把“京韵乡村”打造成为北京和美乡村新标识

陈奕捷

《北京市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》明确提出“努力打造彰显首都风范的京韵乡村”，为北京持续深入学习运用“千万工程”经验、高质量打造首都乡村振兴样板提出了新的历史任务。自2023年下半年以来，全市围绕“绿化美化清洁化、宜居宜业宜游”目标，推进“百村示范千村振兴”示范片区建设，首批12个片区已取得阶段性建设成效，第二、三批正接续展开。将“京韵乡村”塑造为北京和美乡村鲜明标识，条件日趋成熟。未来京韵乡村建设可以从以下几个方面来谋划实施。

一、立足首善标准，把握建设目标高度

“京韵乡村”需立足北京“四个中心”城市战略定位，充分体现北京的自然地理禀赋、历史文化底蕴及超大城市的辐射带动作用，深度融合“京”字所蕴含的政治特质、地域特征与文化特色。参照《北京城市总体规划（2016年—2035年）》相关精神，其目标定位或可概括为：展现“首都风范、古都风韵、时代风貌”的“京派”乡村；实现现代化生活与传统文化相得益彰、城市服务与田园风光内外兼备的“京味”乡村；体现绿色低碳田园美、生态宜居村庄美、健康舒适生活美、和谐淳朴人文美的“京标”乡村。

在城乡融合发展背景下，推进“京韵乡村”建设需把握四条核心路径：一是坚持同题共答，服务北京城市战略定位，在治理“大城市病”中强化乡村保障功能；二是推动人文共创，传承创新京郊传统村落营造智慧与民俗文化，使其与老城文化遗产交相辉映；三是促进科技共建，大力培育新质生产力，发展都市型现代农业和城市功能导向型产业；四是实现绿色共富，搭乘“双碳”目标快车，强化耕地生态功能，加快零碳乡村建设。

二、树立全域视角，拓展乡村建设维度

北京地处华北平原北端，是农耕、游牧、渔猎文明的交错带。特殊的地理、自然、政治与民族因素，塑造了京郊乡村混合的经济形态与多元的文化特征，孕育了长城边塞文化、京西古道文化、北方民俗文化、红色革命文化等多元文化资源，构成“京韵”的深厚底色。当前建设仍面临“生态价值转化不畅、京韵特色彰显不足、产业动能培育不强”等挑战。多数乡村生态资源尚处于“被动保护”状态，生态价值转化与VEP核算等机制仅在少数地区试点；传统村落保护与开发脱节，部分乡村建筑风貌杂乱，“京韵”辨识度低；乡村运营能力薄弱，乡村消费场景亟待焕新；社会资本与村集体、村民利益联结不够紧密，带动农民增收仍有较大潜力。

“十五五”时期推进京韵乡村建设，首要是强化系统性规划，充分调动北京规划建筑领域的专业力量，开展京韵乡村聚落风貌普查，制定专项规划与区域风貌建设导则，有序实施风貌提升工程。其次是突破村庄边界，从更宏观的村域景观肌理格局保护入手，以全域土地综合整治为牵引，对山、水、林、田、路进行全要素整体设计。关键是推动“规划－建设－运营”一体化，聚焦人

才、用地、资金等全要素保障与机制创新，破解发展壁垒，深度挖掘农业农村的景观、生态、教育、文化等多重功能，创新消费场景与农村集体经济利益链接机制，同步服务支撑“零碳乡村·未来社区”建设。

三、运用触媒思维，创新乡村运营模式

京韵乡村建设的最终目标，是以新产业、新经济塑造新文化、打响新品牌。需统筹有效市场和有为政府，摒弃大资本垄断模式，吸引大量小微市场主体参与，激发“触媒式”反应，提升项目活力与社会影响力。

浙江“千万工程”经验表明，单纯依赖补贴的“招商”仅能带来短期流量，而怀揣“乡村梦”的创业者对田园生活有向往、对乡土文化有认同，更愿将个人理想融入乡村发展，更能扎根乡土、以创新思维盘活闲置资源，融合传统农耕与现代科技、文化创意，构建可持续的产业生态激发乡村内生动力，成为引发良性连锁反应的“触媒”，因而更能吸引更多同路人与合伙人，最终形成“人才聚、产业兴、资本来”的循环，为乡村振兴注入持久动能。为此，要适时优化产业禁限目录，为“小而美”的产业创新营造良好生态，要创新整村运营的设计模式，以轻介入、在地化的“存量小微改造”项目，激活外来投资与村民自主更新。

四、创新引才机制，保障乡村设计投入

京韵乡村建设，离不开规划师、建筑师、景观师、估价师等“多师联创”。其中“总导演”是责任规划师。由于城市更新和乡村建设的逻辑完全不同，乡村责任规划师的角色定位不同于传统的城市规划师，需全过程、陪伴式地参与项目，为政府、社区、村民排忧解难，搭建上下沟通桥梁；而且需要具有能动性，扮演着“多师”下乡的探路者、跨界沟通的统筹者、推进试点的奉献者、造势出圈的宣传者等新角色，是打通规划设计落地“最后 1 公里”的关键。

因此，财政投入应转变“重物轻人”的投入导向，加大对设计服务的购买力度，为规划师、建筑师、设计师等“多师”驻村提供坚实保障。特别是对肩负灵魂重任的责任规划师，不能简单视同于城市规划项目的“乙方”，而应将其作为乡村人才引进，在明确责任与任务的同时，给予更充分的经费支持、话语权与合理回报，保障其有责可为、有力履职。

五、注重情感联结，提升建设成果展示效能

当前，“百千工程”三批示范片区正压茬推进，其成果应以“京韵乡村”为总品牌进行集中展示。针对不少市民对京郊乡村缺乏情感联结的问题，应从记忆与文化维度梳理展示郊野乡村的历史脉络、空间肌理与生态价值，以历史文化的记忆感知唤起情感共鸣，实现“此心安处是吾乡”。

在“情感式”宣传展示的基础上，还应进一步发挥文学艺术的独特魅力，同步实施“文艺赋美乡村”行动，让艺术深度融入乡村肌理，为京韵乡村注入鲜活的美学灵魂与持续的文化生命力。文艺不仅是乡村风貌的化妆师，更是乡土价值的翻译者与情感共鸣的放大器。建议系统推动文学、美术、音乐、戏剧、影视、手工艺等多元艺术形式下乡驻村，鼓励艺术家、作家、设计师成为“乡村美育师”，通过创作反映京郊自然之美、人文之厚、时代之变的作品，将长城边塞的雄浑、古道驿站的沧桑、田园生活的静谧、民俗节庆的热烈转化为可感知、可传播、可消费的文化产品。通过深度挖掘并创新呈现“京韵”独有的文化基因，塑造具有识别度的乡村美学符号，提升乡村环境的审美品位，避免千村一面。更重要的是，文艺能以最柔软的方式，构建城乡之间的心灵桥梁。一部记录乡村变迁的纪录片、一曲融合民间小调的新民乐、一系列取材于乡土的艺术展览，都能生动讲述乡村故事，唤醒集体记忆，让新一代城市居民在艺术体验中理解乡村、向往乡村、融入乡村。因此，在规划京韵乡村建设成果展时，可专设文艺赋美板块，集中展示相关创作成果与典型案例，让公众直观感受艺术如何点亮乡村、文化如何赋能发展，全面彰显京韵乡村的品牌价值与内涵。

习近平总书记 2026 年 2 月在北京考察时强调，要坚持大城市带动大京郊，大京郊服务大城市，加强城乡一体规划，促进城乡联动发展、融合发展、协调发展。北京作为超大城市，其郊区乡村既要承担高水平安全屏障功能，又要满足城乡居民高品质生活需求，还需传承高识别度的地域文化。京韵乡村建设，任务艰巨，使命光荣，前景光明。展望“十五五”，“京韵乡村”必将与“沪派江南”“浙里乡村”“粤美乡村”等并肩，共同构成农业强国和美乡村建设的标志性“品牌矩阵”。

（作者系北京市农村经济研究中心副主任）