

加强农村基层党组织建设,促进乡村旅游高质量发展

农村基层党组织在推动乡村旅游高质量发展的过程中发挥着主心骨的作用,一个坚强的农村基层党组织,能够有效应对乡村旅游发展中的多种难题,是乡村旅游发展的坚实基础。

□ 罗文斌 谢东旭 丁德孝 黄萌

一、乡村旅游高质量发展的重要性

党的十九届五中全会将“脱贫攻坚成果巩固拓展,乡村振兴战略全面推进”纳入“十四五”时期经济社会发展主要目标,提出“实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接”。实施乡村振兴,产业兴旺是重点,是实现农业农村现代化的首要要求。而旅游业作为我国国民经济的战略性支柱产业,能有力拉动就业、增加农民收入,促进农村经济发展,是乡村振兴的重要产业选择。因此,促进乡村旅游高质量发展既是响应国家政策指引、顺应我国经济发展趋势的必然要求,也是推动乡村振兴战略实施,全面建设社会主义现代化国家、实现第二个百年奋斗目标的重要举措。

二、农村基层党组织在乡村旅游和乡村振兴中的作用

农村基层党组织是中国共产党组织系统中的基层力量,是衔接国家与社会、大市场和小农户的核心纽带,是党推进乡村振兴战略的重要力量和重要抓手。随着我国乡村旅游的蓬勃发展,乡村旅游已由传统的休闲垂钓、农活体验、果园采摘等简单的乡村旅游项目向特色民宿、研学旅行基地、乡土博物馆和康养产业等系统的旅游产业发展,为乡村经济注入了新生活力,但在发展过程中依然明显存在着农村资源环境破坏、乡土文化开发不足、村民利益协调不均等问题,阻碍着乡村旅游的高质量发展,而这些问题的解决不仅需要开发商和村民的重视,从可行性、可靠性和根源性上更依赖一个坚强的农村基层党组织发挥积极作

用。

按照《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》提出的建立全国乡村旅游重点村名录要求,文化和旅游部会同国家发展改革委联合开展了全国乡村旅游重点村名录遴选工作,确定了全国乡村旅游重点村名录。这一批乡村旅游重点村是高质量发展的典范,在这一批名单中,绝大部分乡村旅游重点村都是依靠当地的农村基层党组织发挥作用,促进当地乡村旅游高质量发展的,如陕西咸阳的袁家村、湖南湘西的十八洞村和湖北襄阳的尧治河村等,它们筚路蓝缕,逐步发展,从宣传、修路、建设景点,到吸引游客发展乡村旅游,再到成为全国著名的乡村旅游胜地,自始至终都是农村基层党组织在发挥着引领作用。因此,加强农村基层党组织建设对促进乡村旅游高质量发展至关重要。

三、加强农村基层党组织建设,促进乡村旅游高质量发展

习近平总书记在农村工作会议上多次强调要加强基层党组织建设,切实发挥其战斗堡垒作用。农村基层党组织在推动乡村旅游高质量发展的过程中同样发挥着主心骨的作用,一个坚强的农村基层党组织,能够有效应对乡村旅游发展中的多种难题,是乡村旅游发展的坚实基础。农村基层党组织需要从以下五个方面加强自身建设,促进乡村旅游高质量发展。

1. 提高思想认识,明确组织职责。推动乡村旅游高质量发展是农村基层党组织的工作责任,中共中央在《中国共产党支部工作条例(试行)》中明确提出:村党组织全面领导隶属本村的各类组织和各项工作,围绕实施乡村振兴战略开展工作,组织

带领农民群众发展集体经济,走共同富裕道路,领导村级治理,建设和谐美丽乡村。而乡村旅游具有“一业带多业”的优势,是增加就业机会、提高农民收入、促进农村经济转型升级的有效途径,在促进乡村振兴中发挥着重要作用。因此,农村基层党组织在

发展乡村经济的过程中,要把乡村旅游作为重要抓手和关键切入点,肩负起促进乡村旅游高质量发展的使命。在思想上,农村基层党组织既要提高认识、勇于担当,明确乡村旅游高质量发展对于乡村振兴的意义所在,将旅游发展工作落实到具体的部门和人员上,明确相关责任和义务,保障乡村旅游工作的扎实有效推进;还要积极做好宣传工作,将乡村旅游的相关政策和措施传达到户,提高村民对乡村旅游高质量发展的认识,宣传群众、组织群众和服务群众,带动村民共同参与到乡村旅游的高质量发展中来。

2. 协调各方利益,发挥组织优势。农村基层党组织在推动乡村旅游高质量发展过程中具有突出优势,主要表现在能够协调党组织、农户和相关企业的利益问题,促进共同发展。

首先,就农村基层党组织而言,作为党在乡村的基层组织,是党的基层工作和战斗力的基础,是建设社会主义新农村的核心力量,对乡村的土地特征、农户情况、文化历史留存和经济发展状况等因素最为明悉,有利于整合村内土地、资金、技术、人才和产业等相关资源,将乡村资源拧成一股绳、铆足一股劲,推动乡村旅游相关工作的实施,促进乡村旅游高质量发展。

其次,就农户而言,在乡村旅游过程中易产生各类矛盾,特别是在涉及利益分配问题时,需要农村基层

党组织从中协调,不仅要协调村民与企业、村民内部经营者与非经营者之间的利益,而且要协调村民内部分配和再分配的问题,从而团结村民共同参与到乡村旅游中来,促进共同发展。

最后,就相关企业而言,乡村旅游业作为一个综合性产业,涉及食住行游购娱六大要素,每个要素都会涉及一个产业的发展,而每个产业的发展要实现协调均衡,防止恶性竞争、欺客宰客、环境破坏等现象发生,就需要农村基础党组织处理好相关企业之间的关系。

3. 引用乡贤能人,优化组织队伍。乡贤能人既包括出生在村内而

在外取得一定成就的成功人士,也包括那些凭借自己的能在村内致富的人。乡贤能人能够发挥带头人的作用,引用乡贤能人有利于组建高素质、高质量、高效率的农村基层党组织队伍,是推动乡村旅游高质量发展的关键。

首先,农村基层党组织要制定优惠政策,吸引新乡贤企业家回村发展。新乡贤企业家出生在农村、求学奋斗于城市,受过良好的教育,有丰富的公司经营管理和市场运作经验,在公司创业经营中取得了成就。他们不仅具有一定的经济实力,而且在地方上有一定的名望,因此要积极吸引他们回归乡土、造福乡民、投身于乡村旅游的高质量发展之中,为乡村振兴增添机会与力量。

其次,要敢于培养、选拔和任用有丰富发展经验的能人和有知识、有闯劲的年轻人。既要宣传能人的发展经验,如农家乐致富能人、采摘园技能能人和优秀乡村向导等,引导其发挥乡村旅游排头兵的作用,还要在实践中磨炼乡村内有知识、有闯劲的年轻人,提高其能力,磨炼其精神,使其成为乡

村旅游高质量发展的生力军,保障乡村旅游可持续发展。

最后,要积极团结乡贤能人加入党组织,为党组织注入新生活力,这既是农村基层党组织提高执政能力、激发创新动力、保障高质量发展的必然要求,也是乡贤能人凭借组织平台、发挥自身才能、助力乡村振兴的关键举措。

4. 加强旅游培训,提升组织能力。加强农村基层党组织的旅游培训工

作,提升党组织发展旅游的能力,对促进乡村旅游的高质量发展至关重要。农村基层党组织要在落实“三会一课”等党组织制度的基础之上,加强旅游政策、旅游规划与开发、旅游环境保护等相关知识的培训工

作,提升党组织发展乡村旅游的能力。

首先,在党和国家以及有关部委发布的关于乡村旅游高质量发展的系列政策、意见和规划方面,农村基层党组织要通过旅游培训明确政策的方向、了解政策的细节、把握政策的关键,以国家政策为引领,结合本村实际情况,借力政策推动村内旅游高质量发展。

其次,通过旅游规划与开发培训,在有关旅游项目的规划、制定和实施方面,农村基层党组织要明确自身发展重点,万不可追求形象工程和政绩工程,盲目上马项目,推动乡村旅游设施大规模建设,而是要以本村实际资源为基础、以具体旅游客源市场为导向,以地方独具特色的农民生活、农业文化和农村风貌为载体,突出地方特色,将乡村旅游规划景观与村落原生景观融为一体,使乡村旅游既能够顺应乡景、反映乡情,又能让游客触发乡思、记住乡愁,为游客提供个性化、深度化的旅游体验,做到因地制宜,走适合自己的旅游发展之路,让乡村旅游

强化“三造三引”推动天津旅游创新发展

积极推进造节、造景、造话题,补齐短板,凸显特色;重点抓好引智、引资、引客流,解决人才、资金、客流怎么来的问题,把天津打造成为独具特色的旅游目的地。

通过灯光秀、彩妆巡游、文化产品展卖等活动,突出展现天津市“迎新春、过大年”的传统民俗文化;全年可以创意策划举办戏剧节、惠民演出季、国际青年艺术周、中国驴友节、“文旅局长带你国庆游”等活动,让各类节庆活动成为天津“流动的风景区”“动态的旅游产品”“新颖的旅游项目”。通过文化和旅游各类企事业单位的联动,实现旅游市场“月月有活动、季季有亮点、年年有大戏”,活态化展示天津文化,增加天津旅游的曝光度,增强天津旅游对全国乃至全球游客的吸引力。

造景,就是创造新的景观和“打卡点”,可以重点在现有景区、标志性建筑、特色街区基础上进行旅游场景打造和旅游演艺开发。以江苏盐城为例,当地政府聘请高水平团队,把天仙

配董永故乡的传说,打造为大型实景演出《天仙缘》,2020年七夕节正式公演,通过以剧带景、以景带剧,使其所在的东台西溪景区成为网红景区。盐城旅游部门公布的数据显示,中秋国庆期间,该景区共接待游客32万人次,同比增长60%,收入由2019年同期的100万元上升到320万元。天津可以充分利用现有的标志性场景,运用灯光秀、VR、虚拟成像等高科技手段,进行内容、题材、特色等要素创新,推出鼓楼跨年夜灯光秀、天塔灯光秀、迎新春赏花灯、解放桥开启等场景,打造新的旅游亮点;还应考虑打造政府主导、市场化运营,具有独特性、唯一性和市场号召力的大型文化主题公园、实景演出景区等,创造旅游目的地城市多元化的旅游吸引物。

造话题,就是充分利用新媒体的渠道传播优势,围绕全年活动主线,不断制造营销话题,打造有话题的旅游城市。通过这种方式,提高天津的知名度和影响力,激发外地游客对天津的好奇心和到天津旅游的冲动,使天津成为网红打卡地。基于互联网时代主流游客是80后、90后、00后的年轻人,应加强微博、微信、抖音、快手等新媒体平台应用和新渠道营销推广,吸引外地游客和年轻游客的关注。

二、引智引资引客流,增强实力

重点抓好“三引”,即引智、引资、引客流,这是从扩大改革开放、加强市场化运作角度出的战略谋划,强调市场导向和结果导向,解决人才、资金、客流怎么来的问题。

引智,是天津旅游开放的重点。要主动走出去请进来,积极对接旅游行业各个细分领域的领军企业,通过多样化的合作方式,吸引高人为天津旅游献计献策,吸引高水平企业到天津开展合作。目前,天津已与阿里、携程、美团、景域驴妈妈、浪潮、喜马拉雅等头部企业在不同领域达成战略合作意向,应充分发挥这些企业集团对市场规律和行业动态理解深刻、反应敏锐、经验丰富、资源丰富的优势,帮助天津旅游拓宽眼界、创新思路,提升水平。

引资,就是在与高水平企业集团结盟、打造优质文旅项目的基础上,吸引更多文旅领军企业和社会资本参与天津文化旅游项目的投资、开发、建设和运营。当前,天津市文旅产业招商引资的瓶颈是现有景区总

体小、散、乱,无法让社会资本看到盈利点和回报点。为此,一是要建立天津市旅游产业基金,以资本为纽带,以基金做串联,对天津市现有国有旅游资源进行整合,实行资产重组,力争经过几年的努力,打造能够在主板上市的龙头企业。通过现有资产的证券化,发挥基金杠杆作用,让社会资本进得来、有收益、留得住、周转快、好退出。二是各区要深入挖掘优势资源包装策划项目,形成文旅产业招商优质项目库。引资不但要看资金实力,更要看专业实力。应努力引进旅游细分领域的“冠军”企业,创造天津旅游在文旅细分领域的全国乃至全球“单项冠军”。

引客流,就是要对全市的旅游营销进行整体策划,在现有资金投入规模下,充分整合各部门资源,发挥整体作战优势,文、旅、商、体、展密切配合,制定城市营销整体方案,强化市场导向,充分发挥新媒体的优势,通过有针对性的推介和宣传,提高各种活动的社会知晓度,吸引外地游客游天津,实现政府引导资金投入产出比的最大化。

最后,随着乡村旅游的进一步发展,很多地区出现了几个村同时发展旅游的乡村旅游集中区,各个村落之间旅游经济联系密切,为促进协调共同发展,各个乡村应该促进成立跨村落的“村村互联的行业党支部”,如民宿党支部、农家乐党支部等,加强彼此之间的联系,促进乡村旅游区空间集聚,共同打造各具特色的乡村旅游集聚区,推动地区品牌创建,共同开拓市场,进一步促进乡村旅游提质升级。

(作者单位:湖南师范大学旅游学院)

□ 马政 任国才

学习借鉴国内外先进城市和地区的发展经验,结合对天津旅游现状的分析研究,笔者认为,天津市旅游业在“十四五”期间要通过强化“三造三引”,实现内外结合、双向用力,深入挖掘独特的历史文化和自然生态优势,更新迭代旅游形象,把天津打造成为独具特色的旅游目的地。

一、造节造景造话题,凸显特色

积极推进“三造”,即造节、造景、造话题,这是从增强内生动力、加快供给侧结构性改革角度出发的战略谋划,强调问题导向,补齐短板,凸显特色。

造节,是投资较少、见效较快、兼顾产品与营销的举措。海南国际旅游岛欢乐节、山东潍坊国际风筝节、上海国际旅游节、青岛国际啤酒节等,都逐步发展成为节庆经济,带动了旅游综合消费。造节要善于小题大做、借题发挥、无中生有。天津应发挥历史文化资源丰富的优势,在每年的元旦到春节,开展“传统文化过大年”节庆活

□ 王玉国

位于苏州城西南郊的石湖景区,是一个以吴越遗迹和田园风光见称的风景区,也是太湖国家级风景名胜区的的重要组成部分。近年来,该景区已成为市民、游客休闲度假的一个重要场所。笔者认为,在文化和旅游日益深度融合的当下,应对从清代流传至今的石湖棹歌的开发利用予以重视,一方面为景区增添文化内涵,丰富游客的旅游体验,另一方面,以旅游为载体,让石湖棹歌这一散发着浓郁民间气息的诗歌作品走上活态传承的良性循环之路,使其在保护地方文脉、打造文化品牌、提升城市文化软实力等方面发挥更多作用。

一、石湖棹歌的创作流变

在汉语释义里,棹歌有两层意思,一是指古代的《棹歌行》,二是指行船时所唱之歌,是渔民船夫撑船、行船时的“多言舟楫之事”。经过文人的不断创作,本为乡野之曲的棹歌从民间歌谣逐渐演化成文人诗歌创作的一种手法,以棹歌之身骨而言乡土之义。文人们创作的棹歌,秉承了《诗经》和汉乐府的诗歌传统,广泛使用比兴、双关、谐音等手法,内容多以生产劳动、民间风俗、男女之情为主。这种创作手法,流行于浙北、苏南一带,为古代

浅谈苏州石湖棹歌的保护传承与旅游化开发

以旅游为载体,让石湖棹歌这一散发着浓郁民间气息的诗歌作品走上活态传承的良性循环之路,使其在保护地方文脉、打造文化品牌、提升城市文化软实力等方面发挥更多作用。

江南一带的诗人们熟练掌握,他们往往以棹歌之名写尽江南风情。

明清以降,在文学史上比较有影响力的棹歌是清代朱彝尊的《鸳鸯湖棹歌》。《鸳鸯湖棹歌》融地名、人物、出产、典故于一体,描写的虽然只是嘉兴地区的风土人情,但涉及的社会生活领域却相当广阔,特别在反映明末资本主义萌芽时期嘉兴平原社会现实方面,有“可补方志所未备者”的文献作用。《鸳鸯湖棹歌》一出,和者甚多,受其影响,运用民歌创作手法的“棹歌体诗歌”大量出现。

成书于咸丰戊午年(1858年)的《石湖棹歌百首》,是继《鸳鸯湖棹歌》之后在江南一带比较有影响的一部棹歌集子。作者许镔是同光年间的一介苏州文士。《石湖棹歌百首》总计有一百首棹歌,均为七言绝句,内容以石湖的山水风光、名胜古迹和江南水乡的风土人情为主。这些棹歌读起来朗朗上口,易于记诵,自成风格,是研究清代诗歌、石湖历史的重要典籍,具有重要的文献史料价值。

棹歌的创作,许镔之后也是人才代出,卫顾德和范广宪就是其中的佼佼者。相比于许镔,卫顾德和范广宪创作的石湖棹歌,文学色彩偏淡,他们的笔触更多地留心于石湖一带的风物及其变化,试图用一种考证、稽古的心态去发现、佐证民国石湖与晚清石湖的异同之处。

二、对石湖棹歌保护传承与旅游化开发的建议

从晚清许镔创作完成的《石湖棹歌百首》,再到民国时期卫顾德、范广宪创作的石湖棹歌,总计有三百余首。研读这些棹歌,虽然是一种经由文人参与创作的文学作品,但其本源却是民间的,跟古代的竹枝词一样,从民间来,又到民间去,富有浓郁的地域特色。石湖棹歌中提及的诸多古地名、古桥以及江南风俗至今犹存,如横塘古镇、石湖荡,如今都是游客的打卡之地。石湖棹歌是历史留下的一笔珍贵财富,是苏州历史文化不可分割的一部分,也是石湖景区建设中极其

重要而独特的文化资源。因此,如何开发和利用好这些系统全面反映石湖历史文化、风土人情的诗歌作品,显得尤为重要。

1. 辑合历代石湖棹歌编纂成册。目前,许镔的《石湖棹歌百首》,作为“瓜蒂庵藏明清掌故丛刊”之一种,是1983年由上海古籍出版社出版发行的。但此书系影印本,而且是合集,发行量也小,适合专业研究人员使用,普通读者阅读起来有难度,普及性不强。而卫顾德和范广宪创作的石湖棹歌至今还没有单行本,只是辑录于待出版的《石湖志》当中,即便将来出版,普通民众中购买志书的毕竟也是少数。因此,可以借鉴2012年浙江古籍出版社出版《鸳鸯湖棹歌》的模式,由文化和旅游部门组织史地、文学专家对许镔的《石湖棹歌百首》及卫顾德、范广宪创作的石湖棹歌统一编辑成册,加以标注,配以通俗易懂的注释,作为普及地方历史文化的书籍,用来推广地方文化。同时,可以在景区设立专区介绍棹歌和石湖文化,与相关

出版社合作出版图文并茂的旅游图书,设立专柜展示销售。

2. 加大校地合作力度深入开展理论研究。苏州经贸职业技术学院2014年牵头组织成立的范成大文化研究所近年来在关于范成大的研究中取得了不错的成绩,苏州市吴中区、高新区、姑苏区文化和旅游主管部门和石湖景区管理处可以与该研究所主动衔接,加大校地合作力度,就石湖棹歌展开理论研究。此外,苏州大学、苏州科技大学的文学院人才济济,都是可以深度合作的首选院校。

3. 在石湖水上旅游项目中适当引入棹歌元素。可以在水上运动项目中适当加入石湖棹歌、越溪船拳等元素,以此来全面展现石湖文化的风采。还可以邀请旅游领域的专业人士参与设计相关的旅游线路,比如开辟一条从越来溪泛舟石湖,然后一路向北、经京杭大运河到横塘的水上游乐项目,使其穿插石湖棹歌的对唱。这样既能使石湖旅游与江南水乡的古镇游区别开来,亦能让游客深切体味到石湖的文

化魅力。

4. 设计开发与石湖棹歌相关的文创产品。事实上,石湖文化是一个相对宽泛的概念,既包括吴越争霸的战争文化,也因南宋诗人范成大晚年隐居于此而包括隐逸文化,再加上冠绝江南的湖光山色,山水文化也是其重要的文化特征。因此,如果以石湖文化为底色,以棹歌为创意主打元素,设计出具有文化内涵的实用性商品,既可以满足不同社会群体的文化需求,也可以实现石湖棹歌的物态化,更可以进一步提升石湖的知名度和美誉度。

5. 打破行政壁垒做好石湖文化旅游大文章。目前,石湖周边的村落、社区,在行政区划上分属于苏州市吴中区、高新区和姑苏区,苏州市园林和绿化管理局下辖的石湖景区管理处统一管理石湖,其职能主要在于石湖景区的建设、管理与运营。目前就石湖的文化建设及推广而言,吴中区的越溪街道致力于“越溪船拳”的推广,姑苏区的吴门桥街道致力于“石湖串月”的推广,在做好石湖文化旅游这篇大文章方面还没有形成合力。笔者认为,各有关行政区域应统一思想,打破行政壁垒,集体发力,以石湖棹歌为切入点,将石湖文化资源统筹起来,在文化和旅游融合发展方面进行积极探索。

(作者单位:江苏省苏州市吴中区文化馆)