



从『工业强县』到『文旅富县』

本报记者 李世龙

有力度、有厚度、有温度,蚌埠市固镇县

寒冬时节,蚌埠市固镇县的发展图景跃动着蓬勃生机:经济开发区的自动化生产线上,机械臂精准作业,企业扩产的蓝图正化作实干行动;垓下遗址博物馆里,八方游客驻足凝望,楚汉文化的千年底蕴在利用中焕发新生;智慧农业产业园的温室大棚内,翠绿的辣椒挂满枝头,新鲜果蔬源源不断运往长三角市场……

“十四五”期间,固镇县锚定“工业强县、产业立县、教育兴县、文旅富县”四大战略不动摇,以产业为基、文化为魂、民生为本的战略定力,推动地区生产总值迈上350亿元台阶,在县域高质量发展的实践中,走出了一条兼具发展力度、文化厚度与民生温度的特色道路。

以硬核实力筑牢发展底盘

县域经济的高质量发展,归根到底要靠产业作支撑。固镇始终将“工业强县、产业立县”作为核心战略,摒弃粗放式发展路径,以延链补链强链为抓手,推动产业集聚升级。

蚌埠大成食品有限公司的生产基地,这条扎根固镇20年的产业链,已成长为大成集团在中国大陆体量最大、链条最完善的产业布局,2025年产值达40.7亿元。

“十四五”以来,企业接连投建12.5亿元二期、15亿元三期项目,向“百亿产值”全力冲刺。这份持续追投的信心,源于当地政府的高效服务——在外部环境带来挑战时,当地以“物流车辆一天未停”的方式,确保企业生产经营畅通,为企业的发展保驾护航。

龙头引领的背后,是固镇产业生态的持续优化。该县以经济开发区为核心载体,打造特色产业体系,推动生物化工、绿色食品、装备制造等主导产业加速集聚,“十四五”期间,新增规上工业企业116家,产业集群效应持续释放。

在肥东,约一场“年货大集”

■ 丁胜 本报记者 汤明辉

“年货专供”展区内,各色产品琳琅满目,“老字号美食”展区里香味四溢,“公益助农直播”展区热闹非凡……近日,以“皖美年货 肥东有礼”为主题的“安徽春晚年货集市合肥大集”活动在肥东县吾悦广场举行。据悉,该活动聚焦传统年货展销会和网上年货节的深度融合,现场共设立“年货专供”“老字号美食”“公益助农直播”“潮年潮货”“非遗文创”“家政服务”六大特色展区,汇聚肥东县近100家优质企业1000余款特色产品,为市民打造一站式、沉浸式年货采购体验,营造“欢欢喜喜过大年”节日消费氛围。

市集现场,只见马元素打卡地、发财树祈福景观、机器狗舞狮表演成焦点,市民驻足拍照、争相

合影,在“骏马奔腾”雕塑前定格新年期许,于满挂祈愿丝带的树下寄托祝福,传统年味与现代创意、科技应用场景交融,为热闹市集增添一道亮丽风景,让办年货成为可分享的温馨体验。

为拓展消费新场景、激活全域消费活力,本次年货市集采取“线下市集+线上联动+乡镇分会场”三维推进模式,打通“指尖”和“街头”的消费链条。

年货集市设在肥东吾悦广场,市集持续三天,张集贡鹅、真心瓜子、岱山湖牛乳糖等肥东网货精品成为市民办年货必买“三件套”。与此同时,穿插民俗表演、年俗互动、产品品鉴等丰富活动,让年货市集有烟火味、有文化味,营造出“合你一起过肥年,包公故里闹新春”喜

庆氛围。

网上年货节同步启动,依托电商平台开设“肥东年货专区”实现24小时“不打烊”销售,一直持续到正月十六,并组织肥东“乡味乡寻”书记助农团、“八斗那些事”、“邦和乡村”、“山花青年”、“琪心所愿”等专场公益直播,推介特色农产品,助力家乡好物出村进城。

乡镇分会场联动开展,梁园镇、桥头集镇等有赶大集习俗的乡镇将举办第十届肥东冬季旅游“搜货节”嘉年华等主题年货市集,形成城乡呼应、全域欢购的节日消费氛围。

肥东县商务局相关负责人表示,此次全省年货节落地肥东,既是省、市对肥东消费市场环境和组织能力的高度认可,也是推动肥东

的落地,推动文旅融合从单纯的“看风景”向沉浸式“卖体验”转变,实现了文化价值与经济价值的双向提升。“十四五”期间,固镇累计接待游客1945万人次,旅游综合收入达87.9亿元。

以发展温度诠释幸福内涵

发展的最终目的是普惠于民。固镇始终将民生福祉作为高质量发展的出发点和落脚点,诠释高质量发展的幸福内涵。

在绿之源智慧农业产业园,52岁的宋在经从建筑工地的务工者,转型为家门口的“新型农民”,认领的两个温室大棚里,挂满枝头的辣椒让他的日子越过越红火。

“不用出钱,有技术员教,销路也不愁!”宋在经的心声源于园区创新的“四六分成”模式——农户零成本参与,公司提供种子、肥料、技术、销售全链条服务,扣除成本后纯利润农户占六成。目前,一亩大棚的产值可达3.5万元至4万元,首批农户2025年12月一个大棚分红近3万元。这种“企业+农户”的合作模式,让农民共享产业发展红利,实现了家门口的增收致富。

民生温度的背后,是基础设施的大跨越和民生保障的硬支撑。石湖乡康湖村党支部书记丁秀荷化身为拥有7.6万粉丝的“带货主播小丁”,通过直播间将赤松茸、红薯干等本地特产卖向全国,累计带动销售额突破200万元,让“土特产”变成“网红品”,走出了一条电商助农的乡村振兴新路。

而基础设施的互联互通,更让城乡协同发展的步伐愈发稳健:2025年12月,五蒙高速正式通车,固镇彻底告别不通高速的历史;淮蚌城际铁路固镇南站建设进入收尾阶段,预计2026年下半年运营,固镇即将迈入“高铁时代”,也为县域发展打开了新空间,让高质量发展的成色更足、温度更高。

特色产品走向更广阔舞台的重要契机,将严格做好市场管理、食品安全与交通疏导,确保市民购得安心、吃得放心、逛得开心。

据悉,肥东县是首批全国县域商业“领跑县”和全国农村电商“领跑县”,本次联合商圈承办全省规格的大型年货市集活动,是肥东县2026年首场重点促消费活动,将成为全省春节期间促消费、惠民生的标杆性活动。

截至1月25日,43家电商企业初步统计,在“安徽春晚年货市集”及系列联动活动带动下,线上线下同期全域促消费活动取得显著成效,总销售额达402万元,其中线上直播及相关数字渠道销售额占比超过9成,为农历新年消费市场注入强劲动能。

黟县:铆足干劲抢跑“开门红”

■ 杨欣怡 董江瑜 何彦铭

机器运转不停,工人忙碌生产,订单纷至沓来……当前,黟县的各大企业全力以赴抓生产、赶订单、扩产能,展现出积极的发展态势。

日前,在黄山诚创轴承有限公司的生产车间,全自动下料生产线、CNC数控车床等设备正高效作业。工人们在各自岗位上有序进行加工、检测、打包等工作,现场一派繁忙。目前,企业已配备20条全自动下料生产线、6条全自动磨加工连线、26条液压自动生产线以及24条CNC数控铣床,构建起完整的高端轴承套圈生产体系,年产能达7500万套。

据了解,2025年该公司产值约7360万元,同比增长35.3%;缴纳税收约138.2万元,同比增长58.5%。

“2026年刚刚开始,我们的订单就排得很满,现在所有生产线都是24小时满负荷运转。依托现有的自动化生产设备,2026年力争产值突破9000万元,为黟县工业经济发展多作贡献。”公司生产总监唐艳辉介绍。

同样,在黄山创独汽车零部件有限公司生产车间,工人正在加紧生产,赶制订单。据了解,该公司成

立于2025年9月,总投资1亿元,新建汽车(含新能源汽车)、摩托车(含新能源电瓶车)及各类工程车辆的减速器、制动等关键橡胶零部件的研发生产基地。“目前公司订单已经排到了4月,2026年预计产值不低于2000万元,并于9月底进入规划工业厂区。”公司负责人陈义君说。

企业开足马力的背后,是黟县清晰的产业发展规划。展望“十五五”,黟县经济开发区将重点围绕“2+N”产业布局,做强绿色食品主导产业,锁定元气森林等头部企业开展登门招商,建设集生产加工、展示体验、物流配送于一体的酒水产业园。

与此同时,整合新型显示与汽车电子产业,向智能驾驶产业升级更新,推动企业从“传统汽车零部件”向“智能驾驶核心部件”升级,构建“硬件制造+场景应用”的智能驾驶产业生态。立足传统产业基础向民宿配品升级,布局低空经济、具身穿戴等未来产业赛道,推动传统产业创新升级与未来产业孵化培育双向赋能,形成“主导产业引领、新兴产业突破、未来产业蓄能”的三级产业梯队发展格局。

文创“焕新”激活百年戏曲基因

■ 朱能干 叶梓建

“原来戏曲可以这么潮!”在怀宁县石牌镇徽班博物馆文创展区,合肥游客陈蕊举着一个“萌化”版的黄梅戏脸谱抱枕,惊喜地感慨。她不知道的是,这一声赞叹,正是这座“京黄故里”悄然发生的文化变革的印证。沉淀百年的戏曲艺术,正通过一系列充满巧思的文创产品,突破舞台与展柜的界限,融入当代日常,唤醒年轻一代对传统的亲近与认同。

“我们的核心理念,是让传统戏曲不再是遥望的风景,而是可触摸、可使用、可分享的生活伴侣。”徽班博物馆负责人孙清卿如是说。自2022年起,博物馆主动与多家专业设计机构合作,启动了系统性的非遗文创开发计划,旨在打造一批“看得上、买得起、用得好、能传播”的文创产品矩阵,推动文化从静态展示走向动态应用。

“破圈”进行时 传统符号的当代“变形记”

走进博物馆近200平方米的文创展区,仿佛步入一场传统美学的当代“变形记”。最吸睛的莫过于戏曲脸谱系列衍生品——除了柔软的抱枕,还有极具现代感的大幅装饰画、时尚百搭的帆布包、精巧别致的杯垫与笔记本。

设计师从经典脸谱中提炼出鲜明的色彩与灵动的线条,进行抽象化、萌趣化再造,让古老符号无缝融入现代家居与办公美学。“文创不能只停留在‘贴图’阶段。”设计团队主创认为,“我们更注重功能的融合与使用场景的营造。”一款便携茶具套装,造型灵感源于古戏台,壶盖巧妙融入了盔帽元素,泡茶时自带仪式感;将传统“盔头”工艺微缩化制作成的发簪、胸针,

已成为汉服爱好者圈子的热门配饰。此外,结合盲盒潮流推出的黄梅戏经典角色手办、运用非遗刺绣工艺的装饰摆件等,既有趣味性,也不失收藏价值。

“产品上线一年来,销量同比增长150%,其中65%以上的消费者年龄在35岁以下。”博物馆运营人员吴颖婷透露的数据,印证了市场对这股“戏曲国潮”的强烈认可。

小产品,大产业 文旅融合再升级

文创的走红,带来的不仅是直接的经济效益,更为石牌镇的文旅发展注入了全新活力。“以前游客多是参观展览,平均停留时间约1小时。现在很多人专门为文创产品而来,停留时间延长,消费意愿也明显提升。”石牌镇相关负责人昂海波介绍。目前,文创销售收入已占博物馆非门票收入的70%,成为重要的增长引擎。

更重要的是,这些小巧的文创产品扮演了“文化信使”的角色。游客带走的不仅是一件物品,更是一份关于石牌戏曲文化的记忆与认同。这种“以文塑旅、以旅彰文”的良性循环,正推动石牌镇从单一的戏曲文化瞻仰地,向集参观、体验、消费于一体的综合性文旅目的地转型。

“文创只是起点,是我们连接传统与现代的第一座桥梁。”谈及未来,徽班博物馆负责人孙清卿眼中充满期待。下一步,该地将计划拓展更广阔的“非遗+”路径:运用AR/VR技术开发沉浸式戏曲体验项目,推动黄梅戏研学旅行课程化,并将文创开发延伸至食品、服饰等更多生活领域,构建立体化的石牌戏曲文化品牌生态。