

观察

推动乡村旅游高质量发展的务实之举

乡村旅游重点村建设和遴选,就是要巩固乡村旅游发展和促进脱贫攻坚、乡村振兴成果,让脱贫攻坚和乡村振兴的“旅游路径”经验更丰富、模式更成熟、示范带动面更广

□ 特约评论员 王德刚

近日,文化和旅游部、国家发展改革委公布了第二批全国乡村旅游重点村名单,680个乡村列入全国乡村旅游重点村名录。至此我国已有两批、1000个村庄入选全国乡村旅游重点村名录。

乡村旅游是以服务产品生产为主的产业业态和商业模式,在项目策划、设计、建设、管理、营销、服务等方面都需要现代专业知识和专门技能,也需要政府在政策、资金、市场引导和人才培养等方面给予扶持,使参与乡村旅游发展的主体能够适应由经营传统产业到现代新兴产业的转换,实现乡村旅游产业高质量和可持续发展,进而充分发挥乡村旅游在脱贫攻坚和乡村振兴中的示范带头作用。

乡村旅游重点村建设和遴选,就是要通过体制推动和政策引导,调动各级政府、相关主管部门、社会投资主体、乡

村旅游经营者等各方力量和资源,形成共同推进乡村旅游发展的社会机制。

乡村旅游是乡村经济体系中的新兴产业,由于其产品性质、目标市场和服务对象的特殊性,与以土地承包经营和农作物种植为主的传统农业经济相比,在创意设计、产品开发、管理服务、经营模式等方面更需要现代经营管理知识和服务技能的支撑。以乡村旅游为代表的现代乡村服务业,已经逐渐成为乡村经济体系中最活跃和最具创新力的成分,并成为促进乡村经济结构调整的重要催化剂和乡村经济社会发展模式创新探索的主要阵地。因此,乡村旅游重点村建设可以在促进乡村经济结构调整优化和新型乡村经济社会发展模式创新探索等方面起到示范带动作用。

首先,通过乡村旅游重点村建设和遴选,推动乡村旅游高质量和可持续发展,打造脱贫攻坚和乡村振兴的优选模式。实践证明,乡村旅游在脱

贫攻坚和乡村振兴过程中发挥了重要作用,形成了许多典型案例和成功经验,并形成了巨大规模和辐射效益。乡村旅游重点村建设、遴选的目的就是要以乡村振兴战略为指导,优化乡村旅游供给,通过遴选符合文化和旅游发展方向、资源开发和产品建设水平高、具有典型示范和带动引领作用的乡村,实现重点带动和示范作用。遴选的标准包括文化和旅游资源富集、自然生态和传统文化保护较好、乡村民宿发展较好、旅游产品体系成熟质量较高、基础设施和公共服务较完善、就业致富带动效益明显。从这六个方面来看,乡村旅游重点村建设和遴选,就是要巩固乡村旅游发展和促进脱贫攻坚、乡村振兴成果,让脱贫攻坚和乡村振兴的“旅游路径”经验更丰富、模式更成熟、示范带动面更广。

其次,通过乡村旅游重点村建设和遴选,形成支持乡村旅游发展和乡村旅游重点村建设的系统政策支撑体

系。乡村旅游是乡村经济体系中的新兴产业,与传统农业经济有着很大的不同,乡村旅游发展、特别是以农民为主体的乡村旅游项目开发 and 经营,需要各级政府通过系统的政策工具进行支持。因此,各地要在政策、资金、市场、人才等方面加强对乡村旅游重点村的支持,充分发挥其示范带头作用,更好地服务乡村振兴和脱贫攻坚战略。要通过乡村旅游重点村建设和遴选,推动各级政府出台系列政策,形成系统的“政策工具包”,以促进乡村旅游更好、更快发展。

总之,乡村旅游重点村建设和遴选,是文化和旅游领域服务乡村振兴和脱贫攻坚战略的重要举措。我们要在前期已经积累丰富经验、取得重大成果的基础上,通过进一步系统性的政策体系构建,全面推进乡村旅游高质量和可持续发展,通过经验推广和模式复制,在服务乡村振兴和脱贫攻坚战略中发挥更大作用。

因地制宜打造城市景观 杜绝“移花接木”大拆大建

打造城市景观需要城市决策者和管理者按照既有的城乡规划和“一张蓝图绘到底”的城市建设要求,遵循城市发展规律,努力打造适应市场需求、符合地域文化特色的精品

□ 窦群

近年来,一些地方政府在城乡建设中,采购价格畸高的景观石,采取“移石造景”的所谓“原生态”思路实施城市景观美化,引发媒体高度关注。这种重金造景的做法是典型的形象工程,不仅不符合地方经济发展规律,也会对其他地方的生态环境造成严重破坏。

实际上,很多地方在推进地标式城市景观打造热潮中,类似的思路和做法还有很多,通过移树、移石、移宅乃至移桥等方式,采购各种可以移得动的他乡宝物,期望迅速打造出具有田园生态和人居环境的城市景观。

他乡的奇美巨石、伟岸大树、传统宅院和古朴石桥,都是其所在地自然和人文生态系统的有机组成部分,以其特有的功能,为传承和展现所在地的生态系统,默默地续写着传奇的故事。把他们从原地创出、挖走、搬运、再植,即使他乡营造的环境再好,也会因为改变了原生系统而失去灵性。而且,从法制和道德层面衡量,这类在本地实施的所谓城市景观建设的“生态工程”,本质上对于他乡是流泪的“生态破坏工程”,这种“只管种好自己地、而不惜毁他人田”的城市景观打造思路都注定是不科学的,必须通过舆论、教育和法制的综合治理加以制止。

我国正处于城市化加速进程中,各地为提升自身的竞争力别出心裁,纷纷加大了城市景观打造力度。在这个过程中贪大求洋、脱离实际的做法需要引起足够的重视并加以制止。一些城市在城市景观打造中好大喜功、标新立异,盲目追求创新、超越,第一等无序竞赛,更有少数城市决策者出于个人的主观想象力,督促大型城市景观项目仓促上马。于是,产生了各类奇形怪状的建筑物和牌坊、大公园、大广场等城市形象工程,偏离当地发展

实际,断裂当地文化传承,有的甚至对城市古城风貌和自然生态造成新的破坏。

城市景观建设须尊重当地经济发展的实际水平、遵循城市发展规律、听取专家和社会广泛意见。一个时期以来,一些地方在城市建设中,由政府资金主导,实施恢复古城乃至无中生有打造古城、小镇的各类“大手笔”层出不穷,这种严重超越当地财力支撑、长期不能发挥市场效益的项目不仅浪费了人力物力财力,也背离了通过城市景观美化树形象、促发展的初衷。这种做法不仅可能对生态环境造成破坏,最终还会因为资金短缺、工作岗位调整等因素,形成大量的烂尾工程和半拉子工程,使城市发展伤痕累累、经济发展背上包袱。

为此,打造城市景观需要城市决策者和管理者按照既有的城乡规划和“一张蓝图绘到底”的城市建设要求,遵循城市发展规律。要严格按照城乡规划法,建立健全大型城市景观项目论证和审批制度,并从项目设计、施工和建筑材料等环节严格把关,杜绝通过“移花接木”的形式打造城市景观,努力打造适应市场需求、符合地域文化特色的精品。要杜绝缺乏科学论证仓促上马、在既定时间内完成的形象工程和政绩工程。要引入市场机制和企业参与,避免完全由政府资金投入可能给地方经济带来的负担。通过把城市景观项目纳入区域整体规划和开发,发挥好政府和市场两个职能。政府的主要职能是承担配套公共服务与基础设施建设,监督各个项目是否符合城乡规划要求。各类具体工程项目,特别是具有盈利性质的项目,要通过招商引资,让自负盈亏的企业作为经营主体,这样才能更好利用政府有限的资金去撬动更大规模的社会资金,避免因为一个大型城市景观项目由政府单独一家投资而带来举债、半途停工等风险。

声音

“坚持生态保护第一,是建设国家草原自然公园的基本原则”

——据新华社报道,国家林草局日前公布了敕勒川等39处首批国家草原自然公园试点建设名单,标志着国家草原自然公园建设正式开启。国家林草局草原管理司司长唐芳林说,坚持生态保护第一,是建设国家草原自然公园的基本原则。国家草原自然公园设立后,将加大保护修复力度,在维护草原健康的前提下,适度开展可持续的利用活动,杜绝区域内乱捕滥猎、乱采滥挖、乱征滥占等破坏草原行为。

“引导顾客改变用餐习惯,让‘迷你型’菜品成为餐饮新时尚”

——针对制止餐饮浪费行动,《经济日报》发表评论指出,应鼓励餐馆、食堂、餐饮企业科学合理设计菜单,调整菜品数量、分量,提供“半份、半价”“小份、低价”的服务方式。同时,餐饮行业应尽快制定相关标准,明确小份菜、中份菜、大份菜的合理价格区间,保障消费者的消费权益,以做到既节约餐饮企业的采购成本,保证厉行节约,又为顾客提供经济实惠的餐饮体验。(本版编辑 龚立仁 整理)

新技术带来阅读新体验

在2020年中国国际服务贸易交易会上,应用于多个文化领域的新产品和新科技闪亮登场,疫情之下文化新业态蕴含的蓬勃生机令人啧啧称奇。270度裸眼游历名山大川、用5G手机和VR眼镜直连体验720度沉浸式阅读……本次服贸会上,阅读新科技吸引参观者踊跃体验。 新华社发 朱慧卿 作



来论

“雪糕配古迹”,这个创意很巧妙

□ 吴昊

近年来,一些景点掀起文创“冷饮”热潮。从故宫“养吾雪糕”到西安“城墙味道”,从圆明园“荷花雪糕”到杭州西湖“断桥相会”,无论是皇家宫殿,还是烟雨江南,各地景点都不约而同地瞄准雪糕为其代言。

“雪糕配古迹”之所以受到游客热捧,得益于雪糕采用名胜古迹的造型,做到“因景而变”。此外,雪糕可吃可玩,游客不仅可以用它拍照打

卡,还可以用以消暑解乏。

“雪糕配古迹”,对于景区而言是用小成本换来大宣传。雪糕制作成本相对较低,投入不多即能获得高回报。利用雪糕这一“宣传大使”,还可以激发游客对名胜古迹的兴趣。试想,当孩子们吃着龙、凤、狮子等样式的雪糕时,也难免会问为什么这款雪糕叫作“养吾雪糕”,这种一边吃雪糕一边学知识的方式,也不失为一堂生动的课外实践课。

反观现实中,不少景区售卖的纪

念品千篇一律、毫无特色,无人问津也在情理中。“雪糕配古迹”,其创意不仅在于合理的搭配,更在于把雪糕与文化进行了巧妙融合。一些雪糕暗藏玄机,比如莫高窟文创雪糕,不仅造型别致,而且吃完清洗后就是一枚九色鹿书签,令人惊喜。杭州西湖“断桥相会”款冰淇淋,还原了白娘子和许仙在断桥相会的场景,情侣们买上一对,一分为二,合起来象征着圆满。这种将景区文化内涵融入产品开发的做

法的内涵,既不牵强附会,也避免了产品“千人一面”,看得见、摸得着、吃得好,这样的文创产品自然充满趣味。

当然,要让“雪糕配古迹”这类文创做得更好,既要把握名胜古迹及其背后的文化内涵,多角度全方面进行宣传,避免被带偏,否则名胜古迹就容易走入刻板印象的死胡同;还要依法保护好文化IP,特别是商标及其相关附属创意,避免被他人抢注,更要防止被非法利用,以至于被恶搞、被调侃。

总之,文创要做好,心思少不了。用雪糕为景区“代言”,成本低,高回报,值得各地参考借鉴。

增城全域旅游观察之三

乡村民宿成一景 乡村旅游品牌化

“去年第一次到莲塘村绿道骑行后,我们就一直念念不忘这里的好山好水好空气,周末终于有机会再过来感受这里田园生活的小美好了。”日前,乐女士带着一家老小又来到增城区莲塘村体验乡村旅游。广州增城区地处珠三角城市群中心区域,生态环境优良、田园风光秀美,近年来乡村旅游发展得红火。后疫情时代,以体验经济为核心的休闲农业和乡村旅游更是迎来了新的机遇,莲塘村等一批美丽乡村收获了满满的人气与口碑。

走进莲塘村,一条绿道蜿蜒其中,绿道两旁果树成荫,虫鸣鸟叫不绝于耳,穿梭其中宛如置身森林之境。莲塘村周边自然资源丰富,上接增江画廊人工沙滩景区,下接派潭白水寨景区。莲塘村绿道分布两条主干道,一条为增江沿河线,另一条穿过乌榄园景点,把分布于莲塘村荷花

池、樱花园、葡萄园、橄榄林、竹林、荔枝林6个旅游景点串联在一起,处处皆景。近年来,莲塘村以绿道为载体,串联起古朴的民宿村舍、怡人的田园风光,同时发展农家乐产业,促进了特色农产品销售,带动乡村旅游业态的发展。游客畅游其中,尽享休闲娱乐带来的美妙体验。

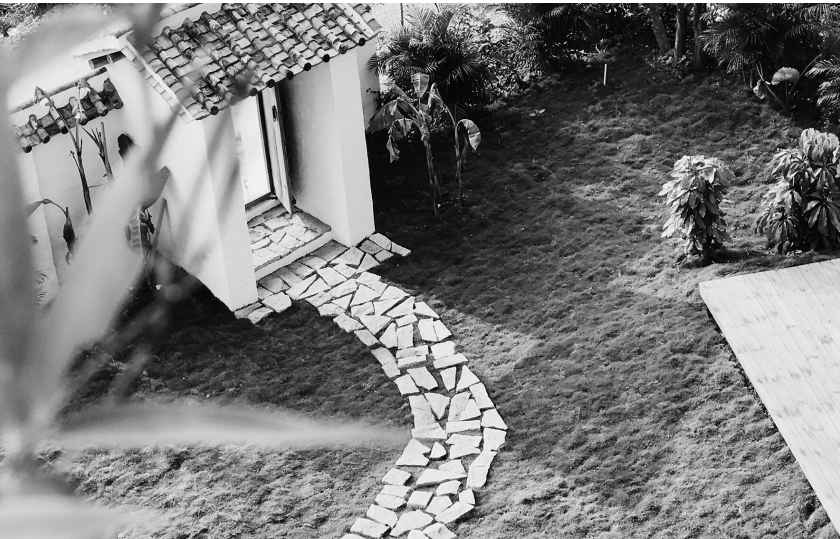
美丽的乡村环境吸引了大量游客,也促进了增城乡村旅游的高品质发展,“万家旅舍”作为增城发展全域旅游的重点板块遍地开花,促进了增城旅游从景点旅游迈向全域旅游发展。自2014年以来,增城全区发动各镇街各业主利用闲置资源开办“万家旅舍”,形成了统一品牌下的农户自主经营、企业经营、“农户出房屋、企业出资的合作经营”及出租屋特色化运营等多种发展模式。如今,增城有“万家旅舍”323家,其中民宿173家,增城民宿已形成了高、中、低端全方

位发展的完整住宿体系,能满足不同消费人群的需求。

隐匿在小楼河洞村山间一片绿荫之中的“柒舍”民宿,面向整片稻田,在这里可以近距离亲近大自然,感受乡间的美好;建于清朝道光年间的“吾乡石屋”是珠三角保存较为完好的客家围龙屋聚落,升级改造后与山水融为一体,展示了一幅田园与生态、人文与自然和谐共融的精美画卷;建在增江河边的“云水间”民宿依傍九峰山,在旧厂房的基础上改造后呈现“轻工业风+文艺风”特色,有强烈的视觉效果,随处拍照都是美景……“万家旅舍”已经成为增城乡村旅游发展的特色品牌,有效地带动乡村休闲旅游产业发展。

如今的增城,正以“万家旅舍”建设为基点,整合本地自然生态、乡村民俗等资源,探索“景区+民宿”等创新发展模式,打造精品旅游线路,带

动乡村休闲旅游产业发展,向着推动乡村振兴的新目标奋进。“万家旅舍”除了经营住宿外,还充分利用自



然生态、乡村民俗等资源,开发了生态观光、农事体验、水果采摘等项目,如“吾乡石屋”酒店通过开展“住

宿+水果采摘”模式,招徕了不少亲子家庭。“江勘驿站·岭南人家”推出“增城十宝宴”,受到游客的欢迎。此外,也带动了增城丝苗、荔枝挂绿、腊布菜心、正果腊味、派潭豆腐等众多增城美食的销售,游客尽情享受增城饮食文化的同时,也促进了乡村旅游消费。

住宿不用愁,游客自然就留下来了。为了给游客更丰富多样的乡村旅游体验,近年来,仙村镇“仙进奉荔枝现代农业产业园”、小楼镇“迟菜心现代农业产业园”、石滩镇“广州幸福田园蔬菜现代农业产业园”、增江街“创鲜番石榴农业公园”等现代农业产业园陆续建成开放,乡村旅游产品越发完善。

“休闲农业+旅游产业”走出了增城乡村旅游的新格局,也有效助力了乡村振兴,促进全域旅游发展。

(郑宏敏)