“刚出湖的鱼是热气腾腾的”

——冬捕节开启查干湖旅游“暖春”

□ 刘冬雪 本报记者 刘玉萍

航拍查干湖冬捕节现场 前郭县委宣传部 供图

吉林省松原市查干湖面积420平方公里，结满冰的湖面在冬日阳光的照射下熠熠生辉，一派千里冰封的北国风光。马拉绞盘、冰下走网、冰湖腾鱼……查干湖第21届冬捕节近日开幕，湖面上人头攒动，各地游客慕名而来，观冬捕盛况，赏冰湖雪景，品美味湖鱼。

冬捕“开门红”

查干湖，蒙古语为“查干淖尔”，意为白色圣洁的湖，是全国十大淡水湖之一，也是吉林省内最大的天然湖泊。每年隆冬时节，当地居民沿用最原始的方式捕鱼，传承着近千年的渔猎技艺。

“冰湖腾鱼”最壮观的场面当数马拉绞盘。渔把头先在厚厚的冰层上凿出几百个冰窟窿，而后穿竿引线。下网与收网都要靠马拉绞盘——几匹高头大马拉动绞盘，牵引钢丝绳转动，下好的大网裹挟着鱼儿从出鱼口缓缓拉出，平摊在宽阔的冰面上。鳞光闪闪的鱼儿在冰上欢腾，“万尾鲜鱼出玉门”的壮观景象让人大呼过瘾。人欢、马跃、鱼腾，处处欢声笑语、喜气洋洋。

据了解，这个冬天的查干湖，冬捕头一网打出8.8万斤，迎来“开门红”，已连续获得6次“红网”，也就是单网出鱼量在10万斤左右，产量最高的一次“红网”出鱼量达50万斤。

开幕式上，查干湖冬捕节的重头戏——预示着“红红火火”“年年有鱼”的“头鱼”竞拍以1699999元成交。据拍卖主持人介绍，拍卖所得的款项将存入查干湖生态慈善基金，用于查干湖生态环境建设。

遵循生态保护和科学捕捞的要求，如今，查干湖的鱼类已达几十种，年产鲜鱼达6000吨，这次冬捕将持续到2月份，预计总捕捞量为1500吨左右。“这只是查干湖特色旅游中的一部分，‘年年有鱼’不单单靠卖鱼赚得多了，多年来我们不断探索打造生态旅游，丰富旅游产品供给，收入渠道也增加了。”查干湖旅游经济开发区宣传中心主任单君国介绍，借助冬捕热度延伸旅游产业链，当地开发出具有民族特色和地域风情的冰雪演艺项目，探索冰雪文创品牌，推进文化创意产品和旅游商品的研发、推广、营销，建设“冰雪礼物”体系，打造以“圣湖冰娃”“雪娃”为代表的30余项吉林冰雪文创旅游产品，整体设计彰显浓郁的冰雪国潮风，惹人喜爱。

“寒冬”变“暖春”

作为国家级非物质文化遗产，查干湖冬捕吸引着来自全国各地的游客“打卡”观光，也促进了当地把季节的“寒冬”变为发展的“暖春”。

苏州游客程志鹏慕名而来体验查干湖冬捕，“我是第一次来吉林，虽然天气寒冷，但捕鱼现场太令人震撼了，真是不虚此行，特别是渔网被大家协力拉出湖面的一刻，刚出湖的鱼是热气腾腾的，让人特别激动，我准备多买几条大鱼送给亲朋好友们。”程志鹏还提及触发自己来体验冬捕的缘由，那是观看《舌尖上的中国》第一季时就埋下的向往，台词里说道：“水底的世界被整个打捞了起来，被上天厚爱的人群又一次获得了馈赠……”

“要两间房，有热炕吗？”“都有热炕，保证您住得舒服自在。”距离查干湖渔场100多米的老关东渔庄迎来一批批游客。厨房内，厨师们正在精心准备全鱼宴，切墩、颠勺……灶台上的火苗，旺得直往锅沿上蹿，烘托着火热的冬捕气氛。

“去年受疫情影响，客人不如往年多，但12月中旬开始，我们陆续接到游客的预订电话，有时候中午来吃饭的游客很多，我家的客房这几天都被预订满啦！”提起生意，在查干湖畔经营民宿的尚影止不住地笑。老关东渔庄是查干湖渔村经营时间最长的农家乐，从3间房扩大到12间，尚影也见证了查干湖冬捕节一路走来的发展过程。她告诉记者，目前看来家家生意都不错，大家都准备今年冬季大干一场！

游客增多，也带动了当地各种特色产品热销。“附近村庄种植的绿色水稻、小米等农产品销售火爆。”尚影说，冬捕节期间，整个松原地区的旅游消费进入一年中的高峰。

查干湖冬捕节已连续举办20届，查干湖也在不断变迁，走出了保护生态和发展旅游相得益彰的致富路，冬捕、旅游节也成为查干湖的闪亮名片。查干湖第一届冰雪旅游节，头鱼拍得888元，时光荏苒，2020年头鱼拍卖创下最高的2999999元纪录。2018年以来，查干湖景区累计接待游客900余万人次，实现旅游综合收入近80亿元。如今，查干湖的生态价值正逐渐转化为经济效益。

做大“冬捕+”

不虚此行是查干湖冬捕节带给游客最直观的体验。本届查干湖冬捕节为广大游客准备了“冬捕嘉年华”“冰上龙舟赛”“冰上越野滑雪”“冰雪冬令营”“新电商直播节”“东北民俗体验”等20项“冬捕+”系列活动。整个查干湖“冬捕季”将持续2个月，其间全市渔业产量可达400万斤，预计接待游客100万人次，实现旅游综合收入7.9亿元。

近年来，为了把“查干湖”品牌文章做新做好，当地在距景区13公里处，打造了查干湖生态小镇。小镇深入挖掘渔猎文化，丰富旅游产品供给，抢抓查干湖金字招牌带来的市场机遇。公开资料显示，去年上半年，查干湖景区共接待游客25.2万人次，实现旅游综合收入2.2亿元。查干湖正努力实现保护生态和发展生态旅游相得益彰的愿景。而今，生态小镇区域内的王爷府、百花园、野鸭湾等景点整饬一新，迎候远道而来的游客。

近年来，吉林省在“西冰东雪”的产业格局基础上，谋划“东部、西部旅游大环线”，优化冰雪产业供给，实现育企业、引资金、招项目、增人气的发展效果。查干湖作为地标性冰雪目的地，正带动吉林省西部冬捕经济带加速形成，冰雪旅游收入快速增长。“我们将统筹发展冰雪文化、冰雪文创、冰雪旅游、冰雪运动，加快打造松原地域特色的冰雪系列品牌。”松原市文化广播电视和旅游局负责人说。

不仅是查干湖冬捕，大安市有月亮湖冬捕、镇赉县有哈尔淖冬捕……吉林省西部河湖连通，湿地星罗棋布，冬捕冰雪文化底蕴深厚。依托松原、白城等西部地区的冬捕集群，吉林将深入贯彻新发展理念，抢抓冰雪经济发展机遇，开展“冬捕+”行动，强化体制创新和科技创新，统筹基础设施和生态建设，谋划实施重大工程项目，打造产业融合发展的新标杆、国家冰雪经济发展的新基地，完善“西冰东雪”格局。

如今，吉林省各地冬捕活动已成为冬季冰雪旅游的亮点，吸引越来越多的游客来观光体验“冰湖腾鱼”的丰收喜悦。

观察

游客大喊“退票”背后的“网红”焦虑

□ 曹燕

元旦当天，数千名游客被困在河南洛阳老君山景区半山腰，滞留时间长达1小时。短视频中，在景区半山腰的一处平台上，一些被困游客不停大喊“退票”。

第二天，老君山景区为此道歉，称拥堵是因为降雪后，部分路段出现结冰、打滑等情况。景区相关工作人员介绍：“元旦当天中午开始下雪，一些游客在山上，还有一些准备上山，由于天气和客流原因，产生了拥堵。关键是我们没有预计到元旦当天有那么多游客，景区相关服务没有跟上。”据介绍，老君山景区的最大日承载量为7.6万人次，元旦当天进入景区的游客大约两万人，不到景区日最大承载量的一半。该负责人承认景区在管理上有疏漏的地方。

对于网友提出的是不是由于景区免门票带来的游客拥堵，该工作人员否认了这个说法。河南洛阳在1月1日至31日推出旅游景区门票免费，这也是洛阳“古都新生活·千企万品亿元”新春系列促消费活动的内容，5A级旅游景区老君山每天发放免费门票3000张，游客需要提前预约。该工作人员称：“元旦当天，老君山景区来的大部分游客并不是因为有免门票活动，说明游客旅游需求旺盛，旅游市场呈现出强劲的复苏势头。”

老君山作为网红景区的代表，对游客的旅游吸引力不可小觑。深圳大学旅游发展研究中心研究员刘杰武提到，老君山景区本身就是一个“很会玩”的网红景区，营销手法敢于创新，社交平台上的曝光率高，游客十分关注。去年冬季，老君山以雪景走红，“远赴人间惊鸿宴，老君山上吃泡面”的段子随之流传，吸引众多游客前来打卡。另外，坚持了多年的国庆节“一元午餐”赢得了游客的称赞，每到国庆节时，经常被媒体报道。

这几年，景区的日子普遍艰难，但从经营数据看，老君山取得的成绩颇为亮眼。据当地媒体报道，老君山景区2020年全年收入近3亿元，同时，带动住宿、餐饮、商贸、公共交通等行业消费实现逆势增长，栾川酒店入住率在冬季达到70%以上，县城酒店在周末首度出现了爆满局面，显示出强劲的消费拉动效应。2021年，景区接待游客170万余人次，实现收入3.69亿元。

老君山景区相关负责人在回复本报采访时提及：“老君山景区现在的确是顶流，我们用了几年时间从河南景区的第二梯队爬升到了第一梯队，现在在全国也有了名气。”但是，该负责人也强调，“我们现在的任务就是怎么从一座‘网红’山转型成为一座‘长红’山，加强品牌建设、提升服务是重点。”对于景区的爆红，该负责人也坦言：“有一种焦虑，因为景区现在‘红’了，受关注度高，所有的事情都在聚光灯下。”

在因“远赴人间惊鸿宴，老君山上吃泡面”走红的同时，老君山景区也因垃圾满地登上热搜。刘杰武提醒：“打卡式旅游会产生巨大的流量，也容易造成虚假的繁荣。打卡式旅游由于拥挤、脏乱等导致体验感太差，容易发生负面新闻。如果景区出现了爆款内容，需要迅速开展行之有效的流量转化手段，形成二消甚至是回头客消费，并增强网络的正面引导，巩固流量的基本面。打造网红景区落脚点还是在于坚持和落实‘以游客为本’的理念。”

游客的体验感总是能直接反映出景区管理的问题。去年五一假期，湖北荆州方特东方神话主题乐园十分拥挤，有游客要求退票；四川阿坝州毕棚沟景区，在同日也曾出现游客滞留情况，游客大喊“退票”。“新十条”发布后的这个元旦小长假，游客的出游热情不断释放。但是，景区真的做好准备了吗？不少景区在过去相当长一段时间间歇性停业，疏于基础设施、设备的日常管理、维护。在新的旅游高峰出现前，应该严格按照规范要求，开展安全检修和排查，排除隐患。

即将到来的春节假期，全国很多地方可能出现低温、雨雪天气，给景区正常接待带来影响，景区应事先建立风险应对机制，做好科学管理，有序复工复产。目前，老君山景区正在对景区安全隐患进行全面排查，强化预警防范，为即将到来的春节假期创造安全的景区环境。中国社会科学院教授魏翔认为：“目前的景区更需要做好公共卫生环境提升和员工返岗培训的准备，把好安全门。”

在流量至上的年代，安全运营永远都是景区发展的生命线。

甘肃金徽矿业旅游景区入选国家工业旅游示范基地——

地下工厂 地上花园

□ 罗赟鹏 本报记者 张陇堂

三季有花、四季常青，地下工厂、地上花园，这是很多游客参观甘肃徽县金徽矿业景区后的评价。近年来，该景区凭借自然地理优势和工业资源优势，以自然生态的良性循环为基础，以主题化、生态化、数字化、游乐化、情境化、动感化为设计手法，建造工业旅游景区，吸引大量游客前来旅游观光。近日，金徽矿业旅游景区被评为国家工业旅游示范基地，成为矿业开发、生态保护和文旅融合发展的典范。

冬天的金徽矿业被白雪覆盖，春夏之交的金徽矿业景区有劲松苍柏、鲜花迎宾……如果不是依山而建的厂房的提醒，游客很难想到自己正身处一座矿山。游客余先生选择夏天来这里参观学习，在它看来，金徽矿业旅游景区气候温润，生态良好，白天园区静谧美丽，虫鸣鸟叫声不绝于耳，夜晚灯光秀美，山色如画。

金徽矿业股份有限公司（以下简称“金徽股份”）是一家集铅、锌、银等矿产资源勘查、开采、加工、销售为一体的混合所有制矿山企业。金徽矿业旅游景区依托金徽股份郭家沟铅锌矿150万吨/年采选项目和绿色矿山建设而成。2019年，金徽股份成功入选国家级绿色矿山名录，被自然资源部评为国家级绿色矿山典范企业。

近年来，金徽股份践行“在保护中开发，在开发中保护”的理念，通过工程措施、生物措施，同步开展生态环境综合治理，坚持开展护林、种树、种草工作，实现矿区边开发边治理和绿化美化的全覆盖，让生态环境因资源开发而变得更加优美。

作为一家以矿业生产为主的上市企业，金徽股份在日常的生产建设中形成了矿井、尾矿库、主平硐等工业设施和景观，在生产中采用的机械化、自动化技术和作业模式，以及实物地质资料岩芯等，这些都是科普地质和工业技术知识的宝贵资源。

凭借良好的生态资源与工业文化资源，金徽股份逐步将整个矿业生产区域打造成一处特色鲜明的现代化工业旅游景区。

“我们严格按照国家4A级旅游景区标准要求，认真践行‘绿水青山就是金山银山’理念，在考察学习和借鉴先进经验的基础上，邀请景观设计单位对景区进行了规划设计，将其打造成一处以工业旅游和自然观光为主的特色旅游景区。”金徽股份董事长、总经理刘勇说。

为将工业资源很好地融入旅游，金徽股份建成了实物地质资料岩芯馆、展览馆，以及员工活动中心、生态停车场、培训中心和标准化的游客服务中心、游客购物中心、医务室、旅游厕所等。

“我们不仅在硬件设施上下功夫，还不断提升软件能力，为前来游玩参观的游客提供高质量的参观体验和服务，让游客通过金徽矿业这扇窗口了解工业资源的魅力。”刘勇说。

目前，金徽矿业旅游景区依托绿色矿山建设，建成了迎宾大道、迎宾瀑布、劲松迎客、矿工服务楼、磨浮车间、科技馆、音乐喷泉广场、红枫林、玫瑰园、朝凤亭、十里槐花长廊等景点。

“我们按照景观设计，建成了以工业旅游和自然观光为主，特色鲜明、科普性强的多条游览线路。全自动数字化磨浮车间、主平硐口、矿工服务楼、科技指挥中心等工业旅游项目，可让参观者全面了解矿业最新技术和控制水平。”刘勇介绍。

如今，游客到金徽矿业旅游景区游玩，不仅可以领略到景区玫瑰园、樱花大道等优美的自然生态风光，还可到实物地质资料岩芯馆观看完整保存的大量探矿岩芯，了解地质演变的科学知识；通过数字远程控制监控系统，观看工人在地下几百米辛勤劳作的工作画面；通过机械化作业，深入了解埋藏在井下亿万年的矿石模样；在标准化建设的5D影厅里，通过视觉、嗅觉、触觉等手段，体验深入地心的刺激和奇妙……游览下来，这一趟旅行就是内容丰富的科普之旅。

“地下工厂、地上花园”，坚持把矿区当景区来打造的金徽矿业是甘肃省绿色矿山发展的新标杆和新名片。如今，绿色矿山建设成效得到了多方认可，金徽矿业已成为政府、企业、高校等多方学习“绿色经验”的新基地。

“我们最大的特色就是在矿产资源开发过程中，尽可能减少对环境的扰动，将工业发展与生态文明建设、景区开发融合，努力发挥工厂变公园、矿山变景区的示范带动作用，推动区域旅游产业链长效发展，为推动矿业经济和区域经济社会高质量发展献出自己的力量。”刘勇说。

园区雪景 金徽矿业旅游景区 供图

全国旅游厕所革命优秀案例

厦门市园林植物园：

把旅游厕所建成大花园里的小品

□ 曹燕

谈到园林植物园为何成为厦门旅游的网红，“近悦远来”也许是答案。该植物园相关负责人说：“很多来厦门旅游的人，原本没有把园林植物园作为旅游选项，听到当地人推荐来了之后，都喜欢上这个地方。”最为人津津乐道的是这里的热带雨林和千姿百态的仙人掌、多肉，其中，雨林世界位于紫云景区内，植物园的两大水系之一樵溪横穿其中，因为雾气缭绕，整个雨林笼罩在朦胧优美的氛围里。这里还有厦门市文物保护单位——建于明代万历年间的樵溪桥。

作为一个天然的科普大教室，无数青少年在园林植物园开启自己的科学之旅。周末不定期举办的公益活动“自然课堂”深受市民游客的欢迎。

“维护运营好景区环境，包括如厕环境，是我们的工作重点之一。”园林植物园相关负责人说，很多市民游客对厦门市园林植物园有亲切感，经常会来。如厕体验是游客游览体验最直观的一环，我们希望游客来到这里就像回到家，看到家里一切都秩序井然、整洁清爽。

近年来，厦门市园林植物园根据国家5A级景区要求，对旅游厕所进行建设改造，并在硬件升级的基础上大力推进环境提升和管理模式优化，结合园区实际，推广旅游厕所建设与管理的新理念、新举措，获得了显著成效。基础建设方面，园区内所有旅游厕所均遵照《旅游厕所质量等级的划分与评定》设计，优化内部空间布局，改善通风、采光、照明、给排水等设施，合理调整男女厕位比例，并结合服务对象需求，增设儿童厕位、无障碍厕位；规范旅游厕所室内外标识、导向系统，使用中、英、日、韩4种语言，按现行标准统一风格设置；旅游厕所内的纸盒、洗手液、垃圾桶等配套设施均采用无接触式配置，更为卫生、便捷。

在厦门市园林植物园，旅游厕所更像是这个大花园里的小品。景区对旅游厕所内部空间开展特色化装饰，一方面以植物为主材料，采用各种植物盆栽和花艺手法装点，另一方面以植物园风景和花卉题材的画作进行墙面美化。节假日期间，景区对旅游厕所进行插花花艺作品和组合盆栽布置，增添节日氛围。同时，安排相关人员做好植物和画作的日常养护。

旅游厕所重在管理，厦门市园林植物园积极创新管理模式，大幅提升了管理效率和旅游高峰期公共服务能力。一是构建智慧公厕管理系统，实时监测公厕空气质量和人流量，当监测指标不合格时，平台会自动提醒责任人员进行保洁。二是明确旅游厕所保洁流程、管理规范、考核标准，及时对卫生问题处置进行过程监管，将旅游厕所列入精细化管理时效考核范畴。三是建立考核结果通报制度和奖惩制度，每月对各旅游厕所管理成效进行评比排名，并作为绩效考核依据。四是定期开展防疫、消防、突发事件演练，并在旅游高峰期来临前按照往期数据进行人流量预测，对于不同点位的旅游厕所，有针对性地加强保洁力量，在大客流情况下，保洁人员配合维持秩序，全面提升公共服务和突发事件应对能力。