

滁州：让琅琊山从历史中走来



醉翁亭 琅琊山景区 供图

□ 本报特约记者 李远峰

“环滁皆山也。其西南诸峰，林壑尤美，望之蔚然而深秀者，琅琊也。”北宋文学家欧阳修的一篇《醉翁亭记》，把位于安徽省滁州市琅琊山的美名镌刻进历史长河中，撒播在神州大地上，吸引游客奔赴滁州，一睹琅琊山的“真容”。沐浴近千年风雨，《醉翁亭记》中记载的琅琊山青山不改、秀美依旧，而人与山的距离，也在琅琊山风景区完善的设施配套、便捷的智能导览等周到的服务中进一步被拉近。

这种情感上的变化，得益于琅琊山争创国家5A级旅游景区工作的推进。近年来，滁州市委、市政府以“高质量发展、高标准建设、精细化管理”为主线，聚焦现代游客需求导向，通过畅畅体制、提服务、凝合力等举措，以推动琅琊山创建国家5A级旅游景区为抓手，让历史文化中的名山逐渐成为区域经济社会发展强劲赋能的“强山”。

迈开步 统筹给力

即便是工作日，来琅琊山景区游玩的游客也不少。据悉，自今年景区推出免门票措施后，初步估算今年全年景区接待游客量将提升到300万人次。“我刚到景区工作时，景区全年接待游客量才20万人次。”滁州市琅琊山旅游发展有限公司副总

经理余育国是琅琊山的“老人”，2000年，他从部队转业至琅琊山风景区工作，21年间见证着景区的变化。余育国说：“早年间，滁州经济水平在安徽省17个地级市中常年排名靠后，市委、市政府只能将更多精力用于‘大滁城’建设。琅琊山毗邻市区，虽然拥有醉翁亭、琅琊寺等核心资源，但配套设施薄弱，游客多是慕名而来的文人、学生等小众群体。”

近年来，随着“大滁城”建设完成，滁州市不断承接长三角发达地区的产业转移，社会经济发展不断向好。2020年，滁州市实现生产总值超3032亿元，总量居安徽省第3位，增速居全省第1位。高速发展的滁州有了经济底气，战略上开始考虑通过发展旅游业为社会经济再添“一把火”。2018年，滁州市委、市政府提出，要用三年时间举全市之力争创琅琊山国家5A级旅游景区。

“创建5A级旅游景区是一个激活全域发展的抓手。”琅琊山风景区党委书记、管委会主任任明说，琅琊山风景区作为滁州的老牌龙头景区，如果能成功创建国家5A级旅游景区，将成为滁州旅游市场发展的引爆点、撬动全市产业结构进一步优化发展的支点，让琅琊山参与到全市经济发展和全民幸福生活的方方面面。

围绕创建标准和任务要求“量体裁衣”，从环境综合整治、基础设施建

设、旅游服务功能等方面全面改造提升，一幅自然山水与历史人文交相辉映的美丽画卷铺展开来。

大踏步 品质提升

琅琊山地处江淮分水岭，核心景区面积约5平方公里，森林覆盖率达90%，景区内气候湿润，雨量充沛，因晋元帝司马睿以其琅琊王封号而得名，因欧阳修所著《醉翁亭记》《丰乐亭记》而闻名，拥有名人、名文、名亭、名碑、名林、名园、名泉、名洞“八名”文化胜境，以及2处全国重点文物保护单位和1处国家级非遗项目保护示范遗址。“这些遗产并不是景区的‘私人财产’，而是全国人民共享的一份宝贵财富。从某种意义上说，保护就是利用，利用也是保护。”任明说，早在5A级旅游景区创建工作开展之初，琅琊山风景区就确立了“保护为先”的理念，严格遵守文物、建设、文化和旅游、林业等部门规定，坚决不搞大拆大建，维护自然生态和历史文化的原汁原味。

为保护好生态环境，景区遵照严格的生态标准引进、打造项目，对生态有破坏的项目实施“一票否决制”，并陆续清退5家原来开设在景区内的饭店，杜绝明火和油烟对环境的威胁、污染；为维护好文物古迹，景区打造智慧安保系统，安装381个监控摄像头，24小时专人监控，保障文物古迹的安全，同时，还支出专门经费，每两年对景区的各个景点进行常规维护修缮。

在保护的基础上，景区以服务游客为导向进行针对性提升。交通方面，景区提升外部交通标识，标准化建设4处停车场，一次性可容车辆2300台；建设7条特色步道，实现内部人车分离，全长17公里；安全保障方面，建立旅游安全机构，完善安全制度，常态化进行安全巡查，配备专职医护人员，依托智慧安保系统全时段保障游客人身安全；数字服务方面，近三年来投资1000余万元推进智慧景区建设，为游客提供智慧停车、网络预约、智慧讲解等全流程的数字飞越服务；业态打造方面，引进并打造飞跃丛林户外探险、生态漂流等项目；综合服务方面，建设游客中心，并开展形式多样的员工培训，提升服务质量。

滁州市文化和旅游局局长杨茜说，随着琅琊山风景区创建5A级旅游景区的推进，滁州市将长三角地区乃至全国贡献又一个极富历史积淀、又有自然妙趣的旅游景区。

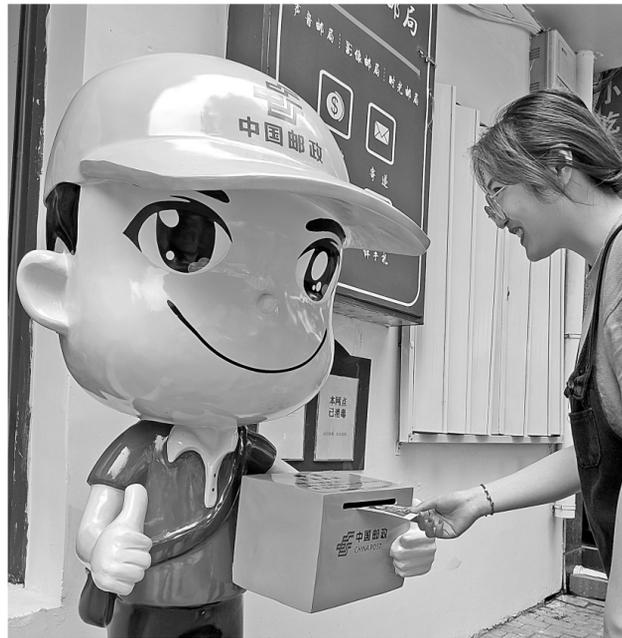
促同步 共建共享

“景区内不能吸烟，身上有打火机的游客可以来换小礼品。”“请不要踩踏草坪！”“您好，这份文明旅游的资料麻烦看一下。”每逢重大节假日，琅琊山风景区的游客中心、各景区入口、景区要道总能看到身穿红色马甲的旅游志愿者协助景区管理、宣传文明旅游、尽心服务游客的身影。这些志愿者有的是滁州当地市民，有的是高校学生，还有的是党员干部，他们都是琅琊山争创国家5A级旅游景区的“共建者”和“服务员”。

值得一提的是，滁州市委书记许继伟不仅是5A级旅游景区创建工作组长，同时也是景区建设的一名“监督员”。不管工作多忙，许继伟每过几天都会独自一人到景区暗访，为琅琊山风景区的创建工作“查漏补缺”。一旦发现问题，许继伟会第一时间向景区反馈并跟进后续处理情况。据了解，近期景区已经完成整改的雨后景区管线外露、假山上石有杂草等问题，都是由许继伟暗访发现并反馈给景区。

“基于对琅琊山的感情和对5A级旅游景区创建工作的认同，全市人人参与景区共建的氛围在滁州已然形成。”滁州市文化和旅游局相关负责人表示，5A级旅游景区创建是一个系统工程，在党政统筹、景区主抓之外，还需凝聚更广泛的合力进行共建，才能高效高质地实现琅琊山风景区以及滁州市的“5A梦”。

多方合力共建下，近年来，琅琊山风景区绽放出全新的气象，一支全民参与的志愿服务队伍越来越庞大，破坏文物、破坏生态的情况大幅减少，新发掘景物近300件，生态底色本就不错的景区腹地新增10万平方米的绿化带，对标国家5A级旅游景区的旅游配套设施和服务一应俱全。2020年11月，琅琊山风景区以高分通过国家5A级旅游景区景观质量评审。“行百里者半九十，等级创建有节点，但提升发展无止境。”任明认为，滁州下大力气创建5A级旅游景区并不只是为了一块牌子，更重要的是让全市干部群众通过景区提升感受到生活的美好，认识到绿色发展的价值和能量。正因为这样的“醉翁之意不在酒”，到目前为止，琅琊山风景区一直坚持“提升一次，自考一次”，不断审视自身的短板和不足。在滁州人看来，只有这种精益求精的工匠精神，才能真正让秀外慧中的琅琊山从历史中走进现代，走向未来。



栈桥邮局门口的卡通邮箱 青岛市文化和旅游局 供图

城市即景区 旅游即生活

——青岛打造主客共享的特色都市空间

□ 王辉 本报记者 肖相波

沿着黄金海岸线漫步，呼吸着清新湿润的空气，舒缓工作生活的压力；打卡充满历史沧桑感的街区，用照片和视频分享旅行中的美好瞬间；穿梭于老旧厂房改造的创意园区，感受现代艺术与百年老建筑碰撞、融合、新生的魅力……如今，青岛旅游的内涵变得更加丰富多彩。一些非景区的城市公共空间，不仅成为外地游客眼中的新“景”，也成为本地市民休闲娱乐的新选择。

邮局化身网红打卡地

在很多人的印象里，邮局就是一个寄信的地方，报刊订阅、新邮票预订等业务的地方，“没事基本上不去”。可就在今年5月初，位于青岛栈桥附近的邮局却“火”了起来，来青岛旅游的外地游客争相前往打卡，这让前去办理相关业务的本地市民也大感意外。

原来，中国邮政青岛市分公司利用广西路支局位于栈桥景区及中山路商圈的地理优势，将其打造成了文旅特色主题邮局。汲取当下流行的家居美学设计，对传统邮局的空间进行改造与利用，用蓝色的大海和白色的浪花作为设计基调，让市民游客踏进栈桥邮局的大门，就能感受到大海之“家”的美好。据工作人员介绍，栈桥邮局除了常规邮政业务之外，还特别推出了带有海洋图案的书签、杯子、收纳盒，青岛景点的冰箱贴、明信片等主题文创产品。这里有能够记录旅行心情故事和祝福的声音明信片、具有青岛独特风景的印章，还有只能在这里买到的限量版栈桥明信片及邮折等产品。最近，结合青岛美食文化，栈桥邮局还发行了“舌尖上的青岛”——青岛美食彩色邮资戳及封片产品。

“没想到邮局里还有这样个性化的产品服务，而且，通过产品的设计能感受到青岛的城市特色和海洋气息。”来自北京的游客赵雪柔将制作好的有明信片寄给远方的亲朋好友。“邮政+旅游”也给本地市民带来了新奇的体验。前来办理储蓄业务的市民宋芳说：“平时去邮局感觉很严肃，但这里给我的感觉却是很轻松、舒适，等候办理业务时也不会很枯燥，还可以挑选实用的礼品，欣赏邮票上的青岛美景。”

美好生活呼之欲出

夏季的青岛海风轻拂，树影婆娑。在岛城新晋网红打卡地——龙江路，慕名而来的年轻游客，街道两侧的矮墙上，龙猫、哆啦A梦等主题漫画随处可见，绿油油的爬山虎恣意蔓延在百年老建筑上，各式各样的咖啡店、杂货铺充满了文艺范儿，人们的思绪也在慢时光中缓缓流淌……

在龙江路5号多多洛主题屋门口，宫崎骏漫画绘备受年轻游客的欢迎，想和墙上可爱的龙猫合拍一张照片，还得排队等候。店内不大的空间布置得十分精致，进店消费、“歇脚”的游客络绎不绝。

店主程洁茹是一位90后，她说：“生活不只是眼前的苟且，更应该有诗和远方。”因为喜欢青岛老城区的环境和深厚历史人文底蕴所形成的

独特氛围，毕业之后，她便在此开了一家饮品店，并结合自己绘画专业的优势，在店铺的外墙上创作了龙猫主题壁画，清新童趣的风格、栩栩如生的绘画吸引了众多年轻游客前来打卡。

在程洁茹看来，“龙猫主题有一种纯真的力量，能够唤起很多人对童年的美好回忆。”同时，龙猫主题也契合了很多年轻人旅行打卡的需求。随着前来旅游打卡游客逐渐增多，程洁茹的小店生意越来越好。为了满足游客需求，增强互动体验，她还在院内开辟一方许愿祈福空间，并为游客提供寄送明信片服务。

青岛本地人冯莹也经常和闺蜜来这里喝一杯下午茶，她说：“来这里拍照、喝咖啡，整个下午十分惬意，感觉时间都慢了下来。”

创新活动传播城市影响力

今年年初，由青岛市委宣传部与青岛市文化和旅游局共同主办的“赠阅青岛”2021新年城市推广计划，为游客送上了一份小小的惊喜。此次活动结合广大年轻群体流行的“盲盒”玩法，推出了“城市盲盒”。为确保城市盲盒“言之有物”与神秘丰富，充分调动青岛文艺圈名人资源，主办方采用作家执笔+艺术家联名+设计师原创的方式，用恰当的载体转述“赠阅青岛”活动主题，定居北京的青岛籍艺术家姜永杰专门为本次活动创作木刻作品“我的青岛”。同时，盲盒内纳入了各文化和旅游场馆提供的各种票券产品，为盲盒高附加值的的同时，也增加了传播影响力。

活动启动后，在被评为网红打卡地的青岛地标性景区、文博场馆、酒店民宿以及本地市民日常出没的生活场景地，1万件不同包装的盲盒礼物被送到外地来青岛的游客手中。众多游客在收到礼物时，表达了自己的惊喜和感动，也送上了对青岛的美好祝愿。

小麦岛、石老人山洞、纺织谷、象耳山公园、海尔家电博物馆彩虹塔、天主教堂……随着自由行的兴起，青岛众多非景区却又独特的城市空间被挖掘出来，在社交媒体的传播助力下，成为深受年轻消费群体青睐的网红打卡地。

为了进一步放大网红打卡地对增强城市旅游品牌热度的作用，青岛市也持续策划推出具有创意的文旅活动，包括“赠阅青岛”2021新年城市推广计划在内，青岛首届樱花节、青岛马拉松、“发现青岛”城市定向赛、美好生活节等众多时尚、年轻化、新颖的生活活动的举办，既满足了广大市民对美好生活的需要，也彰显出城市的独特魅力。

据悉，十四五时期，青岛将继续坚持“城市即旅游”的发展理念，以加快文旅产业深度融合为目标，推动景区、社区、园区一体化融合发展，提升城市旅游核心竞争力。

本报常年法律顾问：北京市岳成律师事务所
网址：www.yuecheng.com
电话：010-84417799
微信：beijingyuecheng
地址：北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层

后海：从三亚小渔村到潮玩打卡地

□ 王赵洵

提起三亚后海村，它的名号可不少——“第二个大理”“海南鼓浪屿”“冲浪第一村”“中国小清迈”……这个人口约3000人，半个小时就能逛完的三亚小渔村近两年突然火爆朋友圈，潮流与传统在这里碰撞，情怀跟现实在这里融合。

得天独厚冲浪胜地

后海是一片藏于海棠湾一角的半圆形海湾，也叫皇后湾。湾区弧度巧妙，全年都有海浪全方位、多角度推向岸边，且不同的点位会形成大小不一、形态各异的浪，尤其是后海湾区的海水不深、海浪稳定，沙滩细腻平滑，对冲浪新手十分友好。得益于四季宜人的气候、全年不断的海浪和相对安全的海底地形，后海湾区成为了冲浪爱好者的集结地。

来自山西的游客李佳南在微信朋友圈留下这样感慨：初到后海村完全颠覆了我的想象，这里的人皮肤黝黑，手里拿着的不是渔网而是冲浪板！

“今年后海村人气非常高，光我们俱乐部，旺季平均一天要接待60多个学员来学冲浪。”阿斯拉水运动俱乐部教练王仕成一整天基本都在海里“浪”。来自贵州大山里的王仕成来三亚上大学，学习海上运动专业，跟冲浪结缘已有5年。去年毕业，他一到后海就被这热闹冲动的冲浪盛况吸引，果断留下工作，还给自己起了个很贴切的艺名叫“小浪”。

被冲浪带动的，还有民宿、酒吧、餐饮、音乐等业态发展。后海规模最大的民宿当属驿间客栈，共租有11栋民房，目前运营的7栋民宿客房已达208间，还有4栋正在装修中。“当初吸引我到这里投资民宿的就是后海村的氛围，白天看海冲浪，晚上喝酒蹦迪，一面是国内冲浪胜地，一面是简

单朴实的渔村，潮流文化在这里聚集，让后海变得独特又好玩。”该客栈负责人徐哈说，2018年，后海民宿也就二三十家，还都很简陋，如今已经有60多家民宿了，增长的速度太快了。这里客栈的平均房价保持在四五百块，旺季较好的海景房能卖到两千多。

越来越多人看到了后海的独特。在此经营的客栈和俱乐部，也希望多元化推广冲浪运动，打造独属于后海的生活方式。

CoCo来自上海，借着换工作之际来到后海打算休息一段时间顺势学习一下冲浪，没想到离开后的计划一次次改变，恰又遇到疫情，干脆就放心住下来。在村里打打散工，能满足基本生存就行。20多岁的他希望改变自己一成不变的生活，肆意潇洒一回。卸下精致妆容，换上T恤、人字拖，和辣妹们一起穿上比基尼，奔跑在夏天的海滩上……“在这里我们基本都不用真名，随便起一个自己喜欢的代号，彻底放飞自己。”

渔民上岸共享红利

后海村依托自身不可多得的自然条件，推动旅游与体育、文化相融合，在众多冲浪爱好者、冲浪俱乐部及民宿经营者的积极探索下，自发形成了产业聚集和商业闭环。后海村民或将房屋出租，或开店做生意，借着冲浪运动的流行，搭上了“旅游车”，吃上了“旅游饭”，日子也越来越红火。后海村民阿海，是村里最早接触冲浪的人之一。他的祖辈都是渔民，初中毕业后阿海也跟父亲一起打鱼。十年前，发现有人到后海冲浪，他跟着学，从此爱上了冲浪。“祖祖辈辈靠海谋生，从来没有想过竟然能这么玩。”

2016年，冲浪被列入东京奥运会项目，这项运动开始“破圈”进入大众视野。来后海冲浪的人越来越多，脑

子灵活的阿海顺势开了一家冲浪俱乐部。现在全家都不出海打鱼了，都来俱乐部帮忙，收入比以前翻了好几倍。阿海认为，受疫情的影响，人们更加注重身心健康，以冲浪为代表的户外运动自然受到欢迎。“2018年，冲浪俱乐部的数量用一只手都能数过来，现在已经快上百家了！”

而村民陈世友一家依靠出租房屋过上了小康生活。“2018年以前我们家六口人还依靠我弟弟打鱼为生，后面游客越来越多，我们就不打鱼了，2019年盖了三层小楼，一楼自住，上面两层都出租也有了民宿。现在一家人一个月的收入也有三五万块钱吧。”陈世友乐得合不拢嘴。

据了解，像陈世友这样的例子在后海村十分常见。不断涌入的人潮，让房屋成为后海村最紧俏的资源之一。2019年一个月才二三十块每平米的租房价格到了2020就涨到每平米五六十元，翻了一倍不止。不少村民都把自家小楼的二层以上用来出租，仅房租一项就能让全家吃喝不愁。出海打鱼不再是为了谋生，而是用来打发闲散时光。人潮也带动了地方小吃的经营，老人妇女在村里卖起了清补凉、虾饼、海鲜，小日子越来越富足。

后海村的发展离不开当地政府的因势利导。2017年，三亚市海棠区政府把后海村纳入美丽乡村示范村建设，泥巴路变成了石板路，渔家小平房变成了统一的小白楼，街道、楼房、路标也得到统一的包装……硬件设施的改善，也让一些本来对后海村持观望态度的投资方，在政策落实后投入了大量资金，有效提升了后海的旅游承载力。

立足特色规范发展

后海村爆红就像一把双刃剑，形成了有人欢喜有人忧的局面——新冠肺炎疫情的来袭与社交媒体的宣传让