

中国式现代化青海路径探索

以食为媒：『青海家宴』品牌建设实践探索

餐饮是民生之本、开放之窗、产业之链。“青海家宴”作为省委省政府高位推动、全省协同打造的省级公共品牌，是青海立足资源禀赋、推动绿色转型、促进共同富裕的创新实践，也是践行正确政绩观的具体体现。2026年全国两会，中餐国际化成为代表委员热议话题，倡导推动中华美食“走出去”、提升中华文化影响力，与青海家宴“立足高原、联通全国、走向世界”的发展路径高度契合、同向而行，为品牌建设注入国家战略势能。

打造“青海家宴”的时代考量与价值意蕴

打造“青海家宴”，是青海贯彻落实党中央扩大内需、促进消费、乡村振兴和高水平对外开放决策部署的政治担当，是立足生态优势、绿色有机农畜产品资源优势推动生态价值转化的战略选择，是补齐餐饮品牌短板、塑造地域特色菜系的现实需要，更是畅通产销对接、带动农牧民增收的民生工程。“青海家宴”走进全国两会，更印证了这一品牌的民生温度与发展价值；其被写入2026年青海省政府工作报告、纳入全省“十五五”规划纲要，成为全省上下共同推进的重点工作。“青海家宴”以小切口撬动大产业、串联产业链、辐射全域发展、联通内外市场，是打基础、利长远的工作，是践行正确政绩观的生动实践。

“青海家宴”的核心内涵与实践举措

“青海家宴”是以高原生态有机食材为核心，融合青海多民族饮食文化与现代烹饪技艺，集品鉴推广、产销对接、标准引领、文旅融合、经贸合作、品牌传播于一体的省级公共品牌与综合性平台，核心定位为生态之宴、文化之宴、富民之宴、开放之宴。

高位布局，国际国内双破圈。2025年2月在香港正式首发，联合香港美心集团推出“青珍港味”特色菜品，赴澳门深化合作升级；同步走进京沪等一线城市，登陆相关援青部委，奔赴浙江、天津等援青省份，更以“青海家宴遇上大明宫宴”活动牵手西安，形成“省内强基、省外扩声、境外拓市”全域布局。

标准筑基，构建体系支撑。深挖青海4000余年饮食文脉和多民族文化优秀内涵，构建国际、传统、民族、特色、乡村休闲、名吃集合六大菜式体系，发布《青海家宴服务总体指南》团体标准，完成版权注册与LOGO征集，遴选100家推广单位，填补青海“无菜系、无标准”历史空白。

全域联动，省市县协同发力。省级层面形成多部门协同发力的支持保障体系，市州区县立足资源禀赋打造“祁连暖火锅”“刚察开年秀”等特色活动，推动“家宴+冰雪”“家宴+骑行”等新模式落地，西宁市大通回族土族自治县与西宁综保保税区内外贸融合协同发展样板。

产销对接，畅通增收渠道。常态化举办食材对接会，推动餐饮企业与农牧基地、合作社直采直供；引入香港STC检测认证，建立“青海检测、香港发证、国际互认”模式，60余家企业65个产品获认证，让优质食材从田间地头直达全国乃至全球餐桌。

守正创新，活化文化传承。坚守西宁老八盘、德都蒙古全席、达顿宴三大非遗宴席核心技艺，优化摆盘设计、融入本地调料，纳入新兴食材，让非遗菜品适配现代生活，实现饮食文化守正创新与活态传承。

“青海家宴”的实践成效与启示

“青海家宴”从理念种子逐渐成长为深入人心的高原美食品牌，取得多维度、实打实的实践成果，充分印证了正确政绩观引领成效。

以宴融情，编织民族团结的同心结。立足各民族交往交流交融，藏族牦牛肉技艺、撒拉族面点手法、回族特色烹饪、蒙古族全席文化在菜品研发和活动策划中交融互鉴，形成兼具多元特色与青海辨识度的家宴体系。各族群众共同参与、共同推广、共同分享，在携手打造品牌中增进情感联结，画出铸牢中华民族共同体意识的最美同心圆。

以宴促收，激活群众增收的“富民活水”。紧扣共同富裕目标，搭建绿色有机农畜产品入市“快车道”，推动新特优质食材优材优价优品牌，带动农牧民稳定增收。“青海家宴·饕在祁连”暖火锅活动单日食材销售额度破20万元，“青海家宴遇上大明宫宴”更让祁连藏羊肉、雪域牦牛肉等优质食材走出青海，实现产地与市场精准对接，助力乡村振兴产业兴旺。

以宴为媒，擦亮“大美青海”的品牌名片。以风味为载体、文化为内核，成为讲好青海故事的重要窗口。“青海家宴”走进全国两会，成为展示青海生态建设、产业发展的鲜活载体；从港澳国际舞台到援青部委、全国主题展会，从“青海家宴遇上大明宫宴”的唐蕃古道文化和鸣到全媒体矩阵传播，生态文明高地、产业“四地”建设成果随青海美食广为传播，擦亮“大美青海”名片。

以宴搭桥，激活内外贸融合的商机活力。以美食为桥赋能外贸高质量发展，青海特色产品远销54个国家和地区，2025年绿色有机农畜产品输出量突破146万吨，冻鲑鱼出口居全国首位，冷冻蔬菜出口量价齐升。北京首发等活动现场签约额超2000万元，实现内外贸市场双向激活，让高原生态产品在双循环中提升价值。

以宴成链，完善三产融合的供应链体系。以餐饮品牌为牵引，推动绿色农畜产品从原料输出向品牌溢价转型，实现“一餐饭带动一条链”。推动食材企业与餐饮主体建立稳定合作，构建“前端连产地、中端强加工、后端通市场”的高效供应链体系，打通全链条堵点，提升产业组织化、规模化、现代化水平。

以宴出标，树立行业发展的标杆。以标准制定为抓手，构建菜品研发、食材选用、服务规范、安全管理全流程团体标准体系，六大菜式体系让青海饮食文化形成系统化表达，国际互认认证模式为生态产品走向世界树立品质标杆，以标准化支撑品牌规模化、国际化发展。

以宴代展，打造立体展示的体验平台。创新宣传推广模式，设置好物展区、非遗展演、文化互动环节，变传统展会为沉浸式体验，以宴代展、以味代言、以体验代宣传。“青海家宴遇上大明宫宴”更以“宴+演+品+链”一体化模式，实现特色资源可触摸、可品尝、可带走、可传播。

以宴扩容，打造文旅融合的升级样板。深度融入国际生态旅游目的地建设，推动“家宴+文旅+体育+研学+康养”多元融合，打造环湖美食驿站、县域主题家宴等新场景。“家宴+冰雪”“家宴+骑行”等新模式让美食成为旅游核心吸引力，延长游客消费链条，实现旅游消费与产业效益同步提升。

（青海省商务厅党组书记、厅长）

电视剧《生命树》：一曲中华儿女共护家园的生态文明赞歌

鄂崇荣

新闻记者等多民族角色。他们来自不同民族，背负不同背景，拥有迥异的人生轨迹，却因对这片土地深沉的热爱而紧紧凝聚，生动演绎了一部各族儿女共护“中华水塔”、同筑生态屏障的生命史诗。

尤其是主角——副县长多杰，这一角色凝练了杰桑·索南达杰、奇卡·扎巴多杰等多位可可西里守护英雄的事迹与精神。作为一名藏族基层干部，面对“年入两百万、支出一千万”的生存重压与盗猎肆虐的严峻形势，他毅然叫停开发、力推保护区，舍弃“采矿脱贫”的捷径，义无反顾地走上当时那条充满荆棘的生态保护艰难之路，在荒原种下“生命树”，成为“博拉木拉”（可可西里）生态保护的改革先驱。此外，《生命树》的镜头更跨越山海，延伸至广东沿海的资助者、内地高校的捐款学子以及全国各地的关切目光。藏族同胞以世代敬畏守护草木，汉族干部以扎根担当诠释职责，东部各界以跨越山海的支援汇聚力量。这种多元力量的交融，筑牢了国家生态安全屏障的坚实基础。

《生命树》的创作过程本身，也是京青

持续促进青海就业质的有效提升和量的合理增长

单苗苗

振企业在青海投资兴业、扩大生产的信心，让市场主体看到青海投资和创业的良好预期，在有效投资和高质量创业中提供更多就业岗位。其二，持续创建就业友好环境，从薪资水平、职业发展、社会保障、教育医疗、和谐劳动关系等多方面系统发力，让各类就业群体看到来青海就业所拥有美好预期，留住人才的同时，吸引更多人才来青海稳定就业。其三，持续营造舒心的消费服务环境，鼓励企业学习以真诚赢得市场的先进服务理念，着力提升消费服务品质和体验。尤其是打造与青海国际生态旅游目的地适配的消费服务环境，加强对消费服务的监管，吸引更多有消费潜力和能力的群体，来享受青海独特自然风景和体验高质量消费服务，在推动服务业提质扩容中带动更多就业。

基于“十五五”时期“稳就业”工作的战略定位与重大要求，青海促进就业需超越单一政策的调整，转向因地制宜整体性推进策略。其核心逻辑在于：以优化宏观环境筑牢就业根基，以供需适配为导向健全就业服务体系、以靶向发力与动态优化提升就业技能培训的实效性、以夯实特色劳务品牌塑造竞争优势、以开拓培育新场景新职业激活增长潜能、以预见性和主动性研判人工智能发展对青海高质量充分就业的影响等六个方面，形成从建强存量到拓展增量的递进路径，助力持续促进青海高质量就业质的有效提升和量的合理增长。

优化宏观环境筑牢就业根基，增强各类主体信心。其一，持续优化营商环境，政府部门需强化服务意识，做企业全生命周期的“护航者”，为企业发展全流程做好服务，尊重市场和企业发展规律，切实提

要因地制宜，围绕本地就业需求和输入地就业需求，开展差异化适配度高的就业技能培训，提升就业培训实效。其二，应健全就业技能培训的评估反馈机制，推动就业技能培训的落实落地，避免就业技能培训的形式主义和“空转”。其三，加快建立动态的就业需求监测与预警机制，统筹整合全省公共就业服务信息系统，建立覆盖省、市(州)、县三级的劳动力市场需求动态监测网络，既包含产业“四地”建设、家政服务业、高原康养等关键领域，也包含零工市场、新就业形态等岗位的需求变化，为就业技能培训提供更加精准适配的指引。

以“规模扩张”与“质量取胜”同步塑造竞争优势，持续扩大青海劳务品牌带动就业的效应。“十四五”期间，青海积极培育“青海拉面”“青绣”“互助家政”“雪山向导”等43个省级劳务品牌，年均带动农牧区劳动力转移就业超过48万人次。为了更好发挥劳务品牌带动就业的效应，应重点推进两方面工作：一方面持续拓展劳务品牌数量规模，各州市要依托当地资源禀赋、产业特色和技能特色，在政府主导、企业支持和社会参与的协同共治下，持续培育更多叫得响、靠得住的劳务品牌；另一方面持续提升已有劳务品牌的影响力和市场认可度，扎实做好劳务品牌的标准化和规范化建设，强化品质管控，以高质量产品和服务赢得更多市场认可，以全过程监督维护劳务品牌声誉，带动更多高质量就业。

以培育高原特色新场景新职业激活增长潜能，持续带动高质量就业。2025年11月，国务院办公厅印发《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》，对场景培育和开放作出系统性部署。

河湟社火文化的视听转译与中华民族共同体的多维表达

李郁 许籍尹 张集之

融，既承载着民众对美好生活的集体向往，亦通过多民族舞蹈元素的交织，展演了不同民族间和谐共处、美美与共的生活图景。这些表演不仅是民间娱乐的形式，更是一种凝聚共识、传递精神、促进交流的文化实践，以具象化的艺术语言，构建了中华民族共同体的鲜活视听叙事。

河湟社火对于中华民族共同体意识的视听化构建

千百年来，在广袤的青海大地上，社火作为中国北方传统民俗活动在发展演变的过程中吸收各地特色形成了独特的地域文化。其中河湟社火则是这片土地上孕育出的文化瑰宝，它利用社火表演中的各种视觉和听觉元素，如服饰、道具、表演场景、艺术表现、鼓点节拍等，将抽象的中华民族共同体意识以直观可见的形式呈现出来。

符号学强调符号与其所指对象之间的关系。在社火文化中，各种服饰、道具等都是文化符号，社火服饰鲜艳多彩，融合了各民族的特色。如藏族的藏袍、回族的白帽、戏曲的顶戴花翎、服官帽等，在社火表演中象征意义，它们的设计和制作体现了各民族文化的融合。与此同时，社火表演场景布置丰富多样，营造出浓厚的文化氛围。开阔的场院、围观的群众、社火场地周围悬挂着的各民族的彩旗、灯笼等表演场地设计也体现了各民族文化融合的特色。

社火作为一种集舞蹈、音乐、戏剧等艺术形式于一身的大众节庆文化活动，民族交流融合的痕迹随处可见，如展演队伍的行进方式、舞蹈步伐、舞蹈动作的编排充分融合了各民族的舞蹈特色，而音乐演

奏也采用了多种民族乐器。各民族独具特色的乐器合奏为河湟社火增添了热烈浓郁的节日氛围，老百姓随着节奏共舞、观看品评，多种乐器的合奏不仅体现出了音乐的节奏和韵律，更是民族融合交汇的和声与共鸣。

除了乐器之外，道具当中也有体现。比如龙灯这个道具，在中国文化中龙本身是汉族文化的重要符号，象征着吉祥、权威等诸多含义。当它出现在河湟社火中，并且融合了藏族等其他民族的艺术风格进行制作和展示时，其作为文化符号的内涵得到扩展，承载了民族融合的意义。这些带有民族特色的符号通过视听化的社火表演进行组合和展示，将抽象的中华民族共同体意识转化为可触可感的集体叙事，让观众在观赏中自然领会其精神内涵。

河湟社火的传承与发展，为各族群众提供了共同参与、共享文化的宝贵平台。在这一过程中，人们不仅加深了对本民族文化的认同与自豪——通过服饰、音乐、舞蹈等元素的动作展示，更直观地感知自身文化的独特魅力；同时也构建起积极互动的交流空间。在表演与日常互动中，汉、藏、蒙、回、土族、撒拉族等各民族相互学习、彼此借鉴，持续增进理解与尊重。大家像石榴籽一样紧紧相抱，共同打磨表演形式、丰富文化表达，使河湟社火不仅成为连接彼此的情感纽带，更升华为中华民族共同体意识鲜活而直观的视听呈现。

融媒体时代河湟社火视听化构建的创新

传播主体创新。河湟社火因其浓厚的节庆特色与欢乐氛围，吸引了众多年轻人参

与。他们不仅投身表演，更在传统形式中融入现代创意与个人表达，为社火注入新活力。随着本土新媒体创作者与运营人才的加入，社火的视听作品生产呈现出新颖视角与多样手法。这些创作者以年轻人喜爱的方式，赋予河湟社火新的时代内涵与乡土情感，可以推动其传承与发展，也打破了传播的时空局限，显著提升文化影响力。

传播形式创新。河湟社火的传播已从抖音、快手、微博、微信视频号等平台，拓展至小红书、B站等年轻群体聚集地。直播成为普遍手段，使观众能身临其境感受现场氛围，可以极大增强参与感与体验感。主流媒体与自媒体的协同，可以丰富传播视角，吸引广泛关注。同时，线上投票、评论、抽奖等互动模式的运用，可以有效提升观众的参与度与粘性，通过乡土情结与民俗风情的视听化呈现，生动凝聚了中华民族血脉相连的共同情感。

内容呈现创新。现代传播手段与年轻群体的加入，使古老的河湟社火焕发新生。内容呈现上，更注重通过娓娓道来的故事化叙事，深入挖掘其背后的历史文化和传承人故事，帮助观众深入理解文化内涵。音乐与舞蹈元素的创新融入，也使表现方式更为新颖。在内容生产上，需要形成线下传播与线下展演、展览、活动相结合的全方位传播矩阵。例如，千户营高台表演中出现的“中国航天”主题，以及与现代音乐、舞蹈、科技及流行文化热点的融合，都让河湟社火更具时代感与吸引力。

（作者单位：青海师范大学新闻学院、青海《党的生活》杂志社、北京电影学院摄影学院）