



左图：万松亭。

而是人人可以身临其境、参与其中、游玩打卡、拍照分享的乡村IP，产生了“符合故乡定义”的slogan及其延伸内涵。“影像南屏”IP是一整套服务体验、视觉形象、品牌理念的聚合物，为“非去不可”“一去再去”奠定基础。值得一提的是，乡村市集、节庆营销、文创周边、非遗体验……全过程运营和转化乡村IP价值，难度大、成本高、周期长，但能够积累乡村数字无形资产（包括口碑、方法论、曝光量与关注度、

下图：南山集搭建于万松林。这里背倚南屏山、相依武陵河，沿着万松桥拾级而下，一条小径蜿蜒，满目金黄的油菜花。



品牌溢价与增值等），为乡村可持续发展源源不断地供给动能。

清明，万松桥上听雨水叮咚，月下古巷觅迷离幽梦。流云在山边聚拢又散开，猫狗慵懒，雏鸟初啼。一条小径蜿蜒，满目金黄的油菜花。背倚南屏山、相依武陵河的南山集，摊位用竹子搭建，竹叶铺满篷顶。

“南山悠品、自然有食、非遗手作、村上尝鲜、徽州故事”是主线，热热闹闹逛一圈，领略徽州风物之美。

五六月则是耕读与歌唱的时节。一家人徒步漫游，微风轻轻地吹拂在脸上。动手劳作，采茶、制茶，细细识别不同类别的草木。读读书，编编竹篾，唱唱黄梅戏。待水稻种子长成青翠的秧苗，会开始期待自己与一杯有机米酒结下亲密的契约。林间蝉鸣聒噪起来了，叶氏支祠内《悠春小叙》演出便应和着奏响生命的韵律。《南屏晚风》声调温柔：浓雾茫茫，青山苍苍，归来依稀少年郎……

带上风雅颂的《诗经》“野一夏”，同鸡鸭牛羊亲近亲近，寓教于乐咏而归。睁大“收割好物”的双眼满

载沿途的风景，稻田艺术节打通了里与外、城与村、自然与人文的界限。于是，在南屏的怀抱中，来访者被疗愈了，喧嚣与烦扰被暂时抛下，人们的每一寸呼吸都变得清透、悠长。

春播、夏种、秋收、冬藏；四时流转，年复一年。

“泉水湾手艺人驻留计划”展开

《新民周刊》记者注意到，程家祠堂从大门紧闭，到空间展示利用方案修改12版、报审2次，于今年4月原则性通过。前不久，“影像南屏”IP又启动了摄影师驻留计划，旨在聚焦民宿摄影创作，通过提高南屏民宿图像质感，提升民宿在美学上的附加价值，增加入住率；除此之外，还将开设空间/影像美学课程，带动民宿主理人学习如何在视觉表达上优化空间，以点带面促进文旅产业。鸡鸣犬吠、粉墙黛瓦使儿时回忆全面苏醒，摄影师麦克把工作室从上海搬到了南屏村。

合理规划、整合资源、精心筹备、孜孜不倦。实践证明，小米集团党委携手社会各界，运用互联网产品思维创立并运营乡村文旅IP，有效带动了乡村文旅的热度，增加了村集体的收入。据南屏村村委统计测算，2024年1至10月，南屏村旅游人数突破19.5万人次，村集体经营性收入达60.92万元（同比增长19.37%）。其中，“影像南屏·南山集”相关报道在新华社等客户端浏览量超300万，“小娟&山谷里的居民演唱会”线上直播观看人数