

# 文化是什么

——从鼎鑫实践看文化的力量

■ 黄勋会

编者按

中华诗词学会会长、国家行政学院原副院长周文彰指出：文化是政治，不重视文化等于不懂政治；文化是环境，不重视文化建设等于忽视环境；文化是形象，如果我们不做好文化建设，等于不要形象；文化是经济，如果我们不重视文化，还口口声声说是抓经济工作的，那么我不能说你真懂经济，不抓文化像不抓经济一样不可理喻；文化是生活，那就告诉我们，如果我们不重视文化建设不重视文化服务，那我们不懂生活的真谛，特别是对美好生活理解得不全面。

《文化是什么——从鼎鑫实践看文化的力量》以鼎鑫大家园二十年实践为样本指出，文化绝非空洞口号，而是串联社区政治、环境、形象、经济、生活的“核心纽带”，提出六个核心观点：1.文化是政治的土壤：让主流价值在居民心底扎根发芽；2.文化是环境的灵魂：让每个空间都散发文化温度；3.文化是形象的基石：让口碑成为最亮的名片；4.文化是经济的引擎：让发展进入良性循环；5.文化是生活的诗意图：让每一位居民享受生活真谛；6.文化是坚守的信仰，沉淀家园共生、事业长青的永恒力量。可以说，鼎鑫大家园为基层“文化之治”提供了全新的样板。

太平盛世耀华章，鼎鑫集团成立二十周年之际，三部著作相继付梓：山西人民出版社推出《文化改变命运》《魂兮·鼎鑫华府：中国文化大观园》，中国诗联书画出版社出版《鼎鑫楹联大观》，虽视角各异，却同以“文化至高无上”为根本底色。

当城市发展从“钢筋水泥的堆砌”转向“精神家园的构建”，社区作为社会治理的最小单元，正面临着“硬件达标易、文化扎根难”的普遍困境。而鼎鑫大家园用二十年的实践给出了破题答案：它以文化为笔，在社区肌理间书写出政治认同、环境温度、口碑形象、经济活力与生活诗意图，让“文化”不再是挂在墙上的标语，而是融入居民衣食住行的“活灵魂”。

## 一、文化是政治的土壤：让主流价值在居民心底扎根发芽

在社区治理中，文化常被视为唱歌跳舞的消遣，与政治割裂开来。但实际上，文化是政治认同的“土壤”，若不深耕文化，主流价值观就会成为悬浮的口号，难以深入人心。

在这里，政治认同深植于文化沃土中。以中华优秀传统文化为“底肥”筑牢精神根基，以红色革命文化为主壤”锚定信仰方向，以社会主义先进文化为“雨露”滋养思想成长，三者交融共生，培育着居民的家国情怀，让抽象的“认同”有了文化载体。

社区里的“红色文化”是这片土壤最核心的“具象表达”。鼎鑫华府小区以讲述中国故事为主题，分最早中国人、人文中国、美丽中国、红色中国四个板块。其中，红色中国板块以南湖红色文化园为主体，形成“一轴四带八亮点”的布局。“一轴”即南湖文化园中轴线；“四带”包括“党史长廊”“十大红色圣地”“中国十大精神”“一百红色故事”“四条文化带”；“八亮点”则有诗词广场、烟雨楼、南湖红船、初心亭、清风亭、党史长廊、十大红色圣地、中国精神雕塑。这里的每一处景观都承载着丰富的红色文化内涵，新华社关注并报道称，这是“运城首个红色主题文化园”。

同时，鼎鑫大家园在先进文化建设中，取得的成果令人瞩目。

鼎鑫大家园围绕“四爱”主题，已经开展了九次主旋律公益文化活动，“永远跟党走千人传党旗”活动更是影响深远，被中央电视台等近百家媒体报道。

鼎鑫大家园注重“三信”宣传教育，在小区矗立起一座长15米高3米的大型文化景墙。鼎鑫人把用社会主义核心价值观引领人、凝聚人、塑造人作为“环境育人”的主题思想。鼎鑫华府的80座楼宇，将核心价值观的12个核心词细化为86条题词，作为楼宇上方的匾额，还以匾额题词为主题，编撰楹联镌刻在两侧，并依据楹联内容选择成语典故，设计制作精美石材浮雕图像悬挂在单元门两边，实现了先进思想文化与建筑功能的深度融合。

鼎鑫大家园让中华优秀传统文化、红色革命文化、社会主义先进文化三者交融，铸就了人们坚定文化自信的强大底气。正如鼎鑫社区负责人所说，文化要深耕进社区日常的土壤里，让居民从“看着社区干”变成“跟着社区干”，从“知道主流价值是什么”变成“打心底认同为什么要坚持”。这就是文化给政治认同扎下的根，既稳又深。

## 二、文化是环境的灵魂：让每个空间都散发文化温度

不少社区环境建设常陷“重硬件、轻内核”误区——执着于“绿化达标率”“设施完备度”，却忽略环境核心是“人”的精神需求。没有文化滋养的空间，即便草木繁盛，也只是缺乏生命力的“景观堆砌”。鼎鑫大家园的实践印证：文化才是环境的灵魂，唯有把文化融入每处角落，方能满足居民对“有温度、有内涵的生活空间”的期待。

一是主题文化园，让文化从“概念”落地为“可触摸的场景”。鼎鑫华府“十大主题文化园”绝非简单命名，而是将文化拆解得

可看、可感、可互动，每个园区都有专属“文化记忆点”——

华夏之都文化园，聚焦“最早中国”的主题，老人坐石凳上就能给孙辈讲述最早中国的故事，让遥远过往变亲近；民族文化的34根“王牌文化柱”对应各省，柱身刻有特色符号，孩子认图案时便记住“中国56个民族、34个行政区”；锦绣中华园：微型景观还原长城、故宫等世界遗产，配“遗产故事”展牌，居民随便便知中华文脉厚重；家和文化园，以石刻、浮雕等载体，承载家风家训家规等内容，墙上“家和万事兴”“百善孝为先”格言让这里成“家庭和谐教科书”……

二是全域文化载体，让每处空间都“开口说文化”。在鼎鑫，文化不只在主题园，更渗透步道、楼宇、广场甚至草木，无“文化盲区”。步道有“声”是指人行步道旁，绿植藏造型音响，时而讲解小区文化景观，时而讲居民感人事，散步常伴“文明之声”；楼宇有“意”是说鼎鑫华府80余座楼宇门柱，将核心价值观化作匾额浮雕，配“诚信”“友善”“民间故事”，居民出入皆触正能量；石头有“语”即南湖红色文化园100块自然石刻红色故事，黄金水岸“华夏长河”文化长廊30块石串联“人类起源到新中国成立”脉络，石头成“露天历史课堂”；广场有“魂”指的是感恩广场从地面浮雕到电子荧屏，讲“感恩共产党”“感恩祖国”“感恩父母”“感恩邻里”案例；草木有“情”是说其草坪标语拒绝“禁止践踏”式的冷硬，换为“小草在成长，请勿打扰”“你惜我生命，我还你绿荫”等提醒，让爱护自然成自觉。

三是活的文化场景，让文化从“展品”变成“生活日常”。鼎鑫的文化环境从非“静止展品”，而是流动的“生活场景”，文化不仅是“看”的，更是“用”的。清晨，“儒家文化园”有老人打太极、写地书，居民驻足讨教，墨香伴晨光；傍晚，“家和文化园”长椅上，妈妈给孩子讲“新二十四孝”“张奶奶照顾独居老人”，播撒“善”“孝”的种子……居民李阿姨说：“一些小区下楼只剩遛弯、打牌；而在鼎鑫，走两步能读《论语》《道德经》，看景观听故事，心情都开阔多了。”

说到底，鼎鑫“环境之美”早超“路面硬化、场地净化、夜晚亮化”表层标准——是“芳香弥漫、音响声润耳、文化味润心”的立体之美，是让每一位居民成“文化见证者、参与者、传播者”的生动实践。

## 三、文化是形象的基石：让口碑成为最亮的名片

有人说“形象是靠宣传出来的”，但鼎鑫大家园的实践却证明：社区形象绝非“豪华硬件”堆砌或华丽宣传造就——文化才是形象的内核与坚实根基，没有文化支撑的形象只是“空中楼阁”；唯有将文化融入社区肌理，才能赢得权威认可与居民真心口碑。

一是权威媒体认可，为文化形象添“官方背书”。鼎鑫的文化建设成果，早已进入国家级媒体视野。近年来，中央电视台《新闻联播》等栏目先后31次聚焦其实践，2024年8月25日中央电视台《热心话》栏目专题报道《这里有座“文化大观园”》，更将其文化魅力推向全国。

正如报道所解读的那样，鼎鑫华府不是“建小区”，而是造“文化大观园”。这份实践既丰富居民精神生活，更成为民生建设典范，为各地提供“文化激活社区活力”的可复制经验，也让“鼎鑫文化”获权威“官方认证”。

二是全民口碑相传，让文化形象扎“人心土壤”。若说媒体认可是“锦上添花”，居民与专家领导的口碑便是鼎鑫文化形象的“根本”。2025年鼎鑫获评“全国文明单位”时，有评委直言：“打动我们的不是设施，而是管理者和居民的‘文化自觉’——随机采访中，几乎每人都能说出‘文化至高无上’的理念，讲出参与过的书法活动、红色故事会。”

特别是各位领导专家的高度肯定，更让鼎鑫人引以自豪——中宣部原副部长王世明评价：“鼎鑫打破传统小区模式，给建筑注思想、给环境注灵魂、给居民注信仰，把小区变成给子孙注入高尚基因的人文工程。”精准点出其文化建设的深层价值——不止“好看”，更在“育人”。人民日报社评论部原主任王亚东称赞：“黄金非宝文为宝，万事皆空善不空……住在鼎鑫华府，孩子比别人至少早‘上学’三年。”

三是居民业主的真心点赞，让家园更多骄傲。业主的声音最真实。业主王先生说：“当初买房就冲鼎鑫‘文化好’，现在朋友来做客都夸‘像文化公园’，我特别自豪。”一位经历2005年高考的业主分享：“当年高考语文考中条山对中华文明的贡献，我很自豪；现在在鼎鑫华夏之都文化园，不仅能看到这道题，还能看到1988年高考题‘运城最早称中国’的渊源。”他感慨：“鼎鑫是文化世界、智慧海洋，是永不闭馆的‘活教科书’，孩子在这里长大，像生活在‘语文大讲堂’中。”

这些无华丽辞藻的口碑，印证鼎鑫的文化形象早已扎根“人心”。当文化成为居民的骄傲、专家的典范，“鼎鑫”这张名片，自然越传越广、越擦越亮。

## 四、文化是经济的引擎：让发展进入良性循环

在房地产行业，有人将文化建设与经

济发展对立，抛出“文化是赔钱的买卖”论调，鼎鑫集团用独有的“鼎鑫现象”给出了颠覆性答案——文化不仅不是经济负担，更是驱动发展的核心引擎。以文化为魂的企业，能走出“文化赋能→口碑增值→经济活跃”的良性循环，这一点在鼎鑫二十年的发展历程中体现得淋漓尽致。

从经济数据看，文化带来的“附加值”让鼎鑫在行业波动中始终领跑。据有关资料，2013—2023年，房地产行业平均销售额增速约5%，鼎鑫却以12%的增速逆势突围；行业平均物业费收缴率约80%，鼎鑫则稳定在98%以上，这组反差的背后，是文化赋予产品的独特吸引力。

文化不仅稳固了核心业务，更推动鼎鑫完成从“单一房企”到“多元集团”的跨越。2005年4月，山西鼎鑫置业有限公司成立；2020年4月，企业“升格”为山西鼎鑫集团有限公司，如今已发展出13个子公司、1000余名员工的规模，业务版图从房地产开发扩展至物业管理、文化传播、装饰装潢、景观工程、幼儿教育、餐饮服务等领域。这一转型的关键，在于鼎鑫将“建筑、景观、文化、服务、管理”深度融合——文化传播公司负责打造社区精神内核，景观工程公司为文化场景落地提供载体，各业务板块围绕“文化”形成合力，让企业抗风险能力和盈利空间大幅提升。

文化还激活了“衍生经济”，形成以社区为核心的消费生态圈。鼎鑫打造的文化园不仅是业主的生活空间，更成为运城的“社区文化打卡地”：周末有市民来拍摄文化景观，节假日有家庭参与非遗体验、读书分享等活动，甚至有旅行社将其列为“社区文化体验点”。人流的聚集直接带动了周边商业发展，周边饭店、文创店、商场的老板纷纷表示：“鼎鑫的文化活动一场接一场，来的人多了，我们的营业额比以前翻了几番。”这种“文化聚人气、人气带商气”的模式，让文化价值进一步转化为经济价值，也让鼎鑫的品牌影响力从社区辐射到整个城市。

鼎鑫的实践证明，文化不是经济发展的“附加题”，而是“必答题”。当企业将文化融入产品设计、社区运营、产业布局的每一个环节，就能走出一条既赚“口碑”又赚“效益”的可持续发展之路，这正是“鼎鑫现象”给所有行业的启示。

## 五、文化是生活的诗意图：让每位居民享受生活真谛

有人说“生活”简单等同于“柴米油盐”的琐碎，却忽略了“诗和远方”本就藏在日常的褶皱里——不重视文化建设，实则是未读懂生活的真谛。文化从不是社区里“额外的点缀”，而是浸润在朝暮间的烟火气与归属感，它能让精神世界充盈起来，让日子从“生存”的奔波，变成“享受”的从容。在鼎鑫大家园，这份从容与诗意，正是由至少15支文化团体撑起“人人可参与”的热闹，再以满含心意的仪式感，酿成生活最甜的滋味。

鼎鑫大家园的文化生活，先以15支文化团体织就“人人可参与”的网，让每位居民都能找到属于自己的“热爱角落”。这份热闹分区域落地，却同样鲜活；黄金水岸小区的8支队伍是社区的“活力担当”——舞蹈队踩着晨露排练传统秧歌，裙摆扬起满场朝气；电吹管队与葫芦丝队的旋律常交织在一起，一刚一柔间奏出生活的乐章；模特队的阿姨们身着统一服饰，走出的不仅是优雅，更是晚年的自信。鼎鑫华府的4支队伍则兼顾多元需求——合唱团专注红歌传唱，每逢节日便成了“移动的红色舞台”；舞蹈队与现代舞队风格迥异，满足不同年龄段的喜好；跑团更是社区的“晨光符号”，每天清晨，成员们绕着社区步道奔跑，身后跟着不少想“动起来”的居民。

这份热闹更靠“不断档”的活动串联，形成“天天有、周周有、年年有”的生活节奏。“天天有”的是团体和居民的日常互动：篮球场里，居民正切磋球技；健身设施区，八段图的成员偶尔会教路人几个基础动作，一派“各得其所、互不打扰却彼此温暖”的图景。“周周有”的是协会与团体的深度联动：黄金水岸的合唱团、舞蹈队、模特队等，每周轮流在文化会所、河东书房开展活动；感恩广场上，居民自发组织的腰鼓队与舞蹈队常同台排练，青少年武术培训的呐喊声，与不远处的葫芦丝声相映成趣。“年年有”的则是集团级的“文化盛宴”：七一前夕“爱党爱国爱生活爱家园”公益文化节，四个小区的团体几乎全员参与，舞蹈队跳红舞、合唱团唱红歌，活动被中央电视台报道，让“党的盛典”成了居民的“节日”；连续数届的“文化教师”活动，数百名学子在爱心合唱团的伴奏下录制感恩视频，手写贺卡送给教师；中秋国庆的“百万福报，爱心馈赠”活动，为社区居民送上祝福，让“爱出爱返”的理念扎根人心。

在鼎鑫大家园，15支文化团体不是冰冷的数字，而是串联起日常诗意的“丝线”——晨露里的舞步、暮色中的乐声、节日里的祝福，让“柴米油盐”有了浪漫注脚。

鼎鑫大家园，15支文化团体不是冰冷的数字，而是串联起日常诗意的“丝线”——晨露里的舞步、暮色中的乐声、节日里的祝福，让“柴米油盐”有了浪漫注脚。

这些无华丽辞藻的口碑，印证鼎鑫的文化形象早已扎根“人心”。当文化成为居民的骄傲、专家的典范，“鼎鑫”这张名片，自然越传越广、越擦越亮。

## 二、文化是环境的灵魂：让每个空间都散发文化温度

不少社区环境建设常陷“重硬件、轻内核”误区——执着于“绿化达标率”“设施完备度”，却忽略环境核心是“人”的精神需求。没有文化滋养的空间，即便草木繁盛，也只是缺乏生命力的“景观堆砌”。鼎鑫大家园的实践印证：文化才是环境的灵魂，唯有把文化融入每处角落，方能满足居民对“有温度、有内涵的生活空间”的期待。

一是主题文化园，让文化从“概念”落

地为“可触摸的场景”。鼎鑫华府“十大主题文化园”绝非简单命名，而是将文化拆解得

相呼应，既唱出了运城人民对生活的热爱，也寄托了这座城市对四方宾朋的诚挚祝福。

从解州关帝祖庙的庄严肃穆到

运城盐湖的梦幻绚烂，从西侯度遗址的文明星火到永乐宫的壁画瑰宝，从绛州鼓乐的激昂韵律到乡村庭院的静谧惬意，每一帧画面都串联起运城的历史厚度与生态之美，让观众在歌声中直观感受“华夏之根、大运之城”的深刻内涵。

运城，古称“河东”，是中华文明的重要发祥地之一，被誉为“华夏之根、诚信之邦、大运之城”。这里既有永乐宫壁画、解州关帝祖庙、鹳雀楼等承载历史的文化瑰宝，又有运城盐湖、五老峰等雄奇壮美的自然景观，更有剪纸、绛州鼓乐等底蕴深厚的非遗技艺。MV创作过程中，摄制团队走遍运城，将这些标志性元素与现代镜头语言巧妙融合，既凸显了古城的历史厚重感，又传递出城市的鲜活生命力。

MV的旋律轻快昂扬、歌词朗朗上口，“好运之城”的城市名片与“好运来”的美好寓

## 《好运之城好运来》MV重磅上线

本报讯（记者 荆毅萍）

近日，《好运之城好运来》运城文旅宣传MV正式上线。这部MV集灵动旋律、唯美画面与深厚文化底蕴于一体，全方位展现我市的独特魅力，向全国游客发出“运城等你来”的热情邀约。

运城，古称“河东”，是中华文明的重要发祥地之一，被誉为“华夏之根、诚信之邦、大运之城”。这里既有永乐宫壁画、解州关帝祖庙、鹳雀楼等承载历史的文化瑰宝，又有运城盐湖、五老峰等雄奇壮美的自然景观，更有剪纸、绛州鼓乐等底蕴深厚的非遗技艺。MV创作过程中，摄制团队走遍运城，将这些标志性元素与现代镜头语言巧妙融合，既凸显了古城的历史厚重感，又传递出城市的鲜活生命力。

MV的旋律轻快昂扬、歌词朗朗上口，“好运之城”的城市名片与“好运来”的美好寓

意相呼应，既唱出了运城人民对生活的热爱，也寄托了这座城市对四方宾朋的诚挚祝福。从解州关帝祖庙的庄严肃穆到运城盐湖的梦幻绚烂，从西侯度遗址的文明星火到永乐宫的壁画瑰宝，从绛州鼓乐的激昂韵律到乡村庭院的静谧惬意，每一帧画面都串联起运城的历史厚度与生态之美，让观众在歌声中直观感受“华夏之根、大运之城”的深刻内涵。

近年来，我市持续深化文旅融合发展，通过举办关公文化旅游节、推出全国通用旅游年票、开展短视频征集等多元举措，不断提升城市知名度与美誉度。此次《好运之城好运来》MV的上线，是运城文旅宣传的又一创新实践，借助大众喜闻乐见的音乐影视形式，让更多人了解运城、走进运城。目前，MV已在各大视频平台、社交媒体同步推送，引发广泛关注与转发热潮。

## 临猗县多措并举筑牢文物安全防线

本报讯（记者 郭华）

近日，临猗县召开专题部署会，聚焦市级及以上文物保护单位的“保护范围、建设控制地带”（简称“两线”）管理与巡查工作，全面提升文物保护工作的精细化、规范化水平，筑牢文物安全底线。

此次部署标志着临猗县文物保护工作进入系统化、责任化、效能化的新阶段，为增强县域文化软实力，推动县域经济社会协调发展注入持久动力。

会议指出，“两线”范围的科学界定是确保文物本体安全、周边环境风貌协调以及后续保护利用工作合法、科学开展的基本

基础。各相关单位要提高政治站位，增强文物保护的紧迫感和责任感，构建“全覆盖、无死角、常态化”巡查机制。要严守工作纪律，落实安全责任，强化日常管护，完善巡查记录，对重大隐患立即上报、迅速处置。要坚持依法保护，以典型案例为警示，严格管控“两线”内建设活动，坚决遏制未批先建、私搭乱建等行为。要健全“县、乡、村、员”四级责任体系，确保事事有人管、责任不落空。要在做好严格保护的基础上，推进文物资源的活化利用，让文化遗产融入现代生活，为临猗高质量发展注入深厚文化动能。

## 芮城县图书馆开展活字印刷主题活动

本报讯（记者 赵卓青）

为积极弘扬中华优秀传统文化，营造良好书香氛围，推动国学经典教育融入于心，芮城县图书馆近日开展“传承国学经典 弘扬传统文化”——趣玩活字印刷活动。

活动伊始，专业老师讲解了中国古代四大发明——造纸术、印刷术、指南针和火药，强调它们是中华民族对世界的伟大贡献。本次活动着重介绍活字印刷术，现场的孩子们在了解活字印刷的来历后，对这一传统发明产生了浓厚的兴趣。随之开启了一段“趣玩活字印刷术”的探索之

旅。小朋友们先在卡纸上写好心仪的字，再将描好的字反放置于kt板上，沿着字体轮廓勾勒出形状，用剪刀将笔画以外的空白部分剪掉或压凹下去，再涂上颜料……大家在动手实践中培养了对传统文化的热爱。