向未来，姚瑞规划持续放大抱团发展优势：盘活闲置的有机认证土地，打造500亩会理石榴有机样板基地，成熟后向全体合作农户推广，有机果品终端售价较普通石榴高出2~3倍；新建C端袋装果汁、瓶装果酒生产线，打造自有消费品牌；制定严于国标的企业生产标准，带动全产业链品质升级。

此外，在会理市，目前龙头企业还有孜莫拉酒业、会理石榴酒业、亚太石榴酒业等石榴深加工企业，它们以产业平台为纽带，把分散农户、种植基地、加工产能、海内外市场串联一体，让一颗颗石榴籽粒形成完整产业闭环，稳住乡村振兴产业基本盘。

青年摆渡人：电商打通城乡共融的流通脉络

云端辞职、返乡扎根，“95后”何爽是串联田间与全国市场的年轻纽带，也是会理石榴产业新生代“石榴籽”。她放弃东航“空姐”的稳定工作，返乡搭建全域电商供应链，带动数百名村民季节性就业，吸引大批青年回乡创业，让山区石榴走出大凉山，为产业注入年轻化、数字化的团结力量。

2017年回乡探亲时，何爽敏锐捕捉到产业痛点：会理40万亩石榴产能充足，但线上渠道零散、散户单打独斗，大量鲜果难以触达全国消费者。在当地电商扶持政策支撑下，她不顾家人反对辞职返乡，2018年注册成立会理创鲜农业，从零搭建抖音、京东、快手、小红书多平台销售矩阵。创业初期屡屡碰壁，她扎根果园学习种植分拣，挨家对接合作社与农户，整合本地石榴货源，逐步搭建起“基地+合作社+散户”的统一供货体系。

数据见证抱团发展的力量：2019年公司销售额3500万元，石榴单品2500万元；2020年总销售额突破5100万元；2025年全年电商销售收入达8000万元，其中石榴贡献4000余万元，销量高达900万斤左右。

何爽介绍，公司自建6000平方米冷链仓储，分两期建设累计拿到194万元县域物流、电商扶持补贴，标准化分拣流水线落地后，旺季日发货量可达5万单。石榴产销高峰期，企业吸纳350名季节性务工人员，优先聘用周边建档立卡贫困户与

留守妇女，每日务工收入200余元，让群众实现家门口就业，兼顾老人与孩童，减少空巢家庭、留守儿童。

何爽清晰地看见会理电商现存短板：产业高度依赖石榴单一单品，每年产销周期仅3至4个月，石榴季结束后大量电商从业者闲置。为此，她跳出单一品类局限，整合大凉山蓝莓、浦江爱媛橙、海南芒果、广西柑橘等全年鲜果，打造四季稳定供货链路，带动本地电商从业者全年稳定经营，打破季节性闲置困局。

正是何爽的带动，会理已经涌现出几百位甚至更多的电商销售人员。彰冠镇相关负责人介绍，该镇政府同步配套电商人才培训，累计培育200余名本土电商从业者，青年创业者如同新生石榴籽，汇聚成线上销售新生力量。

如今，会理彰冠镇旺季常驻两三百名直播主播，直播间架在万亩石榴园，原产地直发的模式赋予产品天然信任优势，石榴颜值高、受众广，成为全网爆款农产品。由此，通过线上线下主体相互支撑，构建起会理石榴协同共生的产业格局。

产业之外，石榴承载着会理2000余年历史底蕴与多元民族共生底色。当前，会理以石榴为载体，生动诠释“各民族像石榴籽一样紧紧抱在一起”的深刻内涵：农户守好源头品质，龙头延伸产业价值，青年拓宽流通渠道，无数微小力量汇聚，让小石榴长成大树，让红色沃土结出共富硕果。