



水韵江苏

江苏旅游

2018.12 / 总第337期

江苏旅游



二〇一八年 第十二期



江苏省文化和旅游厅主办



江苏省文化和旅游厅主办



景区介绍

邳州市艾山风景名胜区是国家4A级旅游景区、国家水利风景区、江苏省风景名胜区、生态旅游示范区。景区集秀水幽壑与禅庭胜境于一身，自然风光旖旎秀美，春天桃槐争艳，夏季林幽荷香，秋日乌桕似火，冬天松柏映雪，有世界上仅有的汉白玉礼佛景观如意浮雕大道，全国第二大石牌坊六度门，国内独有的大型塔式音乐喷泉转动雕塑九龙灌浴佛塔，傲世独立的菩萨立体百科全图南海观音群雕，历史悠久的铁佛寺、华严寺等众多景点，还有充满神话色彩的女娲补天、聚仙台、仙姑池、如意湖，更有领略“清风明月入画、晨钟暮鼓绕梁”情境的望龙亭、听松亭、艾王阁，似一幅悠然打开的泼墨画卷，把充满仙灵之气的山水吸纳包容，形成了秀水、幽谷、深壑、珍树交相辉映的诸多美景，组成了淮海经济区最美的山林氧吧。

2018
12

总第337期

(内部资料 免费交流)

江苏旅游

JIANGSU TOURISM

管峻书

主办单位

江苏省文化和旅游厅

承办单位

江苏省旅游发展研究中心

主 编 徐晓勤

责任编辑 孙 亮

编 审 吕 中

编 务 杨伟容

编辑部地址

南京市中山北路255号

联系电话

(025) 83421198

投稿邮箱

jslytx@126.com

准印证号

S(2018)00000249

本刊启事:《江苏旅游》是指导我省旅游业发展工作的内部刊物,重点关注旅游业界前沿的理论探索、创新改革和锐意实践,开设“热点聚焦”、“人物专访”(适时刊登)、“工作研究”、“业界观察”、“他山之石”等栏目。我们期待社会各界和旅游业界朋友的关心与支持,更加期冀业界同仁踊跃赐稿(含图片)。所有来稿一经采用,我们将会及时奉上样刊和稿酬。来稿时请注明通联方式(包括:姓名、电话、工作单位及寄送地址),同时本刊部分文章因无法确知作者及联系方式,也恳请作者见刊后及时和我们联系,以便寄付稿酬。谢谢!

本刊编辑部

Contents 目录

2018年12月刊 | 总第337期

◆热点聚焦

· 推动文旅融合从理念走向行动 杨志纯 02

◆工作研究

· 对南京创先争优推进会奖旅游发展的思考 刘 伟 吴宇哲 06
 · 苏州旅游服务体系建设的实践和探索 钟涵一 09
 · 国有老店的“凤凰”涅槃—探秘江苏凤凰台饭店的华丽转身 张久明 12
 · 发展乡村旅游 助力乡村振兴 张仁君 18
 · 射阳打造生态宜居旅游强县的探索路径 刘 静 21

◆业界观察

· 推动江苏海河联运与大运河旅游文化一体化发展的思路与路径 赵 鸣 24
 · 关于完善入境旅游统计体系的几点思考 赵云开 30
 · 浅谈农家乐对农村生态环境的影响与政策调控 徐克勤 32

◆工作动态

· 第十三届江苏省“五星工程奖”颁奖仪式举行等 11 则 35

◆项目建设

· 极光片羽(苏州)国际旅游度假区项目 41

◆精品推荐

· “冬恋陶都” 暖心宜兴二日游 43

◆他山之石

· 8 个发达国家乡村振兴的成功经验 沈费伟 刘祖云 46

◆旅游印象

· 塔斯马尼亚掠影 王正宇 51
 · 再题姜氏艺圃 清·汪琬 55

◆封面图片

艾山晨曦

梁 伟

推动文旅融合从理念走向行动

杨志纯

党的十八大以来，习近平总书记就文化和旅游工作发表了一系列重要论述，科学回答了事关文化建设和旅游发展的方向性、根本性、全局性问题。作为新组建的文化和旅游部门，如何推动文化和旅游高水平融合、高质量发展，首要的是强化融合发展理念，最根本的是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，特别是总书记关于文化和旅游工作的重要论述，用新思想定向领航，从新思想中把握规律、寻策问道，推动实践创新，努力把文旅融合这篇大文章做深、做实、做精彩。结合近几个月来的学习思考，重点围绕文旅融合发展，我谈三点认识。

一、文旅融合是大势所趋

早在 2500 年前，孔子就阐述了“无文不远”的道理。中华民族自古以来就把旅游和读书结合在一起，崇尚“读万卷书，行万里路”。现在，中国特色社会主义已进入新时代。立足新的时代，我们要深刻认识到，旅游集物质消费与精神享受于一体，旅游与文化密不可分，两者和合共生。文化和旅游的融合，是文化发现创造价值和旅游体验分享价值的有机结合，也是新时代发展的浩荡潮流。

第一，文旅融合是人们高品质生活的必然要求。党的十九大报告指出，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。随着经济社会持续快速发展，人民对美好生活的向往更加强烈，过去人们关心“有没有”，现在更在乎“好不好”；过去关注“新不新”，现在更关注“美不美”；过去较多看重物质生活，现在对精神文化生活的期待更多、要求更高，更加懂得有钱不等于有幸福。尤其是在当下，人们不再满足于生活上过得去，而更注重追求生活上的高品质，旅游进入大众化时代就是一个生动体现。据统计，2018 年 1 至 11 月，我省接待境内外游客达 7.54 亿人次，同比增长 9.6%。同时也要看到，在当代旅游中，人们已不仅仅是欣赏好山好水好风光，也不是简单的“走马观花”“到此一游”，而是喜欢从景区走向社区，从繁华闹市走向乡野小巷、从购物场所走向文博场馆，看民俗、看历史、看文化，越来越注重文化场景的体验，越来越追求个性化、深度化、特色化的品质旅游，这已成为人们追求高品质生活的一种选择。我们要坚持以人民为中心的发展思想，主动适应人们对文化和旅游消费的新变化，自觉推动文化和旅游融合发展，努力提供更多优秀文化产品和服务、更多优质旅游产品和服务，更好满足人们高品质生活的新期待。

第二，文旅融合是旅游高质量发展的必然要求。古人云：“山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵”。凡是有吸引力、竞争力的旅游目的地，都是具有独特文化魅力的地方。江苏自古人文荟萃、名家辈出，四大文学名著均与江苏密切关联，诗词歌赋不胜枚举，每座城市都有着不尽的诗词雅韵；吴文化、金陵文化、楚汉文化、淮扬文化等地域文化异彩纷呈，“小桥流水人家”足以展现“梦里江南”画卷，“大风起兮云飞扬”足以展现豪迈汉风；大运河、古典园林、明城墙、昆曲、苏州评弹等至今仍承载着过往的辉煌；“周恩来精神”“雨花英烈精神”“新四军铁军精神”“淮海战役精神”等红色文化熠熠生辉，等等。这些都是江苏旅游业发展的宝贵资源。从一定程度上讲，我们要推动旅游业高质量发展，实现由“大”到“强”的跨越，其优势不仅在于秀美的自然风光，还在于意蕴深厚的历史人文，更需要通过深度挖掘和彰显，将人文优势与旅游资

源紧密结合，以提升江苏旅游的独特魅力和韵味。我们要强化融合发展的理念，把更多的文化资源转化为旅游产品，用文化提升旅游品位、增加旅游附加值，以文化要素注入推动旅游特色化、品质化发展，为旅游高质量发展插上腾飞翅膀。

第三，文旅融合是文化高效能传播的必然要求。习近平总书记指出，旅游是不同国家、不同文化交流互鉴的重要渠道。文化要实现价值、传之久远，必须借助于一定的渠道，而旅游正是为公众分享文化价值、体验文化价值提供了最佳载体。凡是到有文化内涵旅游场所的游客，他们既是文化景观的游览者，也是文化价值的传播者。现在有一种现象，无论是国内游还是境外游，文博场所往往成为人们旅游的重要目的地。据统计，2017 年全国文博游超过 9 亿人次，江苏文博场馆参观人次超过 9 千万，到南京博物院参观人次超过 300 万。如此庞大的旅游群体，赋予了文化传播的更大能量。这就启示我们，要推动文化遗产保护成果为人民群众共享，把更多的博物馆、非遗传习所、古籍展示馆等文化场所纳入旅游线路，并通过丰富文化产品供给、创新内容表达和展览展示手段，使其成为游客喜爱的文化体验目的地，成为传播优秀文化的有效平台。

二、文旅融合必将大有可为

今年 10 月，我有幸参与在苏州举办的第八届中日韩旅游部长会议，这期间见证了两个细节：一个是在拙政园考察旅游资源时安排非遗现场展示，另一个是在游船夜游时安排苏州评弹表演，给客人留下了深刻印象，让人流连忘返。这就告诉我们，文化和旅游的融合不仅空间广阔，而且大有可为。我们要坚持宜融则融、能融尽融，坚持以文促旅、以旅彰文，找准最大公约数、最佳连接点，推动文化和旅游真融合、深融合。究竟从哪些方面入手推动融合，这里我列举一些，供大家思考。

1. 关于文化内涵发掘与旅游品位提升。旅游讲特色、创精品，一个很重要的方面，就是要注重对文化内涵的发掘。在当代旅游中，游客对目的地的选择正在发生变化，那些能够体现文化独特性、鲜活性、多样性的文化场景，越来越具有吸引力和感染力。对江苏来说，我们不缺旅游资源，也不缺人文资源，但缺少的是对资源的深度挖掘和创意表达。如何用文化提升旅游品位，用文化创意打造更多旅游精品，是文化和旅游融合发展的现实课题。迪斯尼主题公园中最具吸引力的唐老鸭、米老鼠、狮子王等动漫形象，彰显的是文化创意。目前全球最大的演艺企业宋城集团，其打造的千古情系列，体现的也是文化创意。在这方面，我省也创造了不少成功案例。灵山小镇·拈花湾从佛经中“佛祖拈花、迦叶微笑”的典故中汲取灵感，历经五年打造，使灵山从一个单独的观光景区，一举蜕变为“网红”休闲度假胜地。常州将恐龙园项目与高速公路服务区结合，探索出交通+旅游的新路，使高速过客在服务区也可慢一会，与“恐龙”亲密接触。事实表明，文化创意不仅能赋予旅游业最鲜活的元素，使旅游具有持久的吸引力和生命力，而且能够“无中生有”打造更多的旅游精品。

2. 关于艺术精品创作与旅游空间拓展。艺术创作不仅是一种文化活动，也是丰富旅游产品、拉长产业链条的活力要素。纵观当今国内外艺术发展，艺术创作与传播，其价值早已超出艺术本身。一部艺术精品的推出，一台有影响力的演出，有时会产生受众的集聚效应。上世纪 80 年代，一部《少林寺》电影，不仅火了中国武术，也火了少林寺所在地的旅游业。我国首部大型实景历史剧《长恨歌》，从 2007 年公演至今累计演出 3000 余场，成为人们到陕西旅游的必看节目。这就启示我们，艺术与旅游的融合，能够开拓旅游发展空间，激发旅游市场活力。从打造更多文旅融合品牌出发，我们要引导各地立足特色文化资源，规划建设一批小剧场，创作推出一批实景版旅游演艺，为游客提

供“白天观景、晚上看戏”的全天候旅游体验。最近，我们组织实施的《中华民族的血脉—中国大运河史诗图卷》美术精品创作工程，是大运河文化带建设的一个重点项目。我们明确提出，要通过艺术家手中的画笔，把大运河全域散落分布的文化瑰宝串成“珍珠项链”，联手绘制当代的“清明上河图”，让经典重现，不仅要给人产生审美的感动，而且要使人产生旅游的冲动，很想循着画中的精彩去现场体验。从一定程度上说，这也是文旅融合的具体实践。

3. 关于文化遗产保护与旅游产品开发。文化遗产是祖先留给我们的宝贵财富，它既是一种文化资源，也是一种旅游资源。北京四合院、成都宽窄巷、南京老门东、苏州平江路、扬州东关街等历史街区，为什么越来越成为远近闻名的旅游热点，就是因为它们都有着深厚的文化积淀，浓缩了时代的记忆。正如中国旅游研究院院长戴斌所说：“游客既关注文化遗产所承载的共同价值和家国情怀，也向往当代生活所散发的环境品质和人间烟火”。江苏是文化遗产大省，拥有众多的文物古迹、非遗项目、老字号、老品牌、传统美食、传统村落等，所有这些都为旅游业注入更加优质、更富吸引力的文化内容。要推动文化遗产保护利用与旅游业发展相结合，依托文物资源发展红色旅游、遗产旅游、研学旅游，推动非遗融入食、住、行、游、购、娱各环节，打造更多体现文化内涵、人文精神的特色旅游精品。

4. 关于公共文化服务与旅游公共服务。随着大众旅游时代的到来，个人游、自助游呈井喷式增长，公共设施不足、服务水平不高，已经成为制约旅游高质量发展的重要瓶颈。如何通过拓展公共文化设施的旅游服务功能，有效解决旅游公共服务供给不足问题，是推动公共文化服务与公共旅游服务融合的重要方面。从江苏来看，我们在公共文化设施上不仅实现了省有“四馆”、市有“三馆”、县有“两馆”、乡镇有“一站”、村有“一室”，而且“十三五”末将实现基层综合性文化服务中心全覆盖；在旅游公共服务设施上，全省A级景区、度假区、乡村旅游区实现了游客服务中心全覆盖，同时依托高铁站建成了一批旅游集散中心。要推动公共文化机构在服务好当地居民的同时，结合实际，创造条件，面向游客开展文化服务。要依托游客服务中心、旅游集散中心等旅游公共设施，组织开展文化惠民服务，让更多的游客感受当地的风土人情，分享独特的地域文化。

5. 关于文化产业发展与旅游产业发展。文化产业与旅游产业既有交叉，也有不同，都属于服务业范畴。目前，我省文化产业增加值占GDP比重接近5%，旅游产业增加值占GDP比重超过6%。如何让文旅产业成为江苏经济的重要支撑，重要的一条，就是深化文化旅游供给侧结构性改革，以融合发展促进转型升级、提质增效。要实施“文化+旅游”战略，推动各种基地、园区、示范区等对接整合，策划一批促进文化和旅游产业融合发展的项目，培育新的增长点。要实施“文化+”“旅游+”战略，推动文化创意与相关产业、旅游与相关产业融合发展，做大新兴业态，拓展发展新空间。要促进旅游消费与文化消费有机结合，推动剧场、演艺、动漫等产业与旅游业融合开展文化体验旅游，深度开发文化旅游商品和纪念品，培育新的消费热点。当然，推动文化和旅游产业发展，还需要在文化与旅游市场培育上多下功夫，做到既加强监管、又防止大起大落，努力营造统一有序、供给有效、富有活力的市场环境。

三、文旅融合重在大道于行

推动文化和旅游融合发展，不是喊出来的，而是干出来的，必须在创新实践中解决怎么融的问题，实现文旅融合从理念走向行动。

1. 通过打造载体推进文旅融合。经验表明，我们抓任何工作，都需要创新平台载体，

否则就会落空。推进文旅融合发展，是一个崭新实践，更需要“搭好台”“唱好戏”。比如，前不久，我们与文化和旅游部艺术司共同主办的戏曲百戏（昆山）盛典，集聚全国120个剧种、156个经典剧目和折子戏，133个院团近4000名演员共演出78场，成为有史以来国内所有戏曲剧种集中交流演出、活态展现的首创之举。同时，通过支持昆山利用盛典成果筹建中国戏曲博物馆，建设昆曲小镇、“百戏之林”，打造以戏曲文化为主题的旅游线路产品，实现戏曲传承发展与旅游资源开发的互促共进。现在看来，我们搭建的这个载体，不仅成为振兴戏曲的有效抓手，也是推动文旅融合的有益探索。比如，我们正在筹备的首届大运河文化旅游博览会，也是为推进文旅融合发展而打造的新平台。我们提出的目标定位，就是立足大运河全域，通过设置主题演出、展览展示、主题论坛、互动联动等版块，将博览会打造成为文旅融合发展平台、文旅精品推广平台、美好生活共享平台，使之成为大运河文化带建设的标志性项目，成为国内国际有重要影响的文旅融合品牌。

2. 通过用好用活阵地推进文旅融合。无论是文化公共场所，还是旅游公共场所，都肩负着推进文旅融合的责任。一方面，要用好用活文化场馆。央视《国家宝藏》节目开播以来，人们对文博旅游更为青睐，仅携程网上搜索“博物馆”国内旅游产品的数据就上升50%以上，相关旅游线路达上千条。各级各类文化场馆要适应游客参观、休闲、购物的新需求，进一步完善设施功能、丰富产品供给、提升服务水平，打造有温度、有故事、有品味、有体验的文化客厅，在推动文旅融合发展上见实效。另一方面，要用好用活旅游公共场所。尊重游客的感受和体验，是当代旅游业转型发展的必然要求。要推动景区、度假区、乡村旅游区、精品民宿以及旅游集散中心、游客服务中心等旅游场所，多注入文化元素，多增加文化体验项目，成为传播文明、体验文化、展示特色的重要窗口。

3. 通过深化创建推进文旅融合。文化和旅游领域的各类创建，虽在内容上各有侧重，但都是推动文旅融合的重要手段。现在的问题是，我们不能就文化创建抓文化创建，就旅游创建抓旅游创建。要用旅游彰显文化创建的价值，把更多文化创建项目打造成旅游目的地。南京1865创意产业园抓住创建国家级文化产业示范基地的契机，依靠文化创意和科技创新，对历史文化实施保护性开发利用，成为工业旅游的成功范例。今年以来，为搭建有利于非遗保护传承的综合平台，推动非遗项目融入现代生活，我们在全省范围内创设江苏省非物质文化遗产创意基地，目的就是探索非遗保护传承的新途径，让基地成为人们非遗体验的场所和旅游目的地。要用文化提升旅游创建的内涵，把更多的旅游创建项目打造成文旅融合精品。现在，“上车睡觉、下车拍照”这种浅层次旅游，已不能满足人们对旅游的需求。越来越多的人也不再满足于住宾馆酒店，宁愿选择住当地的民宿，去感受当地的生活气息。这就要求我们，在深化全域旅游、旅游风情小镇、乡村旅游、A级旅游景区、旅游度假区等创建中，要增加文化的底色和特色，让人们在旅游中有更多的文化获得感。

文化旅游融合是一篇大文章，需要我们常做常新、久久为功。需要强调的是，文化建设有其自身规律，旅游发展也有其自身规律，文化和旅游融合还会形成新的规律，这些都需要我们在实践中深刻把握、自觉运用。唯有如此，才能推动文化旅游高质量发展不断迈上新台阶。

（本文为省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯2018年12月28日在厅系统工作务虚会上的讲话）

对南京创先争优推进会展旅游发展的思考

刘伟 吴宇哲

会展旅游因其规模大、时间长、档次高和利润丰厚等特点，被认为是高端旅游市场中含金量很高的产品，国内外许多城市都将会奖旅游作为地方旅游经济发展的重要引擎。根据《南京市“十三五”旅游业发展规划》及《南京市全域旅游发展规划》要求，商务会展旅游也已成为南京新业态旅游的主打产品之一。自2012年以来，南京市旅游主管部门围绕打造令人瞩目的国际会展旅游目的地的目标，以“约会南京 会见惊喜”作为宣传主题，经过数年努力，取得了可喜的进步，先后荣获“中国最受关注会展城市”“中国会展十大名城”“中国会展品牌城市”“中国十大影响力会展城市”等荣誉，确立了南京会展旅游在全省的首位度，同时向国际国内一流会展旅游城市积极靠拢。

一、南京市会展旅游优势分析

（一）交通设施便利

航空方面：南京禄口国际机场拥有双跑道、双航站楼，保障能力可满足年飞行36万架次、旅客吞吐量3000万人次。截止目前，国内外62家航空公司在南京禄口国际机场运营，客货运航线超过261条。从南京出发，定期国际客运航班有20条航线，还有洛杉矶、法兰克福、悉尼、温哥华、米兰、圣彼得堡、莫斯科、赫尔辛基等8条洲际航线，基本实现了南京与国内外主要城市无缝对接。

铁路方面：南京作为国家高铁规划中四横四纵铁路主干网的重要交汇点，是全国第二大铁路交通枢纽城市，有京沪高铁、沪宁城际、宁杭城际、沪汉蓉铁路等8条高速铁路在这里交会，使南京成为连接华北、华东和华中重要铁路交通枢纽。快捷的铁路交通为国内重点城市来宁举办会展活动提供了极大的便利。

公路方面：南京高速公路路网密度位居全国中心城市前列。以南京为中心，G25长深高速（宁杭高速）、G40沪陕高速（宁合高速）、G42沪蓉高速（沪宁高速）等5条国家高速公路、多条高等级公路交织于南京。

城市交通：南京市内轨道交通也十分发达，截至2018年5月，南京地铁已开通运营线路10条，共174座车站，线路总长378千米，居中国第4位（仅次于上海、北京、广州），成为中国第一个区县全部开通地铁的城市。

（二）宾馆酒店多样

近年来，南京宾馆酒店业发展迅猛，截至2018年，南京星级饭店总数为94家，共拥有客房14690间，床位23490张，除此之外，万豪、香格里拉、希尔顿、IHG、华住、雅高等一批最具代表性的国际大型酒店集团也已落户南京。除数量优势以外，南京宾馆酒店还在空间分布上形成了东南西北中的5个酒店群，能满足不同方向会展活动的要求。根据2017年度全国星级饭店统计公报，南京酒店各项数据均列在全国前十名，其中2017年度南京酒店出租率达到69.66%，位列全国第二，仅次于三亚。2018年10月统计数据显示，南京酒店平均出租率达到73.3%。

（三）会展设施齐全

南京会展旅游设施不断提档升级，其中南京国际博览中心现拥有9座展馆，总建筑面积36万平方米，三期落成后，南京国际博览中心总建筑面积超87万平方米；奥体中心体育馆可容纳13,000人；江苏大剧院的综艺厅可容纳超过2700人；保利大剧院可容纳超过1900人；会议航母型酒店——国际青年会议酒店，拥有超过1000间客房的大体量，以及大小各类会议室60余个，能够满足不同规模的会议同时举行。

（四）文化旅游资源丰富

南京是“六朝古都 十朝都会”，文化旅游资源优势明显，会展旅游方面主要体现在：一是人文历史和自然景观并重，六朝文化、明文化、民国文化、秦淮文化等厚重的文化底蕴给奖励旅游活动提供了丰富的题材，新开放的大型景区如牛首山、大报恩寺遗址博物馆、中国科举博物馆、老门东等，设施新、场地大、服务佳、内涵丰富，是从事会展旅游活动的理想之所；二是南京对游客开放友好度极高，大部分主要景区免票或者在全国同类城市中价格较低，是会展活动中场地资源性价比最高的城市之一。

（五）会展旅游服务商优质

南京会展旅游的硬件设施和软件服务齐头并进，比翼双飞。经过多年的市场历练，已涌现出一批专业的会展旅游服务商，该类企业承办过很多高规格、大规模的会展活动，拥有优秀的团队和丰富的工作经验，能够针对客户需求量身定制出个性化的服务和产品，在业内具有良好的口碑。据不完全统计，2017年度南京专业会展企业共接待来宁会展旅游活动1133场，参展人数达7.68万人次。

（六）扶持政策有力

南京市政府在相关奖励政策上不断加大资金扶持力度，其中市会展办的《南京市会展发展专项资金管理办法》对来宁举办大型会议活动的企业，一次性补助最高可达50万元；市旅游委的《入境旅游奖励政策》对来宁举办入境会展旅游活动的企业根据会议规模奖励5~15万元；建邺区政府对在辖区内举办会展活动的企业一次性奖励3万元。这些扶持政策起到了积极的杠杆效用，撬动巨大的市场，引来更多的会展活动落户南京。

二、存在的差距和面临的挑战

“纵向比、尚可喜，横向比、需努力。”放眼全国，北京、上海、杭州、西安、成都等众多城市都在大力推进会展旅游工作，相比而言南京仍存在一定差距。下面以杭州为例，对标找差，主要有三个方面：

（一）硬件方面

杭州地理位置优越，人文古迹众多，西

湖文化、良渚文化、丝绸文化、茶文化等非常典型，近年来，随着阿里巴巴等高科技企业的崛起和带动，互联网经济成为杭州新的经济增长点，为杭州发展会展旅游业带来生机和市场。

入境方面：根据数据显示：2017年杭州市共接待入境游客402.2万人次，而南京2017年接待入境游客71.8万人次，差距较大。杭州通过设立各国签证办事处及开通国际航线来逐渐影响国际会议的落户，目前落地杭州的签证中心已增加到25国；萧山机场乘机人数规模年均也比南京多925万人次，航空运输和签证政策方面优势明显。

会展设施方面：G20之后，杭州涌现出一批高规格、高标准、大体量的会展旅游设施，整个杭州的会展旅游产业链已经趋于完善：G20主场杭州国际博览中心总面积84万平方米，设有展览中心、会议中心、综合物业、屋顶花园、地下商业及车库等五大功能区，能满足举办APEC、达沃斯等高规格的国际会议；此外，杭州的西溪、西湖、湘湖、钱江新城等不同的区域会展板块都能独立地承担国际大型会议。承接高规格、高标准的国际性会议活动比南京更有硬件优势。

（二）软件方面

除了硬件的提升，杭州还在机制上进行保障：第一是组建了杭州市国际会议竞标服务中心。相比北上广等大公司在承接大型活动方面的区域劣势，在G20峰会后，杭州成立了国际会议竞标服务中心，联合会奖产业链中各方力量，按照“市场共拓、成果共享”的原则，企业参与、联合竞标、共同决策、科学营销，大力拓展了国际会议总量；第二是制定系列标准。2017年10月杭州市旅委协同杭州市会议与奖励旅游业协会共同制定了杭州市首个会议服务地方标准《会议服务机构管理和服务规范》，以会议项目工作流程和实施保障为主线，着重对会议服务机构、会议服务要求、管理要求、服务质量持续改进等方面提出了95项规范化要求，进一步提升了杭州会议服务业的标准化、品牌化和

国际化。

（三）政策方面

杭州在会奖旅游奖励政策上灵活多变，如2018年，为扩大杭州会议与奖励旅游市场份额，杭州开展了2018“峰会杭州”会奖旅游特惠年活动，对符合“峰会杭州”的特约企业，单个项目最多可减20万元，相比其他城市，该政策避免了冗长的申请及付款流程，给企业带来较大利好。

三、提升会奖旅游发展水平的途径

（一）制定标准规范，提升服务质量

参照其他城市已有的相关规范标准，制定符合南京会奖旅游市场的管理服务规范并进行全行业推广；加快南京市及建邺区会奖旅游联盟建设，学习先进理念，加强业务培训，总结行业反馈，进一步提升南京会奖旅游行业的服务质量。

（二）坚持品牌塑造，加强宣传推广

1. 拓展多元产品，让更多的“会”约在南京。根据ICCA发布的55年以来国际大会的趋势来看，从1963年到2013年，国际协会会议的数量每10年翻一番。协会会议是社会变革的重要推动力，也是理解和解决世界上最具挑战性问题的机会，政府、行业、非政府组织和学术界汇集了各类专家，分享其知识并共商解决方案。南京具备了适合协会会议举办的设施、环境和人文氛围。因此，未来我们将以“约会南京 会见惊喜”及“南京建邺会奖旅游联盟”为抓手，拓展多元化会奖旅游产品，除了推进大型会议会展落地之外，积极与医药、科技、教育等行业协会接洽，吸引更多的协会会议落地南京。

2. 发挥文化优势，会见更多“惊喜”。在过去的二十年中，酒店会议设施的使用逐渐增加。然而在2013至2017的五年中，由于会议规模变小频次增大，会议/展览中心部分被大学等特色场馆取代。南京文博场馆丰富、高等院校云集，接下来，我们除了继续整合优化传统的会奖旅游资源，如酒店、展览馆、大型旅游景点等以外，还应深入挖掘南京各大文博高校等适合办会的资源，加

强文化、教育、科研等相关部门的协作，共同打造更加具有南京特色的会奖旅游场地，促成更多小型会议及奖励旅游的落地。

3. 坚持“走出去，请进来”的推广方式。积极参与国内外大型会奖旅游展，紧扣国家“一带一路”重大战略部署，以项目国际化为载体，培育境外会展项目，改善境外办展结构，构建多元化、宽领域、高层次的境外参展新格局。加强与会展业发达地区和城市的联系，建立更加紧密的会展友城合作机制和网络。

（三）加强行业引导，推进政策落地

一方面，充分发挥政府管理部门的主观能动性，整合全市零散的会奖旅游资源，形成会奖服务产业集群，以吸引更多的会奖企业入驻，推动会奖旅游项目落地；另一方面，积极增强各部门对会奖旅游的服务性，做好相关奖励政策的落实、优化和宣贯工作，并协同做好国内国际知名会议的交通、安保、食品卫生、医疗急救等展会配套服务，切实为会奖旅游企业创造利好。

（四）沉淀专项数据，掌握市场趋势

2014年以来，南京紧跟国内一线会奖旅游城市步伐，主动对接ICCA国际大会及会议协会、北京会议产业大会、MICE CHINA等国内外具有影响力会奖旅游统计组织。今后，应当进一步完善科学、规范、系统、全面的会奖统计指标体系，并通过南京智慧旅游监测平台的大数据、各级统计部门的权威数据、市场执行者的反馈信息、买家及客户的需求和反馈、官方延续累积的信息素材等，积极探索会奖旅游市场分析模式，并通过定期分析，为政府提供决策依据，为企业提供市场参考，不断提升和完善会奖旅游产品的策划、执行与服务品质，从而推动南京会奖旅游的长效发展。

（作者单位：南京市旅游委员会）

苏州旅游服务体系建设的实践和探索

钟涵一

在全域旅游发展的大背景下，旅游目的地服务体系建设是影响游客旅游体验的一个重要环节，也是制约旅游目的地发展的重要因素。苏州是一个传统的旅游城市，丰富的旅游资源和保存完整的古城是发展全域旅游得天独厚的优势。为发展全域旅游，更好地服务占比80%的自由行散客，苏州从构建线上线下服务体系入手，提出了打造“有温度的城市”，通过提升城市的人性化让游客享受到“市民待遇”，让游客和市民共同感受“苏式服务”的独特魅力。

一、创建“苏式服务”体系的有益尝试

1. “互联网+旅游”打造线上旅游服务整合平台

随着互联网特别是移动终端的普及，越来越多的自由行游客选择利用手机端查询旅游资讯和旅游攻略、预订旅游产品，但目前市场上针对散客的旅游信息和产品良莠不齐，而庞杂的旅游资讯信息也让准备做攻略的自由行游客无法分辨取舍。为此，苏州旅游局打造了以“苏州旅游总入口”为平台，苏州旅游官方微博、微信信息发布体系和旅游诚信体系为补充的线上旅游服务系统，利用互联网的快捷和政府信息的精准权威，为游客营造更加畅通的线上服务体验和资讯获取渠道。

“苏州旅游总入口”：是苏州市旅游局整合全市旅游资源，以政府购买服务的方式引入市场力量，打造出的集信息查询、产品订购、消费点评等功能于一体的综合旅游平台。该平台整合了优质创新产品、景点线上预约等功能。依托微信服务号和小程序，主推“旅游咨询服务”、“找厕所”、“旅游投诉”“景点舒适度查询”等14个类别的

公共服务。让游客关注一个端口就能获取在苏州旅游所需的资讯和产品预订等服务。通过苏州地铁内广告布点、与12306APP合作的定点推送等进行一系列大覆盖、高精度、无疏漏式推广传播。截至2018年7月，该平台净增粉丝突破30万、销售额环比增幅超过50%、服务人次过百万。作为全国首个旅游服务整合总入口工程，该项目被列为2018年苏州市政府实事项目。

旅游官方信息发布体系：除了“苏州旅游总入口”这一综合平台，苏州市旅游部门还注重做好政务网、资讯网、官方微博、官方微信为主体的“四位一体”旅游信息发布体系。其中，苏州旅游政务网在全市政务网排名前8、专题上报排名前3，官网PV年总量为103万、英文网PV总量110万，年均上涨10%。官方微信拥有“苏城寻鲜记”、“百巷苏州”、“闲画苏州”等多个原创专栏，分别以苏州美食、苏城老街巷和苏州传统文化为主题，拥有大批固定粉丝。此外微拍大赛、微旅行招募等线下活动也极大地增强了粉丝的粘度，截至2018年11月底，苏州市旅游局官方微信粉丝数为38万，共发布信息812篇，阅读量412万，WCI指数排名在地级市旅游政务榜单中保持全国前十、全省第一。截至11月底，苏州市旅游局官方微博共发布微博3167条，阅读量达4013万，原创稿件2035条，设置话题85个，互动直播6次，举办线上线下系列互动活动10个，日均总互动数268人次。目前粉丝总量达70万，成功跻身2018全国地级市旅游政务微博前十。坚持原创和苏州情怀传播的“双微”（官方微博、官方微信）影响力在全国全域旅游示范区创建单位中排名第一。

旅游诚信系统：诚信是全域旅游发展的重要保障，它既是旅游市场从“有没有”转

变为“好不好”的关键因素，也是全域旅游的标配和市场建设的重要抓手。为此，苏州旅游建立了以信用信息收集、登录、检索、查询功能为一体的旅游信用系统，通过建设统一的信用信息标准与信用模型和联合惩戒制度，实现旅游诚信体系与各部门监管平台互联互通和信息共享，为游客和涉旅监管部门全面了解和掌握旅游市场主体信用状况、开展监督管理提供数据支持。

2. “市民+游客”完善共享化的城市旅游服务体系

以“厕所革命”为抓手，扎实完善旅游基础设施建设。出门旅游找厕所难、厕所卫生脏乱差一直是旅游业的一个痛点。同时，厕所的建设和厕所环境的改善不仅是游客的需求也符合本地居民期盼，是以小见大的民生工程。自2016年开展“厕所革命”以来，苏州试行了公共卫生间建设与管理规范。创新开发了找厕所软件“游急便”。全市已新建、改建公共卫生间835座。其中，2018年新建、改建公共卫生间510座。从2018年开始至2020年，市旅游局与市市容市政管理局联合制定并全面实施新一轮的“厕所革命三年行动计划”，三年内全市将新建、改建1000座公共卫生间，在重点地区建设一批高标准公共卫生间，尝试建设装配式公厕，消灭公共卫生间盲区，推进“厕所开放联盟”工作、落实公厕建设管理长效机制等，进一步提升全市公厕建设管理水平，打造“厕所革命”苏州样板。苏州市的厕所革命获全国市级中心城市科学发展创新奖。

完善旅游咨询体系。以绿色的“i”为标志的苏州旅游咨询中心，不仅是游客在苏州获得旅游资讯的又一个重要渠道，同时，遍布苏州的旅游咨询点更是苏州旅游重要的形象展示阵地。目前，全市共有线下旅游咨询服务点203个，涵盖了旅游交通换乘中心、高速公路服务区、机场、地铁站、城市广场、码头驿站、民宿等游客聚集地。市旅游咨询中心中心站年接待游客103万人次，同比增长207.4%。截至2018年11月，全市服务点

年内总接待量达354万人次，其中来访的苏州市民有30.88万人次，同比增加10%。此外，在传统咨询服务、旅游宣传、线路推荐、投诉接待、应急援助基础服务之上，旅游咨询中心一直在探索服务的延伸和品质的升级，让咨询中心能够实现游客和市民的共享。如位于苏州古城中心的凤凰街旅游咨询中心就打造了旅游图书馆·行走书吧。书吧位于凤凰街旅游咨询中心二楼，分为阅览区及活动区。2018年以来，书吧共计开展52场活动，市民参与人数占比超70%。

壮大旅游志愿者队伍。苏州旅游小“i”志愿服务队除在常规的节假日对景区景点人流进行引导、接受咨询等服务之外，针对实际需求还增加了英文导游讲解、厕所巡查、非遗体验等内容，注册人数近300名。全年为旅游节庆、大型展会、体育赛事等提供服务12场。此外，旅游小“i”服务队全年举办近30场“旅游进社区”活动，服务苏州市民超2500人次，将苏州旅游最新的产品、最实惠的玩法和最新鲜的资讯送到市民身边，深受市民好评。这个团队收获了苏州“2017年度最佳志愿服务团队”“2017文明旅游示范单位”“全国厕所革命优秀志愿者团队”“全省巾帼文明志愿者基地”等荣誉。

3. “服务+产品”优质服务元素助力优质旅游产品串联

散客时代的到来，让旅游目的地承担了更多原本由旅行社提供的旅游服务元素，包括交通、产品串联等等。在服务和产品的融合打造方面，苏州也做了一些有益的尝试。

优化“苏州好行”。“苏州好行”是苏州市旅游局借鉴台湾“好行”的成功经验，与苏汽集团合作推出的旅游专线巴士。针对苏州旅游景点满盘珍珠且距离较远的问题，着力解决散客在苏州的交通问题。2017年全年运送游客80万人次，销售定制旅游和自由行产品5万多份。此外，“好行”还尝试打造以巴士为载体的旅游新产品。2018年底以苏州美食为主题的“苏州好行美食专线”开始试运行，这条线路将美食与美景融合，

在好行的巴士上提供地道的苏式茶点，旅游线路经过苏州古城到达“洋苏州”的代表苏州工业园区，一路上不仅能欣赏双面苏州的美景更能品尝到苏州时令的小吃，一经推出就收到了良好的社会反响。

升级旅游一卡通。2013年，苏州市旅游局和苏州市民卡有限公司共同发行了针对外地游客的“漫游卡”，该卡以苏州市民卡B卡为载体，实现了在苏公共交通、景区门票及特定商户的刷卡消费以及优惠。“苏州通·转转卡”是“漫游卡”的升级版，在“刷卡优惠”的基础上，增加了“旅游套餐”功能，旨在让游客更好地体验苏州多元化的旅游服务。转转卡自2018年上线以来共销售3300张。“苏州通·转转卡”包括有效期为24小时的优享卡和有效期为48小时的尊享卡两种，售价分别为200元和288元，卡里的旅游套餐包括苏州园林类、古镇类及其他文化休闲类的20个景点的门票（每个景点限刷卡一次）、“姑苏水上游”船票、评弹演出票和土特产伴手礼等。除享受套餐服务外，游客持该卡还可在苏州老字号、精品酒店等相关合作商户享受专属优惠。此外，“苏州通·转转卡”兼具苏州市民卡B卡作为交通卡等的功能，游客充值后可刷卡乘坐轨交、公交、有轨电车，享受与苏州市民同等的优惠，并可在覆盖全市的餐饮店、便利店、加油站等签约商户刷卡消费。

城市微旅行。2016年，苏州推出“城市微旅行”项目，由金牌导游带领游客徒步丈量苏州古城，避开人满为患的热门景点，到小巷深处感受苏式生活。在这个项目中，领队既是团队负责人又是分享者，鼓励领队将自己对城市的理解分享给参与者，也允许领队根据自己的特长调整线路。“城市微旅行”每次行程通常仅半天或一天，每条线路包含10个左右景点，但不去或至多去一个收费景点，并且包含昆曲体验、苏工制作体验等体验性项目。目前已经开发了“小巷悠悠”“古城寻根”“昆曲吴韵”“民国风情”等数十条特色线路，深受年轻徒步爱好者和摄影爱

好者的喜爱。

二、苏州旅游服务体系建设的经验

1. 规划先行，法律制度保障。在全域旅游的大环境下，旅游的发展与城市的发展更紧密地捆绑在一起。为此，苏州旅游重视旅游规划先行，《2035城市总规旅游专项》编制工作目前已基本完成，旅游专项中部分关键性指标将有望纳入城市总规成为法定规划指标，这将对苏州旅游的发展产生重要的意义，同时也意味着在城市公共服务等规划中，将统筹考虑游客和市民的共同需求。此外，在新修订的《苏州市旅游条例》中，也增加了为适应互联网+的发展和多样化、个性化的旅游需求，建设集信息查询、线上导览、在线预订、信息推送和公共服务于一体的智慧旅游平台，提升游客体验的内容。

2. 共享城市，营造城市温度。在旅游服务平台的搭建过程中，苏州始终坚持游客和市民共享城市的理念。在旅游服务设施的规划、设计和运用中充分考虑市民和游客的共同需求。如深受游客和市民喜爱的苏州环古城河步道，不仅成为游客体验苏州环古城河的重要景点，也是市民休闲健身的好去处。此外，厕所、咨询中心、旅游慢行交通等旅游公共设施的建设也融入了共享城市的理念。

3. 数据支撑，重视大数据应用。以数据为平台，将旅游主管部门、旅游景区、旅行社、酒店以及各行业协会等旅游业参与主体进行融合，最大程度的实现旅游公共信息数据在行业内的互联互通和深化应用，激活信息的最大价值，构成产业经济群体的智慧化应用服务圈。在旅游的管理和服务上，借助旅游质量动态服务系统、旅行企业诚信体系等信息收集和分析系统，用智慧化手段管理旅游市场。遍布城市的免费wifi，智慧交通工程中搭载在旅游车辆上的安全GPS定位系统、城市停车诱导系统以及智慧医疗、智慧社区服务等智慧城市项目，都能实现游客与市民的共享，为游客提供全方位的服务保障。

（作者单位：苏州市旅游局）

国有老店的“凤凰”涅槃 ——探秘江苏凤凰台饭店的华丽转身

张久明

江苏凤凰台饭店是一家开业了十九年的国有老饭店，设备陈旧、员工老化，管理人员多是老员工。从1999年开业至2016年，连续17年亏损总计达1.33亿元。众多酒店人都认为国有老酒店难做，行政干预、体制障碍、机制不活、激励不力……亏损在所难免。然而凤凰台饭店2017年扭亏为盈，利润达到1200万元。当年该酒店全年营收同比增长54%，员工工资待遇增长30%，每间天客房收益突破320元，多项经营数据位于同城四星级酒店之首。综合网评4.8分，进入网络超棒酒店体系。2017年，凤凰台饭店还连续获得最受欢迎酒店奖、最绿色环保酒店奖、最佳商务会议酒店奖等殊荣。2018年9月19日，在瑞士洛桑酒店学院举办的携程合作酒店评选中，在受邀的350家酒店和仅有的16个奖项中，江苏凤凰台饭店捧回了“2018年最受欢迎酒店金奖”。一些酒店业内人士大惑不解，认为不可思议，也不相信。江苏凤凰台饭店何以如此突变？有何真传秘诀？国有老店焕发青春、“凤凰”涅槃的灵丹妙药何在？还有人认为他们在炒作，在做秀……

笔者也是带着疑问，怀揣一份探秘和调研，几度深入江苏凤凰台饭店进行剖解、交谈，收集素材和案例，隐约探寻到了这家国有老店“凤凰”涅槃的奥秘：

一、领导者作用与高效团队

笔者几度深入采风调研，总希望能准确把握其变化的根本原因。但酒店上下讲的较

多的是市场机制和激励机制，经过观察分析，笔者认为，该酒店发生巨大变化的根本原因在于“领导者作用”和高效团队。

1. 领导者作用

领导力大师约翰·H·曾格(John H.Zenger)提出了一个著名的因果律：领导者—员工—顾客—公司利润。这个因果律告知我们：优秀的领导者把企业的理想、远景和目标，变为员工的行动，并传递到顾客，最终转化为企业利润。而糟糕的领导者，会让员工精神士气低落和技能低下，无法为顾客提供优质服务 and 优良产品，进而导致企业利润滑落，甚至陷入亏损。凤凰出版传媒集团于2016年下半年重新任命了总经理。酒店一把手是引领酒店走向何方的关键人物，也是决定酒店目标方向的领军人物。一个企业的成功与否，领航人起到至关重要的作用。新任总经理受命于酒店连年亏损的大背景之下，严于律己、以身作则，不谋私利，立志改革和减亏，力争早日盈利。酒店总经理的理想、理念和言行影响着管理层和员工，员工同心协力服务好顾客，促进了经营状况的根本改善。上级机关任命选对了德才兼备的领航人，是一个企业的大幸，也是一个企业能健康可持续发展的决定性因素。在新任总经理的引领和带动之下，在全体员工努力下，2017年酒店盈利1200万元。

2. 配强助手

上级机关不仅任命新的总经理，还配备

了具有实干精神的运转总经理作为新任总经理的助手。运转总经理年轻、肯干，爱动脑筋，有市场开拓的热情和能力。一方面，总经理把握方向，承担责任；另一方面，运转总经理开拓市场，积极营销并措施对路有力。2018年6月，这位运转总经理还兼任京华大酒店总经理。他既要负责江苏凤凰台饭店日常经营管理负责，又要全权负责京华大酒店经营管理。一身兼顾两个酒店工作，可想而知其压力非常之大。但他不畏艰难，大胆改革，两个酒店的经营都兼顾得很到位，很出色。

3. 强化高效团队

2016年下半年，新任总经理到位之后，坚定经营发展创新求变之志和尽快扭转经营困局之信念，并启用一批人品佳、想干事、能干事、能干成事、有创意、有行动力的业务骨干。酒店领导班子选配任用了营销、前厅、餐饮、采购等几个主要部门和主要岗位负责人，组成了高效团队。酒店只经过半年的努力，就开源节流取得明显的成效。2016年当年，扼制住了酒店经营连年亏损的颓势。

因此，国有酒店要转型，要改变面貌，选拔任用干事敬业、思想品德优良、立志改革的引航人是关键；配强班子、选好助手和班子成员相互支持配合是基础；而任用一批能干事敢创业的、有强烈责任心、有事业心的中层干部高效团队则是国有酒店改变面貌的重要保障。没有好的领航人、没有好的班子、没有得力的中层骨干，没有卓越高效的领导团队，酒店要想转型，经营要想提升也是困难重重。约翰·H·曾格的研究表明：一旦完成“从优秀到卓越”的跨越升级，卓越领导团队为企业创造的盈利能力是优秀领导者的近三倍。

二、市场机制与政策激励

许多人说，国有酒店体制僵化、机制不活、政策固化，不利于调动管理人员和全体

员工的热情和积极性。凤凰台饭店近年来积极探索高效的激励机制，创造有利于干事创业、提振酒店经营效益、赢得顾客忠诚、打造宾至如归的环境氛围，制订了一系列有利于员工成长成才成功的阳光政策，促使酒店面貌发生了深刻变化。

1. 灵活的市场机制

酒店打破原来的行政机制和金字塔式的组织运行机制，取而代之的是运用灵活的市场机制、效益优先机制、崇尚高效机制。一是“挑战极限”。酒店经营部门变原有的任务分解，为不断创造，达到完成经营目标任务新高度和新境界。酒店确定了优质服务指标和经营任务指标，但各经营部门自加压力、挑战极限、不断突破自我。比如饭店一年给营销部门有个3500万元客房销售指标任务，饭店营销部门会作每个月的指标任务分解，而每一位销售经理不光盯着最低的目标，而是不断提升完成经营绩效的新高度、新水平，每位销售经理每月都有了实实在在的任务压力和沉甸甸的责任。二是部门协调机制。酒店建立起销售部与前厅部利益共同体的沟通协调机制。前厅的销售与营销部门的销售利益一致，客房收益要达到最大化的目标是一致的。但在经营过程中的手段、方法、渠道不一样。这导致有时也会产生矛盾，这时两个部门的及时密切沟通客人的入住情况，协调好双方的关系显得十分重要，最终达到多卖房、卖高价房目的的终极效果。三是优胜劣汰机制。酒店实施能者上、劣者下、庸者让的机制，让能经营、会管理、能创造绩效的人，有充分发挥潜能的舞台和机会；对经营业绩不佳的管理者，会让他们腾出位置，给有能力的人担当经营管理的重任。

2. 高效的公司运作

江苏凤凰台饭店从以往的行政化、机关化、内部层层请示汇报的层级化，向市场化、

效益化、高效化、公司化的方向进行大刀阔斧的改革，取得了明显的效果。一是营销部门的公司化。对客房销售的定位、成本控制、盈利分析等，营销部门要作深入分析，并承担经营盈亏的责任。二是餐饮部门公司化。餐饮部的经营管理，也成为一个独立的运营公司。他们要在保证酒店整体服务品质的前提下，进行促销推广、成本控制，最终达到效益最大化，以不断提高餐饮经营的盈利水平。三是商场部公司化。酒店内的小商场所占经营面积并不大，可实际经营绩效并不低。只有三位员工，可商场的采购进货、定价、经营售卖、成本核算等都是独立经营核算。他们自主经营、自主管理、自负盈亏，三个员工 2017 年一年创利润 70 多万元，人均创利 25 万多元。

3. 有力的政策激励

政策的公开透明，政策的导向激励，为凤凰台饭店的转型起到了推波助澜的作用。一是赋权一线。在酒店经营管理服务上，他们赋权一线员工。比如酒店客房的定价权交给了一线部门的销售人员；酒店经营部门对员工的收益分配权，都交给了各经营管理部门；各部门各班组具有 KPI 绩效考核权。2017 年酒店员工工资福利待遇增长 30%；2018 年 1-8 月份，员工福利待遇又增长 10%，员工找到了企业主人的感觉。二是培育创收“百万元级业绩”的员工。酒店近年来提出打造“百万元级营收”的概念，即培养和造就一个月可以创造 100 万元销售业绩的员工。当然达到这样高的目标，完成这样的绩效，其奖励也会随之提升。2018 年，该酒店有两位员工，共有五个月达到了当月超过百万元销售的业绩。其中一位员工在十月份创下当月销售业绩 143.8 万元的历史纪录。三是灵活的定价政策。在与公司和客户的谈判中，销售经理和前厅预定人员是客房销售

谈判定价的主人。酒店的销售人员、前台接待和预订部门的工作人员，全天 24 小时都会盯着剩余下来的客房，齐心协力想方设法把空房卖出去。在客房市场和出租率较高的情况下，酒店的房价一天多次变化调整。酒店有专员关注整个南京地区当天来了多少客人，整个流量有多大。他们关注旅游市场和客源市场信息，参考专业平台给出的预测指数，什么时间点客流量热度较高，又在何时间点上客流量热度下降，并进行这些方面的预测展望分析，最终综合预判，给出各时段的房间定价。

4. 出租率满房天数持续攀升

2017 年，凤凰台饭店客房有 136 天满房。2018 年初，饭店提出要达到 180 天的满房目标。但随着时间的推移、员工的不懈努力，满房天数的目标不断攀升，200 天、240 天、280 天、300 天……2018 年以来，凤凰台饭店持续保持高出租率，其中，四月、五月、七月、八月、十月和十一月这六个月都是整月 100% 出租率，这是以往从来没有过的现象。

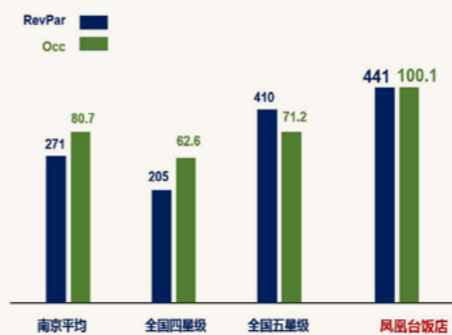
(1) 2018 年第三季度几乎整个季度满房

以管理方式分类比较，国内酒店管理公司经营业绩远低于国际酒店管理公司。而拥有国企背景的凤凰台饭店并没有墨守成规，他们勇于创新，依靠自己团队的力量，探索出一套因地制宜的酒店行业的“求生指南”。

2018 年第三季度，国际酒店管理公司的 RevPAR 平均值达到 476.9 元，出租率平均为 72.3%；国内酒店管理公司的 RevPAR 平均值为 285 元，出租率平均为 61.5%；而当季凤凰台饭店平均出租率为 99.5%，几乎接近 100%。每间客房收益达到 388.0 元。远远高于国内酒店管理公司的经营水平和经营能力。

2018 年第三季度数据对比
各类型管理的酒店和凤凰台饭店经营数据对比

RevPAR：每房收益（元）
Occ：出租率
(数据来自和泰云分析)



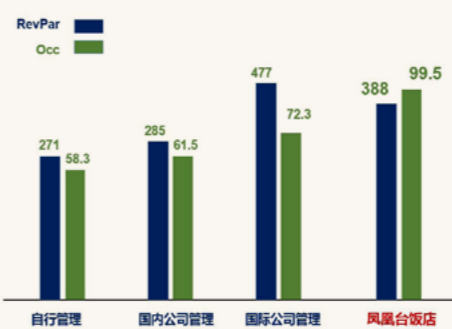
(2) 2018 年十月份全月满房

2018 年十月份数据对比

2018 年十月份凤凰台饭店的平均出租率达到 100.1%，而每房收益达到 441 元，高出南京地区酒店业平均每房收益 170 元；高出全国四星级酒店平均每房收益 236 元，是他们的翻倍还多；高出全国五星级酒店平均每房收益 31 元。实实在在数据的背后，深刻地表明酒店市场机制和政策激励机制所发挥的积极作用。

南京和全国不同星级酒店对比表

RevPAR：每房收益（元）
Occ：出租率
(数据来自和泰云分析)



凤凰台人就是以这种不断超越自我、不

断攀登新的高度的精神，在市场经济的大潮中，在激烈的企业竞争中，在酒店经营逆境下，饭店全年满房天数超过 300 天。一个酒店全年有 300 天都是满房，这背后有着多少动人的故事。

三、服务与质量

服务与质量是一个酒店的生命线，也是任何一个酒店经营管理取得成功的坚实基础，没有服务与质量的有力保障，酒店的成功便成了无源之水、无本之木。而作为国有老酒店，设备设施的硬件优势已不复存在，但就是在硬件设施并不豪华时尚、经营产品也无花俏和特色的情况下，凤凰台酒店人硬是在服务和质量上下足了功夫，赢得了“2018 年最受欢迎酒店金奖”。

1. 有温度的服务

走进凤凰台饭店，顾客会感到与一般商务酒店别无二致。但是深入了解员工中对客服务的一个个小故事则令人感动。一是升级服务。在笔者收集到的大量案例和客人网评中发现，客人到酒店前台办理入住，如进店时间较早，但标间还没有清理出来，前台接待员为了不让客人长时间等待，便一次次给客人升级入住高级大床房或行政房，这种让利给客人、讲求服务的时效性是酒店精神的积极体现。二是亲情服务。现如今亲子游客人越来越多。当楼层服务员得知客人带着孩子下榻，就会主动拿来小朋友的拖鞋和牙刷，晚上还有小零食赠送给孩子；“办理入住登记时，前厅还送给儿子一辆玩具小车子，把他高兴坏了”，“酒店非常贴心，给孩子小礼物和贴心用品”……等等这类网评不计其数。三是灵活服务。一位房客反映，由于房间的电视柜是可移动的，晃动厉害，电视机放在桌边，14 岁的女儿路过时撞到了桌子角，桌子晃动把电视机晃倒在地。他们连忙跟服务员说明原因，第二天退房时，领班让他们

正常退房没追究。这是灵活服务，让利客人，理解客人，站在客人立场解决问题的一个典型案例。四是顾客至上。2018年初，服务员在清扫房间时，一位房客上前询问，他母亲80多岁高龄行动不便，可否帮她洗个澡？服务员当即答应并向领班作了备案。在忙完手头清理工作后，她便立即到客人房间，帮这位客人的母亲洗澡。当时客人要加微信表示酬谢，服务员谢绝了。她说：“能帮上客人我感到很开心！”

2. 超值服务

饭店的大多数一线员工，并不像一些新锐的国内外高大上的品牌酒店前台员工那样漂亮、年轻，她们大多数是三、四十岁的大嫂级员工。但在她们朴实无华的外表下面，都有着一颗关爱体贴客人，视客人为亲人的美好心灵，并常常为客人提供超值服务。一是急客人之所急。2018年8月13日，亲子游入住的客人留言：前厅服务很好，孩子没有身份证，前厅的一位员工，大热天骑着电动车，带着孩子去派出所办理身份证的有关手续。二是帮客人之所需。8月15日亲子游客人在网评上写道：“12楼的林阿姨，在打扫客房时发现我的朋友一个人照看三岁生病的小孩，有些手忙脚乱的，于是她主动帮忙，并在酒店申请了‘玩家关怀’小朋友。小朋友玩得很开心，病情得到了缓解，第二天去领略了南京的自然景观和人文景观，提升了我们一家及朋友家对南京的美好印象，也对凤凰台饭店有了更美好的入住体验。”三是想客人之所想。许多客人对酒店的细心设计很点赞：“房间里每个电源开关和插座有明文标识，不用客人去猜去试，这么细心还很少见，细微之处见精神”。住店客人多有反馈：酒店赠送牛奶很温馨。一位客人晚上回来非常口渴，把两瓶牛奶给喝了，服务员又另外送了两盒牛奶，让客人很感动。客房服务员

看到带孩子下榻，会格外细心，为了孩子的安全，她把房间有危险触摸带电的插头用胶带小心封好，令客人感激。

3. 高质量发展

高质量发展是当前中国经济发展，也是凤凰台饭店发展的必然选择。他们的高质量发展是通过三大优势来体现的，即地理优势、格局优势和运营优势。这三个优势包含了内外部环境及硬软件优化。酒店高质量发展体现在以下四个方面：一是产品高质量。客人对酒店的主要经营产品满意有加，有些经营产品虽非时尚，但形式创新之后，客人感到非常喜欢。比如客房浴室的毛巾，洗净后都用塑料纸封存好，让客人启用时感到非常的干净舒服。二是发展高质量。表现在2018年以来，凤凰台饭店客房出租率高达98%，这在全江苏乃至全国范围内也是比较少见的。而他们的每房收益也到达接近400元的高水平。三是效益高质量。他们从2016年减亏90万元到2017年盈利1200万元，预计2018年酒店利润可达1400万元。四是网评高质量。近两年来酒店一直保持4.8分的网评高分。

四、文化与精神

一个企业的成功，追根溯源，最终则落到了精神与文化上。“凤凰”涅槃，是这家酒店企业精神、企业发展理念、企业价值观、最终是企业文化上发生的根本转变。

顾客至上的文化。大多数酒店以及服务行业，都把顾客至上作为企业的服务宗旨。但绝大多数企业说得多，做得少；虚的多，实的少；会上宣传多，深入践行少。简单四个字，看似简单，深入践行则不易。因为你所想的顾客所想，也许并非客人的真实所想；你所说的，竞争对手也在说；凤凰台饭店要做的并非与众不同，只是在对客服务上细心观察，有求必应，真正把顾客至上落细、落小、

落精、落深。

坦诚容错的文化。容错机制，即由某种系统控制在一定范围内的一种允许或包容犯错误情况的发生。在凤凰台饭店转型中，管理层愈加认识到：当问题发生时，再怎么指责员工不负责，而领导不担责，这种工作方式不会起到任何效果。负责不是找人“背锅”，而是一种积极的原动力；负责，是对彼此负责、对企业负责、对客人负责、对员工负责、对社会负责、对消费者负责。这是凤凰台饭店转型成功的又一重要认知。即当酒店员工能够承担起各自岗位的责任，并饱满热情，那么酒店就不再怕员工犯错。

四真四实的文化。真情、真爱、真诚、真实这四真是凤凰台饭店流露于外的对待客人真情实感的表现；讲实话、办实事、出实招、求实效这四实，是凤凰台饭店人内在的精神支柱。在酒店总经理看来，近年来酒店经营业绩的提升，管理和服务品质的提高，并没有高深的奥秘和繁琐复杂的程序，而在于简单的“真”与“实”。凤凰台饭店有着自己深刻的情怀，即在于企业真情实感地关心关爱员工，让员工有归属感和自豪感；更在于酒店全体员工实实在在、真诚真心真情地关爱关心每一位顾客，让顾客感受到亲切与温暖。

示范引领的文化。新任总经理、运转总经理以及酒店管理团队以身作则、严于律己，发挥先锋模范作用、带头示范作用、引领领航作用，他们不谋私利、不以权谋私、不假公济私、不损公肥私，政策公开透明，阳光下运行，领导者、管理者主动接受员工监督。每位共产党员亮出党员身份并激励自己高标准要求自己，作表率、作榜样、作模范。这些可能是凤凰台饭店“凤凰”涅槃、深入转型成功的重要保障。

凤凰台饭店是一家同质化的、全面服务

型的、传统的酒店；是一家开业近20年的设备老化陈旧的老饭店；是很多人认为的在行政体制下难有突破的国有酒店；是员工年龄偏大、老职工较多的人员老化了的酒店；是老式管理人员、大多数是在凤凰台成长起来的原有管理团队的酒店；是近三年受湖南路商业街改造影响的一座酒店。在这样的背景下，近两年来饭店发生如此深刻变化，我们来探索研究，深入挖掘变化的原因，便有了非常重要、又非常现实的意义。关注并探索研究凤凰台饭店的变化，对提升国有酒店的经营管理水平具有重要的指导意义；关注并发掘提炼凤凰台饭店发展的案例，对旅游科研机构 and 旅游院校具有探索研究的意义；关注和深入分析凤凰台饭店转型成功的做法，对旅游主管部门和行业协会具有总结提炼推广的意义；关注和研究凤凰台饭店，对同质化酒店以及传统酒店而言具有反思反省、借鉴学习的意义；总结和深入发掘凤凰台饭店的经验，对提振酒店住宿业的经济效益、服务品质，立志求新求变，创造更高更好的经济效益和社会效益具有宣传推广意义。

2019年是江苏凤凰台饭店建店20周年。总结前20年过往的历程，展望下一个20年的发展，在这样重要的历史节点，凤凰台饭店将以何等姿态展示她的风采？我们热切期待着！

（作者系原南京旅游职业学院党委副书记）

发展乡村旅游 助力乡村振兴

张仁君

近年来,镇江市乡村旅游逐步从碎片化、零散化向集聚化、品牌化转变,逐渐从观光采摘等单一游览向休闲体验等综合游览转变,农民逐渐从被动应付式参与旅游向积极主动自觉行为转变,乡村旅游已成为镇江市旅游快速发展的重要增长极,成为助推农村振兴、农民致富、农业增收和成效显著的重要引擎之一,主要体现在四个方面:

一是规模效益日渐显现。2018年,镇江市积极推进乡村旅游集聚区发展,突出以点带线、以线带面,逐步形成“点-线-面”三位一体的乡村旅游集聚化发展路径。(1)实现单点突破。全市新增省五星级乡村旅游区11家,句容慈悲亭生态园的“村点共建”、句容智慧农业观光农场的“智慧农业”、丹徒兆敬生态园的“菜田租赁”、丹徒丰盛园的“民宿经济”等,都是很好的创新模式。(2)推进串珠成线。出台《镇江市乡村旅游村建设导则(试行)》,指导推进丹徒江心洲五套村等村庄乡村旅游村建设,通过有效整合村庄旅游资源、农业产品、公共配套、电商平台等旅游要素,初步形成覆盖“吃住行游购娱”的村庄内部旅游环线。(3)谋求面上集聚。引导发展句容后白镇、扬中三茅街道、丹徒世业洲等9个乡村旅游集聚区,汇集乡村优势旅游资源,逐步构建起“旅游、乡村、产业”有机融合的集约化、开放化、高效化乡村旅游集合空间。

二是旅游环境不断优化。(1)提升生态环境。积极开展乡村旅游区“厕所、茅房、客房”三房整治,配合相关部门整治“村旁、河旁、路旁、山旁”四旁环境,一些乡村旅

游区、乡村旅游村、乡村旅游集聚区变得山清水秀、环境整洁,深受在地农民的认同和广大游客的喜爱。(2)改善交通环境。结合“四好农村路”建设,完善全市乡村旅游路网布局。开通了市区至宝华山、茅山和赤山湖的3条旅游直通车,同时结合各辖市区节庆活动,临时开通市区至各乡村旅游区的直通车。(3)促进乡风文明。以乡村旅游村、特色景观名镇村为载体,鼓励乡规民约建设,倡导文明道德风尚,切实提升在地农民的精神风貌和乡村社会的文明程度。

三是营销宣传扎实有效。以扩大品牌影响为切入点,多渠道、多形式、多方面开展营销推介。(1)着力培育“美丽镇江乡村旅游”品牌。继2017年推出“美丽镇江乡村旅游”系列活动以来,今年又组织了乡村旅游拍客、微视频大赛,开展“美丽镇江乡村旅游”形象标识设计,推进乡村旅游宣传3个“1”工程(即乡村旅游手绘地图、乡村旅游手册和乡村旅游微信公众号),全面立体宣传推介乡村旅游。(2)举办乡村旅游节庆活动。各辖市区利用资源特色,适时举办丰富多彩的节庆活动。丹阳已连续举办8期“绿水青山在身边,我去乡村一日游”系列活动,内容涉及特色景区、乡村旅游区、乡村节庆活动等。句容举办了樱花节、草莓音乐节、葡萄节等20多场旅游节庆活动,仅樱花节吸引游客量就超150万人次。扬中新培育乡村旅游文化节、捕鱼节、稻草艺术节等乡村旅游节庆活动,成为扬中乡村旅游的新看点。丹徒围绕赏花之旅、采摘之旅、人文之旅、乐活之旅四大主题,举办12场旅游文化节,覆盖全区

8个乡镇(园区、街道)。(3)开展个性化宣传推介。千华古村以其传承中华民俗文化的魅力,走进中央电视台新闻联播,并强势登陆美国纽约时代广场纳斯达克大屏。句容“丁庄葡萄”推介会在上海农业展览馆举办,“丁庄葡萄”等农产品相继开拓南京、上海等地高端市场。

四是富民贡献逐步增强。丹阳大圣村和句容西冯村被评为首届省乡村振兴旅游富民先进村。(1)强化政策支撑。印发《2018年度镇江市乡村旅游工作要点》《关于加快乡村旅游发展的实施意见》,形成《关于促进本市乡村民宿发展的指导意见(征求意见稿)》,设立200万元专项引导资金用于乡村旅游建设,鼓励乡村旅游集聚化、体系化、品牌化发展。(2)强化产业延伸。推进乡村旅游与农副产品供产销全过程相结合,强化农村一二三产业的深度融合,使得农副产品的产业链得到延伸、价值链得到增值、利益链紧密结合,使在地农民在发展乡村旅游中实实在在获得收益。(3)提升居民收入。通过农民返乡创业、乡村旅游区长期或季节用工,鼓励在地农民参与乡村旅游的各个环节,充分吸纳在地剩余劳动力,有效提升在地农民财产性、经营性和劳务性收入,也改善了部分乡村的“空心村”问题。

新的一年,镇江市将坚持问题导向,进一步创新乡村旅游发展理念,在规划建设、环境优化、营销宣传、富民惠民上持续发力,推动乡村旅游高质量发展。全年力争新增乡村旅游品牌10个,新(改)建A级旅游厕所10个,创建乡村旅游集聚区3个,组织乡村旅游专题培训100人次,实现乡村旅游总收入明显提升,富民惠民效果明显提升,重点抓好“四个发力”:

一要在规划建设上持续发力。按照特色化、标准化、品牌化的要求,强化乡村旅游顶层设计,形成体系完善、布局合理、品质

优良、百花齐放的乡村旅游发展格局。(1)特色化发展。做好三个“定”：“定位”，以车程1.5小时内的常住居民为主体，差异化锚定各乡村旅游区的客户群体；“定向”，夯实“点-线-面”三位一体的乡村旅游集聚化发展路径，优先支持旅游市场相对成熟、交通干线和A级景区周边的地区深化开展乡村旅游，打造乡村旅游目的地；“定制”，以丹阳“齐梁文化”、句容“福地养生”、扬中“江中明珠”、丹徒“两岛一山”为主题，打造特色鲜明、互联互通的乡村旅游集聚产品。(2)标准化发展。以旅游管理相关标准为指导，规范乡村旅游品牌创建与管理，推进旅游基础设施标准化建设，提升乡村旅游服务管理水平，落实乡村旅游市场监管体系。(3)品牌化发展。依托风景名胜区、历史文化名城名镇名村、特色景观旅游名镇、传统村落，探索名胜名城名镇名村“四名一体”全域乡村旅游发展模式。支持资源禀赋好、基础设施完善、公共服务体系健全的乡村旅游区域申报创建A级景区、旅游度假区、特色小镇等旅游品牌，构建全方位、多层次的乡村旅游品牌体系。

二要在环境优化上持续发力。只有尊重自然、回归自然、崇尚自然的乡村旅游，才更富含“乡愁”，才更具有生命力。为此，我们将实施乡村旅游三大工程，不断提升乡村环境的承载能力和发展潜力。(1)实施乡村环境整治工程。结合美丽乡村建设、新型城镇化建设等工作，整理乡村地形地貌，提升乡村景观风貌，实施乡村绿化、美化、亮化工程，整治村旁、河旁、路旁、山旁“四旁”环境，形成天然淳朴、绿色清新、赏心悦目的乡村环境。(2)实施乡村旅游区提升工程。根据不同乡村旅游区的特点和资源禀赋，着力培育特色化、差异化、品质化乡村旅游产品，加快融合体育、教育、康养、文创等新兴业态，着力解决乡村旅游区主题

不突出、特色不明显、精致度不高等问题，打造精致、精细、精美的乡村旅游产品。(3) 实施乡村旅游基础设施完善工程。乡村旅游区外部构建起涵盖全市高速公路、城市公路、普通公路的三级旅游区旅游标识体系，内部构建起涵盖景区导览全景图、景区景点介绍牌、景区道路导向指示牌、警示关怀牌、提示标识牌在内的五类标识系统。以辖区为单位，统筹布局包括乡镇(或街道)、村庄(或社区)、乡村旅游区在内的停车设施，推进生态型停车场建设，鼓励设置交通驿站等服务设施。推进“快旅慢游”乡村旅游交通系统建设，因地制宜地利用国道、省道、县道，建设覆盖全市的全域旅游风景道走廊，发展旅游步道、登山步道、自行车道等慢行系统，形成区域间的乡村旅游连线；完善交通干线、重点旅游景区到乡村旅游区的道路交通，提升乡村旅游的可进入性，打通乡村交通最后一公里；开通市区到乡村旅游相对集中区域的旅游公交专线、乡村旅游直通车。

三要在营销宣传上持续发力。(1) 节庆营销。以“美丽镇江乡村游”为品牌核心，策划组织一批有品位、有影响、群众参与度高的乡村旅游活动，适时召开乡村旅游线路推介会，鼓励指导各地举办特色鲜明、内容丰富的乡村旅游节庆活动，打造一批具有远程号召力的乡村旅游节庆品牌活动。(2) 新媒体营销。优化“美丽镇江乡村游”微信公众号，针对重点客源地市场、重点客源人群，精准推介乡村旅游节庆活动、旅游线路等。鼓励乡村旅游集聚区、乡村旅游村建立旅游电商平台，完善乡村旅游区智慧旅游设施平台，优化微博、公众号等自媒体宣传营销手段，增设电子商务功能。(3) 激励营销。将2019年乡村旅游专项资金部分用于激励乡村旅游消费群体，采用“病毒式”社群玩法低成本获取更多消费群体，让既有消费群体自觉成为乡村旅游的参与者、营销者和助

力者，通过免费、红包、助力、寻宝、点赞等网络模式，鼓励消费群体分享到朋友圈和微信群，不断提升“美丽镇江乡村游”的品牌知名度。(4) 借势营销。将乡村旅游宣传与城市宣传相结合，在各部门组织的招商会、年会、文化巡展、国际赛事等活动中，借势营销宣传乡村旅游。

四要在富民惠民上持续发力。发展乡村旅游，落脚点在富民惠民。为此，我们要借助乡村旅游，充实农民的“脑袋”、丰富农民的“手袋”、装满农民的“口袋”。(1) 充实“脑袋”，举办乡村旅游培训班，开展乡村旅游业务技能观摩学习，增强乡村旅游管理者、从业者的旅游意识、经营能力和业务水平。(2) 丰富“手袋”，挖掘当地特色农副产品，策划包装成乡村旅游伴手礼、特色旅游商品，推进乡村旅游商品展销中心建设，每个乡村旅游区都要设立20平方米以上的商品展销中心。继续实施“乡村后备箱”行动，让乡村旅游成为带动农副产品销售的主要渠道之一。(3) 装满“口袋”，要进一步创新乡村旅游富民惠民举措，积极争取国家、省对乡村旅游的资金支持和政策支持，整合部门力量，集中财力推进乡村振兴战略。要加强乡村旅游发展模式的研究，在土地租用、农村房屋利用等方面谋求突破。要制定加快发展我市乡村旅游的政策，最大限度地释放改革发展的红利，让农民通过发展乡村旅游切身感受到富民之路。

(作者系镇江市旅游发展委员会办公室主任)

射阳打造生态宜居旅游强县的探索路径

刘 静

射阳县位于江苏沿海中部，相传因精卫填海而成陆，由后羿射日而得名，是国家级园林城市、国家级生态示范区，荣膺“中国最美乡村旅游示范县”“中国最美乡村休闲旅游名县”和“江苏省文明城市”称号。世界珍禽丹顶鹤每年有近800只(占世界野生迁徙种群的近50%) 在境内国家级自然保护区越冬，故射阳又有“鹤乡”之美誉。

一、射阳旅游业目前发展状况

近年，在射阳县委县政府的高度重视下，全县加大产业结构战略性调整优化力度，生态环境、交通条件、经济发展等各项事业建设逐步改善，射阳“一个真实的故事，一座有爱的小城”知名度不断提高，对外影响力显著增强，旅游产业规模得到扩展，旅游业发展实现较快增长。

(一) 激活旅游发展新引擎

射阳重抓总投资202亿元的日月岛生态旅游建设，重点开发建设环岛绿廊、万亩彩色林等先导项目，同时推动太阳塔、童话水乡等重点项目的建设，这种“特色游+全域旅游+风情小镇游”的新型组合，开辟了射阳特色旅游新路径。“拇指姑娘、卖火柴的小女孩、小美人鱼……”这些《安徒生童话》中的经典形象将成为射阳安徒生童话乐园的最佳代言，“球幕影院、全息影像海洋馆、淘气城堡……”这些融合现代科技的游乐设施也将成为射阳安徒生童话乐园里的亮点，让慕名前来的游人在玩乐中重拾童趣；总投资12亿元的射阳安徒生童话乐园，是国内第二家安徒生童话乐园，预计2019年1月投入试运营。特色“亲子游”景区，是射阳县全力推动一批特色旅游项目落地生根的典型。

(二) 旅游综合服务体系日趋完善

射阳已入驻旅行社、分社及门市部27家，星级旅游饭店、品牌连锁酒店8家，特色旅游餐厅12家，游客食宿接待能力逐步提

高。恒隆广场、幸福华城、步行街等购物场所和千鹤湖公园、滨湖公园、朝阳街时光隧道等娱乐场所，形成功能较为齐全的旅游服务体系，旅游接待能力水平明显提高。据统计，2018年射阳接待游客231万人次，年增长15%，实现旅游业总收入22亿元。旅游业的发展带动了餐饮、住宿、商贸、交通、娱乐、通信和种植等相关产业的发展，推动了城乡的统筹发展。

(三) 旅游交通区位优势日益明显

射阳东临黄海，西至淮安，北靠连云港，南至南通，临近盐城南洋国际机场，G15沈海高速公路连通南北，临海高等级公路纵贯全境，连盐铁路即将通车，同时还拥有全市首家通用机场、国家中心渔港黄沙港和国家一类临时开放口岸射阳港，射阳港是我国距离韩国和日本最近的港口。伴随着S226的修缮、部分乡村公路的升级改造，通往各主要景区(点)的路网基本建成。

(四) 旅游节庆宣传广泛

围绕鹤文化、蚕桑文化和日月岛等重要景区，利用广播电视、互联网络、户外广告、节日活动等形式，不断扩大射阳旅游知名度，射阳旅游网、射阳旅游微信公众号、各旅游企业网站已开通运行。近几年，成功举办射阳特色名菜评选活动、导游技能大赛、射阳旅游摄影大赛、“赞射阳·爱家乡”旅游征文比赛活动、“游射阳·爱家乡——射阳人游射阳”活动、“游射阳·爱家乡”亲子自驾游活动、千秋“秋千节”、黄沙港灯光艺术节、首届春季乡村旅游季暨“千鹤湖与您邂逅风车”活动。开通了以息心寺、后羿文化园、华中工委纪念馆、农建四师纪念馆、洋马十里菊香景区、友爱生态观光园、黄沙港生态园、辉山乳业工业旅游区、万寿墩景区、景隆生态园、蒲港渔村等为内容的一日游、二日游线路。印制射阳旅游指南、射阳旅游宣传折页、射阳

旅游地图数万份，制订射阳旅游线路图，在主要公路设立旅游景区指示宣传牌等。

（五）旅游招商引资实现新跨越

在盐城市率先申报成功 30 亿元林业贷款，是国家首笔自营收贷款，用于开发建设日月岛生态旅游度假区。同时，获批江苏省旅游财政引导资金 1380 万元，列盐城市第三。在香港、上海、杭州等地召开全县旅游产业招商推介会和日月岛专题推介会，成功签约一批重点项目，不断为射阳旅游产业发展增添新动力。

二、射阳旅游产业存在的主要问题

近年来，射阳在旅游产业发展上做了大量基础性工作，并取得一定成效，但是从总体上看，射阳旅游发展投入的回报率不高，对经济发展的贡献率低，距离成为射阳经济发展的优势产业尚有较大差距。主要表现在：

（一）资源优势没有转化为竞争优势

近几年，全县创建了一批旅游景区、景点，但是没有开发出具有独特卖点和核心竞争力的旅游产品，不能尽快将资源优势转化为产品优势，赢得旅游市场份额。据统计，2018 年，游客人均在射阳停留时间不足 8 小时，鲜有过夜消费。

（二）旅游要素配套设施滞后

缺少有效投入，旅游基础设施建设明显滞后。县内景区间没有形成通畅的环形交通网；景区周边的旅游购物、特色餐饮、休闲娱乐等配套设施不完善，远远不能满足游客的需求。

（三）宣传促销力度不够，旅游品牌效应不明显

由于投入不足，没有形成较为系统和较大规模的促销；宣传促销方法单一，缺乏整体旅游市场营销规划，对外宣传不到位，旅游品牌效应不明显，相对于周围县市区，只能扮演“拾遗补缺”的角色。

（四）旅游专业人才匮乏

射阳缺少旅游管理、策划、营销人才，旅游从业人员业务素质偏低，一般学历为大专，其中有很大比重的旅游从业人员并非旅游专业，没有接受过系统专业的培训，服务

意识不强，服务质量不高，影响了射阳旅游的发展。

三、促进射阳旅游产业发展的对策建议

“十三五”是加快发展旅游产业的关键时期，为射阳旅游的发展带来历史性机遇。射阳要把握机遇，充分挖掘和发挥资源优势，把加快旅游业发展作为重要战略举措，既立足当前做好相关工作，尽快见效；又着眼长远，做好规划，谋求长远和可持续发展。

（一）强化措施保障

1、科学编制旅游规划。一要有全域理念。把射阳做为一个大整体规划布局，以旅游的观念规划全县，把射阳当成一个大景区经营美化，尤其要加快旅游产业聚集，建设大项目，构筑大平台，打造大板块，实现旅游产品全县优化，旅游市场上下联动，城乡互动。二要有融合理念。按照大旅游、大产业、大发展的理念，积极推进旅游与文化、农林、工业等相关产业相互融合，大力发展观光农业、工业旅游、美食旅游等产业，加快旅游产业与相关产业的融合发展，促进新产业链、新业态、新经济模式的产生和发展，带动消费，拉动产业升级。三要有生态文明理念。把保护好生态环境做为底线，推动旅游开发向集约型转变，以旅游业的发展带动城乡环境的改变，促进射阳生态城市、宜居城市建设。

2、切实做好向上争取旅游项目资金工作。加强旅游项目编制，积极争取国家、省、市更多的旅游项目资金；围绕日月岛生态旅游区等重点景区、“两纵两横”4 条旅游线路，加紧编制基础设施项目，积极争取各级项目资金，确保乡村旅游基础设施得到根本改善；农业、交通、水利等部门要把农业综合开发、乡村公路、水利建设等专项资金的使用与发展旅游业结合起来，切实推进旅游产品的开发和建设。

3、加强人才队伍建设。高度重视旅游人才队伍的引进和培养。一是外部引进人才。县旅游局、旅投公司、各镇区通过公开招聘、选调等方式，面向全国招聘旅游专业人才。二是强化内部业务培训。对从事旅游规划和

管理方面的人才，通过走出去、请进来和举办培训班等方式，开展业务培训，提高业务能力和水平。加强对导游的培训，提高导游人员的综合素质，努力建设一支有良好职业道德的导游队伍。加强宾馆酒店、景区服务人员和旅游车队的业务培训，提高服务质量和水平，树立良好的旅游形象。三是邀请旅游规划、管理和营销等方面的专家，为旅游产业的发展会诊把脉，提供决策咨询。四是培养传统文化继承人，特别是非遗项目传承人，如农民画、根雕、棕编工艺及苇、蒲、麻、草编工艺等，通过项目带动、营销策划、文化创意等形式，深入挖掘、梳理和传播传统文化。

（二）创新发展旅游新思路

1、完善旅游商品开发体系。依托龙头企业成立旅游商品研发中心，研发生产精品旅游纪念品。支持将农民画、草编织工艺等非物质文化遗产资源转化为文化旅游商品；开发设计一批深受游客喜欢的地方特色旅游商品，加强对射阳大米、蚕丝织品、海产品、蜂产品、芦苇纺织、菊花制品等土特产和农副产品的开发和支持力度；建设特色旅游商品展销中心，叫响射阳旅游商品品牌。

2、加强与媒体、客源地旅行社合作，加大射阳旅游宣传力度。一是加强与媒体的合作。积极与新闻媒体合作，为射阳旅游企业与县外旅游主管部门和旅游企业牵线搭桥，构建双方合作互赢平台。二是借助丹顶鹤文化艺术节、洋马菊花节、黄沙港开渔节等节庆活动，邀请客源地旅行社赴射阳各大景区“踩线”考察，推介射阳吃、住、行、游、购、娱的配置和服务情况。三是加大射阳旅游文化书籍的编辑出版力度。

3、建立旅游电子商务与网络营销平台，打造智慧旅游体系。一是加强射阳旅游网、射阳旅游微信公众号的宣传影响力。二是组建旅游电子商务服务企业，集中优势资源构建具有较大影响力的旅游电子商务服务平台，使不同地区的游客随时可以浏览射阳的旅游信息，加快射阳旅游产业的升级。三是建立游客信息档案，通过分析游客信息，寻找出不同价值观、不同旅游需求的游客群，

根据分析的数据进行营销推广，吸引更多的回头客和潜在游客。

（三）打造旅游“新六要素”——“商养学闲情奇”

加快建设 20 个重点旅游项目。射阳推出的 20 个重点旅游项目，充分体现了旅游“新六要素”——“商、养、学、闲、情、奇”，不断满足游客多样化、个性化的需求。

“商”，即商务旅游、会议会展、奖励旅游等旅游新需求、新要素。如射阳河口风景区的悦达高尔夫球会、射阳海滨国际高尔夫球场，吸引了许多韩国、日本、台湾等国内外商务客人。但是商务客人对餐饮、住宿等基础设施要求比较高，客人倾向于选择具有较高档次、能体现身份、具有“一条龙”优质服务场所开展商务活动。就目前而言，射阳高星级酒店数量少，从整体上制约了商务旅游的发展。因此，射阳应健全商务旅游基础设施设备建设，加强信息化的管理水平，进一步提高服务质量，以高质量的服务赢得商务游客的青睐。

“养”，即养生、养老、养心、体育健身等健康旅游新需求、新要素。如江苏银宝国际生态渔村，要加快建设并推出适合不同年龄段游客的养生旅游需求。“学”，即研学旅行、科考、拓展训练、摄影采风，以及各种夏令营、冬令营等。如射阳研学旅游基地，要加强与周边地区的合作，力争开发多样主题的研学旅游产品，满足不同研学旅游者的需求。“闲”，即乡村休闲、都市休闲、度假等各类休闲旅游新产品和新要素。如拳头产品——射阳日月岛生态旅游区，要加快各个项目建设，争取快出形象、早出效益。“情”，即婚庆、婚恋、纪念日旅游等各类精神和情感的旅游新业态。如千秋阳河湾生态旅游区的玫瑰花园。“奇”，包括探险、探秘、游乐等旅游新产品、新要素。如合德友爱生态观光园的真人 CS、卡丁赛车、竹筏漂流。紧盯全县 20 个重点旅游项目，狠抓落实，快马加鞭，全力以赴推进旅游产业更上新台阶。

（作者单位：盐城市射阳县旅游局）



推动江苏海河联运与大运河旅游发展的思路与路径

赵鸣

大运河作为世界文化遗产，是中国古代劳动人民在中国东部平原上创造的一项伟大的水利工程，是世界上最长的运河，也是世界上开凿最早、规模最大的运河。由此而产生的大运河文化积淀丰厚，愈久弥香，影响着上千年来运河流域的城市和民众文明的发展和成长。在江苏，从吴王夫差开邗沟算起，大运河已经在江苏大地流淌了2500年，而大运河江苏段历来是大运河全程的核心地段。它途径江苏徐州、宿迁、淮安、扬州、镇江、常州、无锡、苏州等八市，涵盖了江苏的苏北、苏中和苏南，是江苏区域文化覆盖面最为广泛的文化内容之一。

江苏滨江达海，河网密布，海河联运，文化格局特色明显。江苏沿海的连云港、盐城、南通三市与沿江的南京、镇江、常州、扬州、泰州、无锡、苏州等形成了南北呼应的文化对话格局。海河交汇的地理汇聚格局，不仅成就了一个物态的区域地理状况，也孕育出江苏地方独特的文化特色和流布规律，带来区域文化的流动、交流和融合。特别是以淮河、盐河、烧香河为核心的海河联运通道，成就了历史上苏北、苏中、苏南之间的文化沟通和融合，并通过海河联运使得海洋

文化与大运河河流文化交融为一体，逐步成熟，趋于一体化。

一、海河联运与大运河文化的演进融合

众所周知，淮盐是因为淮河横贯江苏盐场而得名。江苏盐场分布在北起苏鲁交界的绣针河口，南至长江口这一斜形狭长的海岸带上，跨越连云港、盐城、淮安、南通4市的13个县、区，占地653平方公里。早在吴王阖闾（前514年）时代，江苏沿海就开始煮海为盐。汉武帝招募民众煎盐，刈草供煎，燃热盘铁，煮海为盐，昼夜可产千斤。唐代开沟引潮，铺设亭场，晒灰淋卤，撇煎锅熬，并开始设立专场产盐。到宋代，煮海为盐的工艺已很成熟。《通州煮海录》记载：“煎制海盐过程，分为碎场、晒灰、淋卤、试莲、煎盐、采花等六道工序。”至元代，江苏盐业已发展到30个盐场，煮海规模居全国首位。特别是明代江苏盐业由煎盐发展到晒盐，致使淮盐产量大增，达到150万担，成为全国最为重要的经济支柱。历史上民间曾有“两淮盐，天下咸”之说。

经济的发展带动了城市商贸、交通运输的发展。《史记·货殖列传》载：“汉兴，海内为一，开关梁，弛山泽之禁，是以富商大贾周流天下，交易之物莫不通，得其所欲。”在此情况下，“纵民得铸钱、制铁、煮盐”。汉高帝十二年（公元前195年），刘邦分封其兄刘仲之子刘濞于扬州建立吴国。吴王刘濞“招致天下亡命者盗铸钱，煮海水为盐”，经过四十余年的经营，出现“以故无赋，国用富饶”的强盛局面。隋代隋炀帝杨广开凿京杭大运河，沟通了中国的五大水系——海河、黄河、淮河、长江、钱塘江，而江苏扬州又因地处长江、运河、淮河三大水系的交汇点，是南北交通的枢纽和全国物资的集散

地，而成为盐运和漕运的重镇、东南第一大会都。唐时，两淮一带成为全国重要的盐业基地。宋人洪迈《容斋随笔》中说：“唐盐铁转运使在扬州，尽斡利权，判官多至数十人，高贾如织，故谚称‘扬（扬州）一益（成都）二’，谓天下之盛，扬为一而蜀次之也”。宋时有所谓“东南盐利，视天下为最厚”之说。两淮是清代最大的盐产区，下辖三十个盐场，所产之盐行销苏、皖、赣、湘、鄂、豫六省，额征盐课几乎占全国盐课总量的一半。清人李果说：“两淮盐课甲天下。”清道光年间，清王朝内外交困，百业凋敝，两淮盐业渐露败兆。民国时期，两淮盐业更趋衰亡。

为了向全国输运淮盐，解决运输通道成为古代最为主要的问题。淮河是淮盐的“母亲河”。它位于中国东部，介于长江与黄河之间，横跨河南、安徽、江苏三省，是中国七大河之一。但就淮盐运输流向而论，淮河是东西走向，运输不经济，市场流向也不合理，与大运河无交汇之处。因此，亟待挖掘一条南北沟通的运河通道，因此，盐河也就此应运而生了。

盐河是一条人工运河，是江苏淮北盐南运的最主要航道。它位于江苏省东北部，古称官河，一名漕河。《唐会要》：“垂拱四年（688）开泗州涟水县新漕渠，以通海、沂、密等州，南入于淮。”《读史方輿纪要》：“宋元符初（1098—1100）淮南开修楚州支家河，导涟水与淮通，赐名通涟河。”即为盐河的前身。清康熙二十六年（1687）重加开浚，用以转运淮北盐内销，因此，名盐河，或运盐河。现在的盐河南起于淮安淮阴水利枢纽，东北向行，贯通六塘河、灌河、新沂河、五图河、车轴河、古泊、善后河达于连云港市海州，汇于临洪河入海，长175公里。沿途所经重

要市镇有淮阴区王营镇、涟水县朱码头、灌南县新安镇和灌云县伊山镇等，具备三级航道运输标准，是江苏苏北联通苏中、苏南大运河的海河联运的主要集疏运航道。

大运河作为世界上由国家修建的跨越范围最广阔、建成历史最古老的内河水道系统，蕴含的文化内容是十分丰富和壮观的。根据大运河文化遗产的申报内容来看，全部集中在物质文化方面的内容，主要包括大运河河道遗产，以及运河水工遗存、运河附属遗存、运河相关遗产。此外，江苏运河通过的城市还拥有大量的非物质文化遗产内容。八个城市大约占有江苏 80% 以上的国家级和省级非物质文化遗产保护名录项目。

而就江苏海洋文化的积淀来看，也是非常富集的，是我国海洋文化的集中地。从遗迹、遗址、古建筑、古庙宇，以及古典戏曲、音乐、医药、生产技艺，直至地方传说、民俗风情、民间节庆活动等，涵盖了物质文化和非物质文化遗产的全部领域。特别是海洋文化与运河文化之间的渊源流布和默契关系，都是其他的文化事项所不能比拟的，可谓珠联璧合，密不可分。也正是由于海河联运和大运河文化的互助和融合，成就了江苏现有的历史文脉和经济联系，成就了江苏海河联运和大运河文化旅游一体化的现实基础和文化基因。

二、推进海河联运与大运河文化旅游一体化的路径

推进海河联运与大运河文化旅游一体化是江苏文化旅游发展的有新机遇，既能催生江苏历史文化资源的整体性传承保护和创新发展，也可以加快推进江苏区域间和行业间的文化旅游产业的一体化融合，具体建议路径如下：

（一）夯实基础，提升海河联运和大运河通道航运一体化的水平。

加快推进海河联运与大运河文化旅游一体化进程，提升通道的通航能力是首要的，需要在保护与拓展通道集疏运能力方面下功夫。一是要合理适度地加快大运河河道的整理和疏浚。京杭大运河业已持续通航了 1 千余年之久，河道全年通航里程中约 80% 在江苏，通行 2000 吨船只的航道全部在江苏，各类河道标准不一，保护状态不一，通航能力不一，保护方式也不一样，这就对未来通航能力一体化提出极高的要求。要积极稳妥的推行大运河江苏段的河岸维护和河道疏浚，加快对江苏主要河段河岸的整理工作，维护好大运河的集疏运能力，提升大运河的运输能力和水准，逐步将大运河江苏段的航运能力整体提升至二级航道水平。二是要加强对大运河沿线文化遗产的传承保护。要围绕打造世界文化遗存保护带的目标要求，按照“真实性、完整性、系统性”的要求，一方面，继续加强沿线河岸、河堤等遗存的保护和非遗文化的传承，进一步兑现申报世界文化遗产的政府承诺和保护计划，要有针对性的重点维修大运河现有文化遗址、文化遗迹、文化建筑和重点河堤，保持大运河的历史文化风貌，传承运河文化基因。三是要加快提升连云港至淮安、徐州河运的海河联运能力。就目前来看，打通海河联运，加快海河之间通道建设极为关键。目前的连云港至淮安、徐州的海河联运水系均为三级航道，可以航行 1000 吨的船只。要逐步改进，挖掘航道，提升沿途船闸的通航续航能力，将盐河通航能力提升至二级航道水平。还需要进一步疏通苏北运河与徐州大运河的集疏运能力，逐步将海河联运通道运输能力提升至二级航道

水平。使得海河联运的水运通道集疏运能力与江苏大运河段的续航能力保持一致。四是要加快海河联运与大运河通道沿线的文化遗址的认定和融合。目前，大运河段的文化遗址挖掘业已基本完成，而盐河、苏北运河等沿线的文化遗址、遗迹认定还需要加强，要实现两者的一体化，夯实文化基础十分重要。要抓住全省文物普查和认定的机遇，积极挖掘和保护盐河沿线文化遗址和文化遗迹，开展沿线文化历史遗址、遗迹、建筑、庙宇的普查和认定工作，强化海河联运通道沿线的文化遗址、遗迹的研究，确认一批有价值的海河联运文化带的文物保护单位，保护好区域历史文化成果，挖掘历史文化价值，为区域文化旅游一体化开发奠定基础。

（二）提升站位，加速海河联运与大运河区域内文化旅游资源的对接与融合

江苏是全国的文化旅游大省，文化旅游资源位居全国之首。随着国家政府职能的转型和改革，促进文化旅游资源的融合势在必行。一是加快沿海与沿运河、沿江文化旅游的融合。江苏的大运河文化旅游涉及江苏省的徐州、宿迁、淮安、扬州、镇江、常州、无锡、苏州等八市，江苏的海洋文化涉及江苏的连云港、盐城和南通三市，而南通又是全国江海文化统筹的龙头，与南京沿江文化同承一脉。要借助海河联运的通道建设将沿海的海洋文化输运至大运河，使得海洋文化与运河文化、沿江文化融为一体，以顺应海河、江海、江河文化的联通。二是加快区域内文化与旅游产业之间的大融合。大家常说：“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体”，这不仅体现了两者之间的关系，更重要是凸显两大产业之间的密切联系。发展旅游产业，需要历史文化做铺垫，而保护传承历史文化，

也需要让更多的人了解过去的历史，尊重历史，崇敬历史，才能更好的保护传承这些辉煌印记。三是加快苏南、苏中、苏北文化旅游的融合。实事求是的看待江苏多年的文化旅游发展，区域间的不平衡是个不争的客观现实。苏南文化资源多于苏北、苏南，旅游发展快于苏北也是一目了然的。要正视现实，解决破解江苏文化旅游发展不均衡的掣肘和短板。推动海河联运与大运河文化旅游的一体化，可以破除传统的文化旅游发展定式，促进苏南、苏中、苏北的文化旅游融合，重新整合资源。谁能想到名甲天下的苏州、扬州园林，能与偏居一隅的淮盐生产有着如此密切的联系。谁能知道当年的盐河漕运将多少南方的文化输运到苏北，催生了淮扬菜系，孕生了连云港盐都“吃板浦”的文化习俗和风雅，也只有文化才能体现出两者之间的历史传承和密切关系。

（三）整合资源，打造具有江苏特色的海河与运河全域文化旅游带

2017 年 2 月，习近平总书记在视察北京通州时提出要深入挖掘以大运河为核心的历史文化资源。“保护大运河是运河沿线所有地区的共同责任。”现在推动海河联运与大运河文化旅游一体化，打造具有江苏特色的海河与运河全域文化旅游带就是江苏践行总书记指示的鲜活写照。一是借力原有大运河文化旅游带建设。为认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神，以高度的历史使命感推进大运河文化带建设，进一步擦亮大运河这一世界认可的国家文化符号，弘扬中华优秀传统文化，在 2018 年 6 月“文化和自然遗产日”期间，由北京市文化部门牵头大运河沿线天津、河北、江苏、浙江等八省市文化厅（局）共同主办的“流动的文化——大运河

文化带非遗大展暨第四届京津冀非遗联展”，拉开了大运河文化带建设的序幕。此次展览的地理区域包括东北、华北、华东、中南、西南，体现了大运河文化带建设的范畴和特点。大运河文化旅游带跨区域、跨产业、跨文化，是文化旅游融合的范本，也是大运河文化旅游精华的展示，需要很好的利用和借助。二是创新建设具有江苏特色的海河联运与大运河全域文化旅游带。如前面关于江苏海河联运与大运河文化演进的过程中可以看到，在江苏的运河文化旅游中蕴含着海洋文化的身影，长江与海洋和运河的无缝对接，造就了海陆并存、海河同源同流的历史积淀和文化史实，许多运河文化的遗址和遗迹与海洋文化之间存在着千丝万缕的联系，不可割裂。因此，可以运用各种组织形式和文化活动，逐步创新建设跨区域、跨产业、跨文化的具有江苏特色的海河联运与大运河全域文化旅游带，为江苏文化旅游创新建设提供新平台、新形式。三是开展大运河沿线城市与沿海城市的区域文化旅游交流活动。要进一步深化文化旅游体制、机制改革，破除区域文化旅游机制壁垒，设立区域文化旅游联席会议制度，或设置海河联运与大运河文化旅游带建设专业联盟，如博物馆联盟、旅游行业联盟、产业联盟等，切实强化区域文化对接，夯实海河联运与大运河文化旅游带的建设基础。

（四）统筹兼顾，构建江苏海洋、运河文化旅游协调发展的机制

推动海河联运与大运河文化旅游一体化建设，架构适宜单位运行机制非常关键。一是要统一海河联运与大运河文化旅游资源的保护标准机制。要积极稳妥推进海河联运与大运河文化旅游一体化建设，提升文化认同

和文化自信，将海河联运沿线的文化资源与大运河文化遗址、遗产同等对待，统一制定一体化的保护标准，认真落实保护措施，使得两者的保护水平处于同等状态。只有统一保护标准，才能实现两者的有机融合。二是搭建起富有江苏特色的海河联运与大运河文化传承保护机制。要因地制宜，加强区域文化管理的融合和协调，突出江苏文化旅游的区域特点，加强江苏沿海、沿运河城市之间的管理沟通，明晰职责，纾解矛盾，优势互补，协调统筹，建设通道，搭建起海河联运与大运河文化旅游建设的工作平台机制。三是建设网络化、智能化的文化传播机制。要在运用原有传播方式的基础上，借力科技创新，运用数字技术，大力发展和开发数字海河联运与大运河文化旅游一体化传播平台，建设数字海洋—运河文化旅游网络，充分整合沿海、沿河、沿运河的文化旅游资源，实现线上线下、实景网络同步，搭建平台，共享融合，实现数字传播与直接传播的完美结合。四是构建起区域文化旅游一体化融合发展的协商机制。海河联运与大运河文化旅游一体化是建立在共建共享、共融共荣基础上的一体化，区域协调、均衡发展是实施成败的关键。大家事、大家商议、大家办。因此，要充分尊重区域平等的基础上，优势互补，协商共进，搭建一个协商的圆桌会议制度，逐步构建起区域文化旅游一体化融合发展的协商机制。

（五）融合共享，培育开发“互联网+”的多元式文化旅游一体化精品产品和业态

近年，国家大力推进科技创新，倡导运用“互联网+”的思维模式推动产业发展。实现江苏海河联运与大运河文化旅游一体化建设，拓展市场，开发产品是实现的主要抓手。一是开发多元化的创新型产业业态。要

充分抓住文化产业、旅游产业融合之机，采用“互联网+”的产业模式，不管是“文化产业+”还是“旅游产业+”都是可以的。比如：为了适应旅游市场需求和社会老年化的发展趋势，设计建设豪华型的运河联运客轮线路产品，开设江苏海洋——运河文化旅游船线路。从南到北，海河联运，既游览运河，也观赏大海，既可以在游艇边看边赏，也可下马观花云游四方。二是开发数字海河联运与大运河文化旅游产品。要发挥科技创新的发展优势，借力物联网，建设线上线下海河联运与大运河文化博物馆群。将大运河畔现已建立的洛阳大运河博物馆、京杭大运河博物馆、隋唐大运河博物馆、静海大运河博物馆等众多博物馆，再加上已有的海洋文化精品——中国海盐博物馆、淮盐文化传承基地等文化主体融为一体，加快实现沿海、沿运河博物馆群体的数字化、网络化，线上24小时全天候提供参观、销售服务；线下连点成线，构建涵盖国家级、省级和地市级博物馆的网上“海洋文化与大运河文化博物馆参观精品旅游线路”，系统展示江苏海洋文化与大运河的历史文化成果，运用科技方式诠释江苏海洋文化、大运河文化。三是设计开发高铁游大海——运河文化旅游线路。江苏将于2020年基本实现所有设区市的高铁全覆盖，特别是苏北区域也将在2021年完成建设任务，届时，高铁旅游将是最为便捷、安全、时尚的旅游形态。要前瞻机遇期，把握时间节点，积极推出高铁游大海——运河文化旅游线路，将水中短途休闲游和高铁快捷游结合在一起，为民众提供丰厚、优质、快捷的文化旅游产品。四是开发新型海洋——运河文化旅游线路。要善于借助江苏海河联运与大运河文化旅游一体化的机遇，重新整合资

源，开发新型文化旅游产品，打破原来海洋文化游览线路与大运河文化旅游线路割裂、分置的产品格局，开发多元互动的海河联动的文化旅游线路。如江苏海洋——运河文化游、江苏园林文化探访溯源游、古代戏曲音乐交流游、淮盐文化品鉴体验休闲游、海洋运河水文化风情游等，使得江苏海洋文化与运河文化旅游有机融合，实现海洋文化与运河文化的共享。五是设计海河文化与运河文化融合的创意文化旅游产品。创意无边界，创意无止境。海河联运与大运河文化旅游的一体化为我们开发创意产品拓展了新的想象空间和设计空间，我们可以深度挖掘海洋文化与运河文化的内涵和联系，发掘文化创意亮点，找准载体，实现文化共享，架设起海洋文化与运河文化旅游之间的联系桥梁。

大运河江苏段是我国大运河的核心区，承载着大运河文化的精华。江苏是我国的海洋大省，海洋文化丰沛，精彩丰富。历史上，海河联运与大运河文化之间存在着千丝万缕的联系和融合。在建设“富强美高”新江苏的目标和实现高水平的小康社会实践过程中，推进江苏区域间文化旅游资源的合理分配和流动，加快实践江苏全域文化旅游产业的均衡发展，可以通过推动海河联运与大运河文化旅游一体化得以成就。

（作者系连云港市旅游协会副会长）

亚洲邻国之间
游客资源与竞争共存



关于完善入境旅游统计体系的几点思考

赵云开

入境旅游统计体系的目标主要是围绕全域旅游和国际重要旅游目的地建设，完善入境旅游统计制度，形成入境旅游核心指标、细分指标、前沿指标体系，科学衡量政策环境、产业发展、市场推广对入境旅游发展的贡献，为全球精准营销、国际产品开发、国际化公共服务保障提供数据服务。本文以南京市为例，以旅游统计工作服务于旅游业发展为主线，探讨建立与国际旅游目的地相匹配的国际入境旅游统计体系。

一、现有入境旅游统计制度存在的不足

2013年以后，根据原国家旅游局的统一部署，江苏省入境旅游统计的核心指标由入境旅游者人次转变为入境过夜旅游者人次，测算方法的基础转变为各省从公安出入境管理部门获取入境过夜旅游者人次。同时继续基于口岸、宾馆等入境游客集中区域开展入境游客花费抽样调查，测算入境旅游外汇收入。这一转变，虽然改善了口径统一性、标准性和准确性，但也存在一些不足：主要是分析服务功能较弱，国际重要旅游目的地发展监测，需要由核心指标、拓展指标、先行指标等构建国际重要旅游目的地的指标体系，将政策环境、市场变动等因素的叠加影响综合反映出来，尤其是整合智慧旅游的现代信息技术，强化动态性和预警性指标的研究。现行公安部门的入境过夜数据仅能提供总量及入境过夜客源结构基础信息，入境旅游抽样调查仅满足于外汇总收入推算，两者之间缺乏关联，结构和手段单一，制约了服务功能的延伸和完善。

二、完善入境旅游统计体系的举措

（一）强化合作，健全入境旅游核心指标体系

在现有入境过夜旅游者、外汇收入统计的基础上，强化与入境口岸机构的合作对接，

统筹和完善现有入境游客抽样调查制度，建立包含入境旅游者、入境一日游、过夜游等总量指标统计、分国别、分类型的人均质量指标和特征指标的统计体系。需要强化四个方面的工作：一是旅游系统基础资料收集。了解和掌握旅游部门现行统计的入境过夜游客接待量等数据信息，重点获取相关单位基础支撑数据。机场、港口口岸是游客出入境主要通道口，机场、港口边防检查站提供的入境游客数据能真实反映口岸直接入境接待量的情况。建议强化高位协调沟通，由边检部门提供分国别入境游客基础情况。二是组织和规范抽样调查工作，在获取口岸边检入境接待量数据的基础上，对交通集散枢纽、商贸集中区、主要游览区、宾馆饭店等旅游吸引物的入境游客开展入境方式抽样调查工作，推算未直接从本地口岸入境的游客结构占比，掌握不同国别、不同类型入境游客的消费特征和喜好特征。建议问卷内容设置在现有国家文化和旅游部入境调查问卷基础上进行优化，分为共性指标和个性指标，共性指标与国家文化和旅游部入境抽样调查问卷指标保持一致，满足基础需求；个性指标根据不同城市需求自行设置。四是进行综合测算汇总，建立入境过夜旅游者数据、口岸边检数据、抽样调查汇总数据之间的逻辑关系，对相关数据进行汇总和综合推算。

（二）强化多源数据集成，拓展入境旅游监测范围

在建立入境旅游核心指标统计体系及相关调查制度的基础上，进一步强化对旅游营销、政策应用、多源数据集成等方面的研究，从核心指标拓展到细分指标、预警指标，建立较为完善的入境旅游统计体系。一是进一步集成多源数据。主要是强化与智慧旅游大数据的联动，随着智慧旅游技术的发展，手机、支付运营商在事前、事中的即时性统计优势是以事后统计为主的传统统计所不能比拟的。只有以大数据为依托，才能对旅游营销、市场推广、大事件等需要时效性的工作成效进行分析，但运营商大数据需要有效整合、需要与统计学进行有机结合，规范数据采集全过程的管理，制订不同基期的对比规则和关联性，才能从参考数据转变为统计

数据、决策数据、发布数据。二是进一步改善抽样调查方式，从每年定期性、定向性的调查转变为全时性、深入性的调查，从在本地调查转变为目的地调查。即在定期人力调查的基础上，运用网络媒体，将入境旅游调查问卷长期挂网或挂有影响力的旅游微信号，获得全时全季的游客偏好、连续可对比的数据，用于分析大事件、重点工作对入境游客的影响，提供精准分析。通过邮件回访，了解入境游客事后对当地旅游的深度感受。在与境外线上线下的推广合作中，将入境客源调查有机融入，从当地客源角度设计问卷，提高入境调查对旅游产品开发的指导性。三是进一步分类整理指标，将核心指标按构成进行细化，强化对不同客源群体消费能力、停留时间、购物喜好、不同客源国家分月入境波动的分类，研究政策、环境对入境旅游发展的影响。在此基础上，提炼细分结构指标、先行预警指标，更好地服务国际重要旅游目的地建设。

（三）强化保障，优化入境旅游统计机制和环境

强化合作。各级旅游主管部门内部应加强对入境数据的整体方案设计，行业报表、抽样调查和智慧旅游监测的统筹，形成互相验证、互相补充、互相规范的发展格局。强化与公安、口岸边检的合作，定期进行数据交流、情况通报和调研学习，通过合作的深入，服务指导旅游产业发展。

强化调查队伍建设。在机关现有人力较为紧张的情况下，通过与社科研究机构、知名院校的合作，建立国际旅游目的地的统计调查的常态化队伍。统计具有较高的专业性和技术准入性，建议相对固定合作对象，逐步提高合作对象业务水平，形成体制外的智库专家和高质量调查队伍。

加强资金保障。国际旅游目的地监测体系建设是不断优化、不断完善、不断拓展的过程。需要持续投入，应对新的形势、新的要求，修正和拓展统计指标体系，根据全域旅游要求，与时俱进体现发展成果，同时加强数据成果的应用分析、强化数据成果的展示集成。

（作者单位：南京市旅游委员会）



浅谈农家乐对农村生态环境的影响与政策调控

徐克勤

近年来，农家乐在我国得到了快速发展，其在创造可观的物质财富的同时，也给农村的生态环境带来一定影响。农家乐对农村空气环境、农村水体环境、农村生物环境、农村地表环境四方面带来的影响必须高度重视，妥善分析解决农家乐带来的一系列农村生态环境问题，对提高农家乐的质量具有十分重要的意义。

一、农家乐给农村环境带来的影响

农家乐以其独有的“乡村性”吸引了大量城市游客。在大力发展农家乐的同时，各地政府也加快了新农村的建设，农村面貌有了很大改善。但是仍存在着一些不合理的问题，亟待解决。

（一）农家乐给农村空气环境带来的影响

1. 旅游设施带来的影响。节假日往往由大量的车流涌入农村部分地区，汽车这种现代化的交通工具在短时间内向这些地区的空气中排放了大量的尾气，使得空气被污染。汽车排放的尾气中含有大量的一氧化碳、含铅化合物、氮氧化物等不良物质。如果是少量的这些物质，大气能够将其净化，但是如果短时间内大量的汽车涌入，局部地区的空气质量就会急剧下降。除此之外，相当一部分的农村地区为土路与砂石路，在过往车辆太多的情况下，会有大量的尘土，也会影响空气质量。

2 旅游活动带来的影响。节假日期间，很多庆典项目也会对空气质量产生影响，如燃放烟花与鞭炮等。还有很多农家乐项目与寺庙等场所临近，大量的香烛焚烧也会产生很多有害气体，污染空气。随着游客的增多，还会出现乱扔垃圾的现象，这些都对环境产生不利影响。为了满足游客的饮食需求，旅游景点必然配置大量的餐饮设施，其中的烟囱和锅炉等对空气质量产生影响。

（二）农家乐给农村水体环境带来的影响

相关调查显示，九成以上的游客都在景区内看到过不文明的行为，有的游客甚至向水中扔过垃圾。几乎所有的农家乐项目都是依山傍水的，恰恰是优美的自然环境才吸引了诸多游客。在游客量非常大的时候，生活垃圾过多，很难被快速处理。这种情况下，生态环境必然会遭到破坏。除此之外，很多农家乐还设置了水上项目，在满足游客玩乐的同时，却没有及时解决水质污染的问题，时间一长水体容易发臭，影响景区的整体形象。

除此之外，废水、废油、剩饭等厨余垃圾如果不被迅速处理，在天气炎热的时候，会迅速滋生细菌，很容易导致水体的富营养化，使得藻类快速繁殖，不仅影响美观，还危害水体的生态平衡。

（三）农家乐给农村生物环境带来的影响

在农家乐的经营过程中，无论是植物还是动物，都会遭受不同程度的影响。对于植物来说，其要面临多方面的影响。一是踩踏带来的影响。很多游客都希望能够亲近大自然，所以在旅游过程中往往会四处走走看看，一般也没有固定的路径。时间一长树林和溪边都会形成很多土路。踩踏不但会直接使部分植物死亡，还导致土壤硬度提高，不利于植物种子的发芽，可能使得植物种类减少。二是由直接损伤带来的影响。在爬山游玩的过程中，很多游客会有意或无意的损伤植物，更有一些恶劣行为，比方说在树干上刻字刻画。这样会导致植物的创面直接暴露，对植物的成长不利，部分植物甚至因此死亡。三是采摘带来的不利影响。很多游客都热衷于采摘，这样做会导致物种的组成结构发生变化，植被的数量会急剧下降，有些珍稀的植被很有可能因此灭绝。四是用火对植物所带来的影响。在野外用火是非常危险的，但是很多游客都非常喜欢野炊或举办篝火晚会，不仅会使得地表植物被焚烧，还有可能引发火灾，造成更大危害。随着农家乐的发展，娱乐项目也不断增多，旅游旺季往往会带来大量的噪音。这些噪音往往危害到野生动物的正常活动。

（四）农家乐给农村土地环境带来的影响

一是游客在田野的踩踏会直接对土壤的有机层产生影响，并且使得土壤的水分减少，肥力下降；二是游客在游玩的过程中会产生很多有害物质，没有经过有效处理，这些污染物就进入了土壤，对土壤产生污染；三是大量的游客行为会对土壤产生危害。大量的游客登山会破坏山林长期以来形成的落叶层与腐殖层；游客的采摘会直接导致土壤的裸露。在外界的刺激下，土壤的结构与成分都有可能发生变化。除此之外，随着农家乐的发展，人流与车流的加大都会产生很多垃圾。大量的垃圾给清理工作带来困难，一旦清理不及时，堆放久了也会对环境产生污染。

二、政策调控建议

（一）政府部门加强宣传与教育工作

改变农家乐给农村生态环境带来的影响，必须从相关人员的环保意识入手，使得其能够自觉维护生态环境。这些相关人员包括农家乐的经营者、游客及当地村民。

当前，有关部门应重视宣传与教育工作，使得民众能够充分认识到环境保护的必要性。针对不良行为，有关部门绝不姑息，并且进行曝光，起到警示的作用。除此之外，各地部门还应该倡导低碳等环保理念，促使农家乐经营者科学运用各项资源。在客流量大的位置，有关部门应主动设置宣传牌，最大限度地引导游客的行为。农家乐聚集区应构建完善的管理制度，及时制止游客的不良行为，必要的时候可以采取一定的奖惩措施。当地的村民不仅仅是旅游项目的重要参与者，还与农村的环境直接相关。在对村民展开教育与宣传工作时，可以借助广播、广告牌、书籍等多种形式，综合提高村民的环境保护意识。

（二）健全农家乐项目的审批制度与监管制度

农家乐项目需要依赖一定的客观条件，其不仅带有“乡村性”，还带有独到的特色，所以农家乐项目的开发应该是理性的。政府部门应从审批入手，采用控制数量与门槛的方式，来提升质量。农家乐项目开发的前提是合法、合理。在项目开发前，应积极引入环评认证，全方位地对项目进程调研，明确项目可能对生态环境带来的影响。基于此进

行的项目规划才具有科学性。然而就当前的现实状况而言,很少有项目在开发之前做到这一点,导致后续的经营过程中生态环保问题频发。新开办的农家乐餐厅应具备四大证件,即安全许可证、卫生许可证、经营许可证及从业人员岗前培训证。无证经营会给卫生和服务带来很大隐患。有关部门应做好监管工作,可以采用星级评定的办法来提升农家乐经营户的整体服务水平。针对不合理的经营户,有关部门应取缔其经营资格。

(三) 采取多种措施治理环境污染

虽然当前多数地区的农家乐并没有带来严重的环境污染问题,但是如果不及时采取治理措施,其对环境的影响会进一步加重,直至出现严重后果。为了减少可能出现的不利影响,相关部门应相互协作,共同管理,积极引入新技术与工具,加强环境治理工作。政府部门应加大科技研发方面的财政投入,鼓励农家乐经营者进行设施革新,降低污染。根据农家乐聚集区的规模,可以增加必要的污水处理设备,从源头上降低农家乐带来的水体污染。有关部门应格外关注饮用水源,针对实际情况,及时安装水质自动检测系统,动态检测水体质量。针对农家乐产生的垃圾,应推行先分类后处理的做法。针对游客量非常大的农家乐聚集区,应及时对区内的噪音进行监控,可以采用限速限鸣笛的做法,降低声音带来的污染。区内的车辆尽量为节能环保的绿色车辆。游客车辆均要停放在区域外围的停车场,并适当提升停车费,促使更多游客选择公共交通工具出行。

(四) 提升承载力方面的管理力度

什么是承载力?简单来说就是一定时期内,旅游吸引物所能够承接的最多游客数量。相关部门必须从承载力入手,促使当前农家乐经营走上可持续发展的道路。在农家乐项目中,相关的因素非常多,这给其承载能力的测评带来很大困难。生态足迹计量分析法是一种有些测评景区承载力的办法,在当前有着非常广泛的应用。具体的操作办法有如下几种:一是运用问卷调查与访谈方法来获得相关信息及数据。这种办法真实性强,但是工作量非常大。二是借助当地部门的资料,结合实际人口数量,测算出人均消费量。这种办法比较简单,但是真实性不强。在对旅游项目进行测算的时候,可以从六大

要素入手,即餐饮、住宿、交通、游览、购物及娱乐。根据实际情况来获得这些方面的数据,从而科学地确定承载量。针对当前的旅游现状,各地农家乐聚集区还应该积极推出新的旅游产品,使得淡季不淡,实现全年的平稳营业。

(五) 构建生态补偿机制

在农家乐开发过程中,环境污染问题是必然存在的。游客只要进入景区,就不可避免地产生垃圾,景区必须要承受一定的生态压力。倘若景区的处理措施不到位,其自身生态环境必然遭到严重的破坏。除此之外,项目经营者和村民环保意识不强,在追求经济利益的过程中,很容易忽视环境保护工作。时间一长,景区的生态环境将面临着严重的污染。

在很多情况下,农家乐和农村环境之间存在着矛盾而又统一的关系。一是农家乐项目和农村环境相互促进,共同发展,各方相关人都能够得到利益。政府和项目经营者将可观的经济收益投入到环境改善上,使得景区环境更加优美,吸引到更多的游客,旅游项目和生态环境都得到良好的发展;二是由于开发与管理的不得当,生态环境遭受严重的破坏,景区没有优势吸引到游客,农家乐项目最终消亡;三是过分重视短期的经济效益,而给生态环境带来很大破坏,致使很多资源被浪费;四是过分侧重环境保护工作,而限制了旅游项目的发展,旅游项目的收入非常少。以上四种状况中,第一种状况是很多人期望的理想状况,是经济、生态等多方面达到和谐状态的一种表现结果。这种状态肯定会损害一部分人的利益,应将这部分利益用于补偿。如果减少经营户的数量,那些推出经营的人就会有部分损失;如果提升环境维护成本,那么游客就要承担更多的费用。在综合考虑下,各地应结合实际情况推行生态环境补偿机制,开发地区应给予保护地区一定的补偿,城市应对乡村进行补偿,富裕地区应对贫困地区进行补偿,收益地区应对受损地区进行补偿,从而实现各方利益平衡。

(作者单位:江苏省淮安市洪泽区三农办)

第十三届江苏省“五星工程奖”颁奖仪式暨优秀作品展演在江苏大剧院举行

12月1日晚,“花开沃土 艺献人民”——第十三届江苏省“五星工程奖”颁奖仪式暨优秀作品展演在江苏大剧院举行。省政府副省长王江,省政府副秘书长陈少军,省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯,省文化和旅游厅党组副书记、副厅长陈芬,以及经圣贤、吴晓林、裴旭、龚良、方标军、陈金池、周旭、殷连生等厅领导出席颁奖仪式并观看演出。王江、陈少军、杨志纯分别为获得第十三届江苏省“五星工程奖”作品、“惠民演出优秀组织单位”代表、“网络最佳人气作品”代表颁奖。

本届“五星工程奖”评选活动于2018年5月至11月组织实施。全省各地共推荐音乐、舞蹈、戏剧、曲艺等表演艺术类参评作品205个,绘画、书法等美术类参评作品483件。经专家评委现场评审、报经评审委员会审定并向社会公示,共评出获奖作品80个(件),其中音乐作品21个、舞蹈作品14个、戏剧作品19个、曲艺作品11个,美术作品15件(绘画作品5件、书法作品10件)。

此次评选将文化惠民活动贯穿于评奖全过程。全省13个设区市组织高质量参评作品分别在宿迁、泰州、海安和苏州等地开展“走基层、进乡村”惠民演出31场,惠及民众10余万人;开通网络直播和线上群众点评,访问人数达410多万;开设“网络最佳人气

作品”群众评选,线上实名参与投票人次达128.5万。充分展示了群众文艺作品为人民抒写、为人民抒情、为人民抒怀的风采和魅力,受到观众的热烈欢迎和广泛好评,社会参与度和人民群众文化获得感取得新突破。

当晚的优秀作品展演分为“延续根脉”“情韵流芳”“奋进新时代”三个篇章,通过对十五个本届“五星工程奖”获奖节目的全新编排和有机整合,全面呈现出江苏群众文化生机勃勃、繁花似锦的良好发展态势,既有延续文化根脉、体现地域特色的歌曲《千秋家谱》《水袖》、舞蹈《悠悠运河情》、曲艺《远去的吆喝声》,也有体现优秀传统文化创造性转化、创新性发展的民乐演奏《舞春风》、舞蹈《炒青》;既有唱响红色文化、弘扬社会主义核心价值观的苏州弹词开篇《半条红军被》、舞蹈《车轮滚过大平原》,也有聚焦百姓话题、展现时代风貌的歌舞《常到百姓家中串串门》、男声小合唱《民工小唱》、舞蹈《快递小哥》等。作品接地气而有朝气,知民生而诉心声,精彩纷呈,催人奋进。

同时,演出还通过国家公共文化云、交汇点、荔枝新闻、江苏省数字文化馆云平台等网络媒体进行现场直播,累计近95万人次观看网络直播。

(厅公共文化处)

2018年贫困地区旅游扶贫第五期培训班在无锡开班

12月24日,由文化和旅游部资源开发司主办,中央文化和旅游管理干部学院承办的2018年贫困地区旅游扶贫第五期培训班在无锡开班,来自全国23个省(区、市)近200名旅游扶贫重点村干部、旅游带头人和基层旅游管理人员参加本次培训。中央文化和旅游管理干部学院党委书记、副院长段周武、文化和旅游部资源开发司乡村旅游和创意产品指导处调研员张晓莉等出席开班仪

式并讲话。中央文化和旅游管理干部学院文化事业培训部主任刘瑞彪主持开班式。

此次培训班为期6天,以乡村旅游为培训重点,围绕“度假需求背景下的民宿开发与集聚运营”“乡村振兴背景下的乡村旅游发展”“文化引领下的乡村旅游与有机添加”“乡村振兴顶层设计与示范区实践”等课题,强化培训的针对性和实效性。

(无锡市旅游局)

省文化和旅游厅召开工作务虚会

12月27日至28日，省文化和旅游厅召开厅系统工作务虚会，厅机关各处室、厅直各单位主要负责人围绕2019年工作思路进行汇报交流。厅领导班子成员及厅机关处级以上干部、厅直单位党政主要负责人参加会议。厅党组书记、厅长杨志纯主持会议并讲话。

杨志纯指出，党的十八大以来，习近平总书记就文化和旅游工作发表了一系列重要论述，科学回答了事关文化和旅游发展的方向性、根本性、全局性问题。作为新组建的文化和旅游部门，如何推动文化和旅游高水平融合、高质量发展，首要的是深入学习贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述，用新思想定向领航，从新思想中把握规律、寻策问道，努力创新实践，把文旅融合这篇大文章做深、做实、做精彩。

杨志纯指出，文旅融合是大势所趋。中国特色社会主义已进入新时代，立足新的时代，我们要深刻认识到，旅游集物质消费与精神享受于一体，旅游与文化密不可分，两者相生共兴。文化和旅游的融合，是文化发现创造价值和旅游体验分享价值的有机结合，也是时代发展的浩荡潮流。文旅融合是人们高品质生活的必然要求，是旅游高质量发展的必然要求，是文化高效能传播的必然

要求。

杨志纯指出，文化和旅游的融合不仅空间广阔，而且大有可为。我们要坚持宜融则融、能融尽融，坚持以文促旅、以旅彰文，推动文化和旅游真融合、深融合。要从文化内涵发掘与旅游品位提升、艺术精品创作与旅游空间拓展、文化遗产保护与旅游产品开发、公共文化服务与旅游公共服务、文化产业发展与旅游产业发展等方面深入思考、推动融合。

杨志纯强调，文旅融合重在大道于行。推动文化和旅游融合发展，不是喊出来的，而是干出来的。有了融合发展的理念只是第一步，更重要的是把理念转化为行动。要通过打造载体推进文旅融合，通过用活阵地推进文旅融合，通过深化创建推进文旅融合。

杨志纯要求，厅系统各部门各单位和全体同志要深刻把握和自觉运用文化建设的自身规律、旅游发展的自身规律，尤其是文化和旅游融合发展产生的新规律，常做常新、久久为功，努力做好文旅融合这篇大文章，推动我省文化旅游高质量发展不断迈上新台阶。

（厅人事处）

2018年戏曲百戏（昆山）盛典圆满落幕

12月7日，2018年戏曲百戏（昆山）盛典闭幕式在昆山举行，文化和旅游部艺术司司长诸迪、副司长吕育忠，江苏省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯，苏州市委常委、宣传部部长金洁，苏州市副市长杨知评，昆山市委副书记、代市长周旭东，以及全国戏曲界专家学者，部分院团负责人、表演艺术家等出席闭幕式。杨志纯代表主办单位为国家京剧院颁发参演纪念牌，吕育忠代表艺术司向昆山颁发“优秀组织单位”奖牌。江苏省文化和旅游厅党组成员、副厅长方标军主持闭幕式。

闭幕式当晚，昆山保利剧院上演了国家京剧院的新编现代京剧《红军故事》，该剧

根据发生在长征途中的三个真实故事改编而成，将京剧的传统程式化表演融于现代舞台，塑造了一个个生动感人的人物形象，揭示了“不忘初心，走好新的长征路”的时代内涵。

12月8日，2018年戏曲百戏（昆山）盛典举行第二次专家研讨会，来自文化和旅游部、江苏省文化和旅游厅的相关领导与戏曲界的知名专家学者齐聚一堂，交流研讨。与会专家对本次戏曲百戏（昆山）盛典的成功举办给予高度评价，一致认为这是一件利在当代、功在千秋的文化壮举，将在中国戏曲史上留下浓墨重彩的一笔。

（厅信息中心）

2018江苏省优秀美术家系列展开幕

12月14日上午，由江苏省委宣传部、江苏省文化和旅游厅、江苏省文学艺术界联合会主办，省文化和旅游厅具体组织实施的“2018江苏省优秀美术家系列展”在省美术馆开幕。省委常委、宣传部长王燕文出席开幕式并为展览揭幕。

省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯，省文联党组书记、常务副主席、书记处第一书记水家跃，省文化和旅游厅党组成员、副厅长方标军出席开幕式。

杨志纯在致辞中说，即将过去的2018年，是全省美术界不平凡的一年。广大美术工作者围绕庆祝改革开放40周年，用心用情用力书写社会的发展巨变、讴歌伟大的美好时代，创作了一批又一批优秀美术作品，推出了一系列主题美术作品展。这次举办的2018江苏省优秀美术家系列展，有7位美术家在这里闪亮登场，集中展示他们的美术创作成果。

杨志纯说，江苏省优秀美术家系列展是近年我省围绕推动多出人才、多出精品，专门为广大美术工作者搭建的又一重要平台。2016年举办的首届系列展，分别推出了孙晓云、薛亮等8位美术家的个人作品展，在社会上产生了较好反响。这次系列展在活动组织和选拔机制上又作了新的改进，具体表现为三个方面：一是提高了办展规格，由原省文化厅一家主办，转变为由江苏省委宣传部、省文化和旅游厅、省文联三家共同主办。二是完善了评选办法，对申报条件、遴选机制和资助办法作出具体规定，在更大范围内选拔优秀美术人才，让他们有机会在省级平台展现才华、展示成果。三是改变了展览方式，将原先的7个个展合并为1个大展，不仅有

利于整合资源，也有利于形成整体效应，扩大社会影响。此次入选的金田、邢健健、刘春杰、高洪啸、庄道静、盛梅冰、石晓7位美术家，都是江苏美术界的中坚力量。他们分别以国画、油画、版画等艺术门类见长，多次在全国美术活动中获得殊荣，充分展示了江苏美术创作的整体水平。我们相信，这次系列展一定会给观众带来色彩斑斓、精彩纷呈的“美术盛宴”。

杨志纯说，美术是人民群众喜闻乐见的艺术样式。优秀美术作品对于引导人们发现美、崇尚美、追求美，对于激励人的精神、温润人的心灵，都具有重要作用。立足新的时代，面对新的文化使命，省委省政府明确提出，要构筑江苏文艺精品创作高地。在推进文艺精品创作高地建设中，全省广大美术工作者责无旁贷，也必将大有可为。我们要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻全国、全省宣传思想工作会议精神，始终坚持以人民为中心的创作导向，始终坚持“笔墨当随时代”的艺术追求，在深入生活、扎根人民中进行无愧于时代的艺术创造，努力推出立得住、传得开、留得下的精品力作，为在“艺术高原”上筑起座座“艺术高峰”贡献智慧和力量。

入选画家所在地区、单位领导刘伟冬、李燕、周京新、顾小荣、高成富、徐惠泉、刘赦，江苏美术界嘉宾赵绪成、高云、宋玉麟、沈行工、朱道平、薛亮、胡宁娜、刘云、喻慧、李啸、张兴来、余玉奇，省文化和旅游厅部分干部职工，艺术院校师生、美术爱好者和媒体记者参加开幕式。

（厅信息中心）

“百年宋文治——纪念宋文治先生诞辰100周年特展”开幕

12月21日，由江苏省文化和旅游厅主办，江苏省国画院、江苏省美术馆、宋文治艺术馆共同承办的“百年宋文治——纪念宋文治先生诞辰100周年特展”在江苏省美术馆陈列馆开幕。省委常委、宣传部长王燕文，省文化和旅游厅党组书记、厅长杨志纯，省文化和旅游厅党组成员、副厅长方标军等领导参观画展。

此次展览共汇聚宋文治艺术精品100件以及其他珍贵的文献资料，全面展现了宋文治先生的艺术造诣与丰硕成果，同时也为观众认识、欣赏宋文治艺术提供绝佳机会。展览同时还制作了AI识别的导赏程序，观众在现场打开省美术馆微信公众号，在菜单栏内选择“AI识别”，拍摄展厅中带有红色AI标识的展品，即可获得该展品详细语音、图文解说。

宋文治先生是新金陵画派的重要成员及代表画家。江苏省文化和旅游厅一直重视对本地域名家大师的纪念与宣传，借此挖掘、展现江苏美术的深厚历史积淀、高端学术品质，以及与时俱进的开拓创新精神。纪念宋文治先生，既是向前辈艺术家致敬，也是从江苏文化建设的高度挖掘新金陵画派的文化内涵和实践价值。激励当代江苏画家深入学习、贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，立足新金陵画派的历史传承与时代创新，加强现实题材创作，不断推出讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品力作，以体现民族精神、时代风格和中国气派的优秀美术作品和学术研究成果，续写江苏美术的历史辉煌。

（江苏省国画院）

“2018美丽中国行 聚焦江苏湖泊休闲之旅”中央媒体采风宣传推广活动结束

12月17日，由江苏省文化和旅游厅、中国旅游报社共同主办的“2018美丽中国行 聚焦江苏湖泊休闲之旅”中央媒体采风宣传推广活动在南京溧水启动。江苏省文化和旅游厅党组副书记、副厅长陈芬，中国旅游报社总编辑金启宁等出席相关活动。

陈芬表示，无论是苏州、无锡、常州围绕太湖打造的一批休闲度假精品旅游景区，还是淮安打造的洪泽湖古堰世界遗产品牌，均已成为当地的特色旅游地标。将目光聚焦在江苏的湖泊休闲之旅，是江苏旅游“四带两圈一网”省域旅游发展格局的系列推广举措。希望通过媒体朋友们独具匠心的笔触和镜头，立体化宣传和展示江苏湖泊休闲度假产品，全方位挖掘江苏旅游产品转型升级、

高质量发展的新路径，为江苏建设国内领先的旅游强省、国际著名的旅游目的地添柴加薪。

本次活动是“美丽中国行”采风团连续第四年走进江苏，继前三年分别聚焦大运河、扬子江和沿海旅游资源后，今年的主题聚焦江苏的湖泊休闲之旅。启动仪式后，来自中央人民广播电视总台、经济日报、中国商报等20多家主流媒体的记者分成A、B两条采风线路，6天的行程深度探访了南京、常州、扬州、淮安、泰州、无锡、苏州七个设区市具有代表性的湖泊休闲之旅目的地，体验江苏的湖泊休闲旅游资源和产品。

（中国旅游新闻网）

南京旅游职业学院省级示范性高职院校建设项目接受专家组考核验收

12月10日至11日，由江苏省教育厅、财政厅组织的专家组对南京旅游职业学院省级示范性高职院校建设项目进行了验收。验收专家组组长、原常州大学党委书记史国栋教授，专家组成员、原常州工程职业技术学院党委书记袁洪志教授，常州机电职业技术学院党委书记曹根基教授，南京工业职业技术学院院长谢永华教授，南京科技职业学院副院长张小军教授，无锡商业职业技术学院副院长徐汉文教授以及省教育厅高教处处长邵进等一行莅临学院开展验收工作。

10日下午验收专家组在学校领导的陪同下考察了学校酒店在线营销实训室、大学生创新创业中心等实训场所与创新基地。省文化和旅游厅党组副书记、副厅长陈芬，校领

导，各重点建设项目负责人以及中层正职干部出席了汇报会。陈芬副厅长代表省文化和旅游厅在会上致辞。

11日上午，省文化和旅游厅巡视员詹庚庆、省教育厅高教处处长邵进出席验收反馈会。专家组对验收情况进行了反馈，对学校积极开展省级示范校建设所取得的成绩给予了充分肯定，并就学校示范校建设项目存在的不足和问题提出了中肯的建议和意见，为学校进一步巩固和提升示范校建设成果指明了方向。

省文化和旅游厅巡视员詹庚庆、校党委书记王海平分别代表江苏省文化和旅游厅与学校先后作了表态发言。

（南京旅游职业学院）

省厅举办2018年援藏援疆文旅融合专题培训班

为认真贯彻落实党中央、国务院和江苏省委省政府关于大力加强援藏援疆工作的一系列指示精神，助力对口支援地区旅游人才队伍建设培养，12月5日至13日，江苏省文化和旅游厅在南京旅游职业学院举办2018年援藏援疆文旅融合专题培训班，来自西藏拉萨市和新疆伊犁州旅游行政管理部门和重点旅游景区共40名学员参加培训。

培训班以文旅融合为主题，邀请南京农业大学、南京旅游职业学院等单位旅游专家学者，从发展理念、行业趋势、热点剖析等多层次多角度，与参训学员交流分享了文旅

融合背景下旅游目的地建设与运营、民族地区生态文化保护与旅游业发展、乡村旅游策划及品质工程提升、新常态下城市旅游文化开发与保护、旅游安全风险防范体系建设等思路 and 做法。同时，采用“理论教学、案例剖析、研讨交流、观摩体会、经验分享”五位一体的培训教学模式，穿插安排了现场教学内容，组织参训学员围绕“以文化充实旅游内涵、提升旅游宣传、推动旅游发展，以旅游带动文化事业、促进文化交流、推动文化繁荣”等课题广泛开展了交流研讨。

（厅人事处）

苏州旅游总入口举行首届微拍 及游记大赛颁奖典礼

12月13日，苏州旅游总入口首届微拍及游记大赛颁奖典礼在桃花坞唐寅故居文化区苏作博物馆隆重举行。苏州市旅游局领导、姑苏区党政办、接待办，姑苏区古保委，姑苏区经济和科技局，姑苏区财政局、国资委，微拍及游记大赛评委组专家以及获奖选手、媒体代表共计60余人参加了活动。

苏州旅游总入口首届微拍及游记大赛由苏州市旅游局联合东华大学、上海视觉艺术学院、上海工艺美术职业学院、上海政法学院、上海外国语大学贤达学院、苏州大学、苏州工艺美术学院等多所高校，面向摄影爱好者、文学爱好者、旅游爱好者以及所有网友征集的苏州旅游视频以及游记作品的创意创作活动。

活动举办现场还举行了姑苏区陆园园国家金牌导游工作室的揭牌仪式。苏州历史文化名城保护集团有限公司董事长王伟表示，

姑苏区陆园园国家金牌导游工作室将充分利用保护集团所属山塘、平江、桃花坞等一系列古城更新的载体和品牌，在提升导游讲解及服务水平，开发推广姑苏精品旅游线路，设计深度体验定制产品等方面，大胆创新，积极实践，在导游导览方面走在同行前列，在政务商务服务方面敢创行业标杆，筑牢“国家金牌”的口碑。

苏州旅游总入口首届微拍及游记大赛，是一场为平台搭建原创攻略的活动，是一场苏城过隙留墨香的传播活动，通过到苏的游客主动关注、主动参与到主动推广苏州旅游总入口这一官方智慧旅游新平台。下一步，总入口还将更加注重统筹谋划和资源整合，以更多优质活动完善平台内容营销和发挥“苏州旅游总入口”的核心平台作用。

（苏州市旅游局）

花果山风景区签约中国西游记文化研究会共促 “文旅融合·西游之路”

12月16日，由中国西游记文化研究会主办，花果山风景区支持协助的“文旅融合·西游之路”2018全国西游记文化和旅游高峰论坛在北京举办。来自江苏、甘肃、陕西、山西、江西等全国十六个省的专家学者共100余人出席了此次西游文化盛会。

在论坛上，部分教授、专家、学者围绕“文旅融合·西游之路”进行了主旨演讲，并以“文旅融合背景下的《西游记》学术之路”为主题，就文旅融合的时代背景下，对西游记的学术研究之路进行了广泛的讨论，赖振寅教授提出了“学术先行，创意引领”的新概念。对话上，他们也为连云港、敦煌、瓜州的西

游记文旅发展提出了宝贵的意见，各地应该抓住地域特点，区分发展，专家学者提议相互配合，共同推进，切合实际地将历史文化遗存转化为学术，用学术为文化服务，真正将西游记学术转化为旅游文化产业。

为了更好地推动西游记文化旅游事业的发展，会中，花果山风景区管理处与中国西游记文化研究会学术研究中心、敦煌文旅集团签订了合作协议。同时与敦煌世界地质公园雅丹景区也正式签约，为打造连云港、敦煌西游记文化学术课题抒写了一个新的篇章。

（连云港市旅游局）

极光片羽（苏州）国际旅游度假区项目



一、项目背景和建设必要性

1、项目背景

极光片羽（苏州）国际旅游度假区项目位于苏州市吴中区金庭镇东北部沿湖区域。项目总占地面积5467亩，其中建设用地808亩，总建筑面积约30万平方米，由美国HIG汉舍集团投资。基地由上世纪开山采石遗存的两个矿坑宕口和周边低效农田构成。

为贯彻十九大关于生态文明建设工作的决策部署，落实住建部《关于加强生态修复城市修补工作的指导意见》，并结合推进国土资源部关于土地管理和矿产资源领域专项整治的相关要求，同时为防止项目地矿坑岩体的碳酸钙成分经多年废弃与风化，对周边居民及游客可能带来巨大安全隐患，汉舍集团自2012年就开始关注推动该片区的矿坑

生态修复工作，致力于以生态修复和生态文明建设为基底，以国际化的视野和手法进行打造，以“自然”为载体，以“教育”为核心，以“生活方式”为生命力，让整片废弃矿坑区域得以“重生”，为中高端人群打造一个为期2-3天的旅游度假目的地，让体验项目的游客实现“焕心”之旅。

二、投资主体和性质

投资主体：香港新汉舍投资集团有限公司

性质：港资企业

三、主要建设内容和建设规模

项目以生态修复和生态文明建设为基底，以国际化的视野和手法进行打造，以田园为底、以水为脉、以文化为魂，形成了一核两翼的三片区整体功能结构，分别为：北

部片区矿坑酒店、生态公园；中部片区常春藤科普教育基地及农场；南部片区皓隐小镇（传统文化艺术体验）。以中部片区的常春藤科普教育基地及农场为核心，通过丝带一般的景观道路辐射带动串联南北两翼。

北部片区占地面积 1352 亩，建筑面积约 10 万平米，总投资额 28 亿元人民币。其中北矿坑约 300 亩，南矿坑约 250 亩，其他约 802 亩围绕矿坑将打造：矿坑地景酒店；工业博物馆；矿坑会议中心；矿坑生态艺术公园。中部片区占地 3182 亩，建筑面积约 7 万平米，总投资额 9 亿元人民币。

整个中部片区将建设美国常春藤科普教育基地；农产品展销中心；农场酒店；有机餐厅；有机果蔬种植农场及水产品农产。

南部片区占地 933 亩，建筑面积约 13 万平米，总投资额 16 亿元人民币。融合传统文化与艺术打造皓隐商业小镇。皓隐小镇

以三大内容构成：传统手工艺体验中心；以商朝教育的“礼、乐、射、御、书、数”为主题的君子六艺馆；以金木水火土为元素的主题客栈。

四、总投资与资金渠道

总投资额约为 65.6 亿元人民币，资金自筹。

五、建设起止年限：2018 年至 2022 年

六、项目进展：

- 土地利用规划调整完毕；
- 项目详细概念规划方案完成；
- 酒店群建设标准化正在进行中；
- 旅游运营策略已制定完成；
- 项目公司成立，核心团队人员到岗。



“冬恋陶都” 暖心宜兴二日游

推荐理由： 冬天的幸福是什么？或许每个人心里有不同的定义。寒冬里的一顿原生佳肴散发出的滋补香味是贯彻身心的暖流；一次没有目的的雪中信步又恰逢竹青落于肩头是意外收获的惊喜；一次随心所欲的制陶体验是了解千年陶瓷文化的绝佳机遇；一场流光溢彩的溶洞探险是探寻大自然鬼斧神工的奇妙经历。游览结束之后，还可以去竹林间泡下温泉，减轻一天的疲惫，享受山林乐趣。

冬临江南暖宜兴。冬季养生，对人体大有裨益。中医养生学认为，适应四季阴阳才能维持生命活力。冬季是阴气极盛、万物收藏之季，养精蓄锐，才能适应明春之生机。宜兴冬日的滋补美味、踏雪、制陶、温泉及溶洞体验，会让这个冬天有特别的幸福感觉！

宜兴地处苏、浙、皖三省交界的沪宁杭三角中心。全市总面积 2038 平方公里，人口 107 万。宜兴古称阳羨、荆溪，自秦代建县已有 2200 多年建城史，7300 多年制陶史，是我国著名陶都和太湖风景名胜区的旅游城市。宜兴四季分明、物产丰富，以“陶的古都、洞的世界、竹的海洋、茶的绿洲”著称。

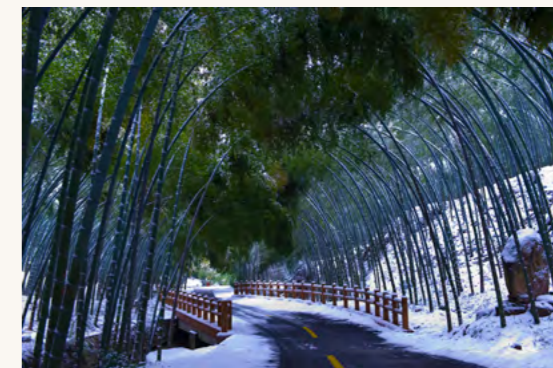
宜兴山水与城市相依，人文与景观辉映，意趣无穷的“吴中山水”旖旎风光，使宜兴成为一幅活脱脱的泼墨诗画。多情迷人的宜兴山水，热忱欢迎着每一位中外游客的到来！

泥公社（手工制作）

二、行程亮点

1、竹海景区

竹海风景区位于宜兴市湖汊镇，是国家 4A 级旅游景区、国家风景名胜区、省级森林公园、无锡旅游十八景及宜兴十佳景点之一。近 1.5 万公顷竹海随山势而起伏，好似大海波涛翻滚，绵延不绝，有“中国第一竹海”之称。景区以一望无际的浩瀚毛竹景观为主体，以清丽脱俗、风光绝胜的“竹海镜湖”为衬托，景区内山清水秀，奇趣天成。主要景点有“太湖第一源”“苏南第一峰”“镜湖秀色”“索桥凌波”“寂照禅寺”“竹林飞瀑”“翡翠长廊”“悬空栈道”“宜竹心创”等，是我国竹风景、竹风情和竹文化的代表性景区之一。



一、推荐线路

第一天游览内容

上午：冬恋湖汊·踏雪寻竹 游览竹海景区

下午：暖冬探寻·溶洞风光 游览善卷洞景区

第二天游览内容

上午：寻迹紫砂·陶冶气息 游览陶瓷博物馆

下午：暖心制陶·身临其境 游览紫

2、善卷洞景区

善卷洞风景区位于张渚镇螺岩山中，面积 128 公顷，是国家 4A 级旅游景区。景区开发于 1921 年，于 1934 年开放，1982 年被国家建设部确定为国家重点风景名胜。主要游览点有万古灵石、善卷洞、祝英台读书处、碧鲜庵碑、善权寺、圆通阁、拜斗坛、国山碑、爱情邮局、梁祝文化博物馆、连理双桥、比翼阁、蝴蝶苑、陶吧等。善卷洞是远近闻名的洞天奇观，分上、中、下三洞及水洞，洞洞相通，巧夺天工。景区也是“梁祝文化”的发源地，是我国著名的旅游胜景。



3、温泉体验

宜兴富陶温泉酒店位于“华东第一生态路”——张灵慕旅游观光线沿线，处于深氧之路、山水旖旎的阳羡湖畔，青山妩媚，层林碧透。距离高铁站和 104 国道 15 分钟左右路程，交通便捷，环境优美。整体建筑风格采用龙形和风形相结合，处于山水之间，彰显生动，充满祥瑞之气，意寓龙凤呈祥之势。酒店拥有 36 个室外温泉养生功能池，以及 SPA 理疗、儿童戏水池等，是休闲养生的上佳去处。深氧度假，竹海温泉，山水茶韵，尽在富陶。



4、陶瓷博物馆

中国宜兴陶瓷博物馆位于丁蜀镇，占地 4 公顷，是国家 4A 级旅游景区。馆区内绿荫环抱，曲水小桥，亭榭茶座，琉璃灯柱，景色幽雅宜人。4000 余平方米的展馆内陈列着万余件陶瓷精品，分布于古陶、名人名作、紫砂、均陶、青瓷、精陶、美彩陶、艺术陶、世界陶瓷等十六个展厅，堪称丰富的陶瓷艺术宝库。在全国十大产区的陶瓷展馆中，其品类之多，藏品之富，独树一帜，无与伦比。中国宜兴陶瓷博物馆是集观赏、考古、旅游、制作、购物于一体的综合展馆，也是宜兴灿烂陶文化的一个缩影。



5、紫泥公社

在这里游客可以在导游的解说下，欣赏近千件造型丰富的紫砂精品，更有紫砂陶艺、茶叶茶器、古典家具、字画等作品

与之相映成趣，从中领略到浓缩的宜兴的陶文化和茶文化。还可以跟随专业老师一起学习制作紫砂杯，打泥片、围身筒、上底片、做把、嘴和钮以及后期修整，最后进窑烧制，成品可以邮寄回家作为纪念品收藏。



8 个发达国家乡村振兴的成功经验

沈费伟 刘祖云

中国在改革开放后，几十年走完西方主流发达国家几百年的发展之路，城乡生存与发展环境产生巨大落差与不平衡，那么，发达国家的乡村振兴是怎么做的呢？乡村是如何在发达国家变成与城市相和谐的存在呢？下面，让我们看看 8 个发达国家乡村治理的成功模式，也希望从中可以给我们带来一些启发。

一、8 大发达国家乡村治理模式

1. 因地制宜型：日本造村运动

日本因地制宜型模式是指在乡村治理中，以挖掘本地资源、尊重地方特色为典型特点，通过因地制宜地利用乡村资源来发展和推动农村建设，最终实现乡村可持续性的繁荣，以日本的造村运动最为典型。

治理背景：二战后，日本政府为了提升社会发展的速度，实行了一套城市偏向政策，注重发展城市工业，片面追求经济发展，以求快速推动整个国家的繁荣。在这种策略引导下，势必会导致城乡发展的不均衡，造成农村发展的落后。

为了振兴农村，实现城乡一体化目标，大分县前知事平松守彦率先在全国发起了以立足乡土、自立自主、面向未来的造村运动。在政府的大力倡导与扶持下，各地区根据自身的实际情况，因地制宜地培育富有地方特色的农村发展模式，形成为世人称道和效仿的“一村一品”。

日本“一村一品”成功之道：首先，日本政府根据本国的地形特点、自然条件状况，培育了独具特色的农产品生产基地，譬如水产品产业基地、香菇产业基地、牛产业基地

等。

其次，为了提升农产品的附加值，政府采取对农、林、牧、副、渔产品实行一次性深加工的策略。再次，充分发挥日本综合农协的作用，在农产品的生产、加工、流通和销售环节建立产业链，促进产品的顺利交易。接着，通过完善教育指导模式，开设各类农业培训班、建立符合农民需求的补习中心，提高农民的综合素质和农业知识。最后，政府对农业生产给予大量补贴和投入，支持农村发展。造村运动振兴了日本农村经济，促进了日本农业现代化的实现。

日本造村运动经验总结：因地制宜型模式在具体的乡村治理实践中，非常讲究具体问题具体分析的思路，通过整合和开发本地传统资源，形成区域性的经济优势，从而打造富有地方特色的品牌产品。从当前农村发展的现状来看，很难找到适用于各地区的标准化乡村治理模式，因此，因地制宜型的乡村治理能够充分发挥本地优势，有利于提升乡村社会的整体效益。

2. 自主协同类型：韩国新村运动

韩国自主协同型模式是以创造低成本推动农村跨越式发展的典型模式，主要通过政府努力支持与农民自主发展相配合共同推动与实现乡村治理的目标，以韩国的新村运动为代表。

治理背景：和日本造村运动的背景相似，韩国新村运动也是在国内最初重点发展工业经济，壮大城市发展，由此导致了城乡两极分化、农村人口大量外流、贫富差距悬殊的情形下开展的。20 世纪 70 年代，韩国政府

为了改善城乡关系、推动农村发展，增加农民收入，决定在全国实行“勤勉、自助、协同”的新村运动。自主协同型的韩国新村运动模式具有科学的发展策略。

韩国乡村治理策略与执行：第一，针对农村基础设施破旧的现状，政府在乡村积极兴建公共道路、地下水管道、乡村交通、河道桥梁，以此整顿农村生活环境，提升农民生活质量。

第二，通过改变现在的农业生产方式，推广水稻新品种，增种经济类作物，建设专业化农产品生产基地，提升村民的经济收入。“农户副业企业”计划、“新村工厂”计划以及“农村工业园区”计划也都是政府为了优化农业产业结构，增加农民收入的重要举措。第三，培育和发展互助合作型的农协，通过对各类农户提供专业服务和生产指导，以此促进城乡实现共赢。

第四，在各个乡镇和农村建立村民会馆，用于开展各类文化活动，激发农民的参与性和积极性。第五，政府在农村中开展国民精神教育活动，提高乡民的文化知识，创造性地让农民自己管理乡村和建设农村。新村运动的实施改变了韩国落后的农业国面貌，重新焕发了乡村的活力，实现了农业现代化的目标。

韩国自主协同模式经验总结：自主协同型模式是在城乡差距十分大的国家或地区非常实用的一种乡村治理模式。一方面，政府为了维护自身的合法地位，塑造良好的政府形象，需要对农村进行整治和改造；另一方面，长期处于贫困境遇的农民，也非常愿意通过自身的努力改变落后的现状，改善生活质量和增加经济收入。

3. 循序渐进型：德国村庄更新

德国循序渐进型模式是将乡村治理看做一项长期的社会实践工作，在这过程中，政府通过制度层面的法律法规调整，对农村改

革进行规范和引导，逐渐地将乡村推向发展与繁荣，以德国的村庄更新为典型。

德国的乡村治理起步于 20 世纪初期，其中对于村庄更新是政府改善农村社会的主要方式，历经了不同的发展阶段：1936 年，政府通过实施《帝国土地改革法》，由此开始对乡村的农地建设、生产用地以及荒地地进行合理规划。1954 年，村庄更新的概念正式被提出，在《土地整理法》中政府将乡村建设和农村公共基础设施完善作为村庄更新的重要任务。在此之后，德国的巴登威滕堡州、巴伐利亚州都陆续出台了村庄更新的发展计划。1976 年，德国在总结原有村庄更新经验的基础上，不仅首次将村庄更新写入到修订的《土地整理法》，而且试图保持村庄的地方特色和独具优势来对乡村的社会环境和基础设施进行整顿完善。

德国的乡村治理起步于 20 世纪初期，其中对于村庄更新是政府改善农村社会的主要方式，历经了不同的发展阶段。

到了 20 世纪 90 年代，村庄更新融入了更多的科学生态发展元素，乡村的文化价值、休闲价值和生态价值被提升到和经济价值同等重要的地位，实现了村庄的可持续发展。

德国村庄更新的周期虽然漫长，但是所发挥的价值和起到的影响都是深远的，对于乡村治理来说，这种对村庄循序渐进的发展步骤更能使农村保持活力和特色。

德国村庄更新经验总结：循序渐进型模式是针对经济社会的快速发展，政府需要不断调适现行的乡村治理目标、方式和手段，以求实现农村社会的整体效益，这是一个长期的发展过程。在循序渐进型的乡村治理模式下，政府通过宏观上的规划制定和综合管理，依靠制度文本和法律框架促进农村社会的有序发展。

4. 精简集约型：荷兰农地整理

精简集约型模式是指在国土面积不大、

乡村资源相对匮乏的国家，通过整合现有农村资源，充分发挥地区优势，促进农村社会的和谐发展，以荷兰的农地整理为代表。

荷兰的国土面积仅为4万多平方公里，却成为了仅次于美国的世界第二大农业出口国，这样的成就和荷兰乡村实行的精简集约型的农地整理模式是密切相关的。

早在20世纪50年代，荷兰政府就颁布实行了《土地整理法》，明确了政府在乡村治理中的各项职责和乡村发展的基本策略。在此之后通过的《空间规划法》对乡村社会的农地整理进行了详细规定，明确乡村的每一块土地使用都必须符合法案条文。

1970年以后，荷兰政府重新审视了农地整理的目标，通过更加科学合理的规划和管理，避免和减少农地利用的碎片化现象，实现农地经营的规模化和完整性。从荷兰农地整理推行的发展方向来看，政府已经改变了过去只强调农业发展的单一路径，而转向多目标体系的乡村建设。

譬如：推进可持续发展的农业，提高自然环境景观的质量；合理规划农地利用，推进乡村旅游和服务业的发展；改变乡村生活质量，满足地方需求等。通过农地整理，荷兰的乡村不仅环境良好、景观美丽，而且农业经济发达，农民的生活条件也日益优越。

荷兰土地整理经验总结：精简集约型模式是国家在农村资源相对有限的情形下，通过对乡村的精耕细作、多重精简利用的方式，达到规模化和专业化的经济社会效益。在精简集约型模式运作下，一方面促进了农村经济的发展，保护了乡村地区的自然生态环境；另一方面也达到了村庄城市化、可持续性发展的目的。

5. 生态环境型：瑞士乡村建设

生态环境型模式是指政府在乡村建设中，通过营造优美的环境、特色的乡村风光以及便利的交通设施来实现农村社会的增值

发展，提升农村的吸引力，其中瑞士的乡村建设最为典型。随着社会化和城市化的发展，瑞士的农村和农民不断减少，但是瑞士政府依旧将乡村发展作为推动国家前进的重要组成部分，努力实现乡村社会的繁荣。

瑞士政府对于乡村建设的主要做法，是十分重视自然环境的美化和乡村基础设施的完善。政府通过制定相关激励政策，对农业发放资金补助，向农民提供商业贷款，帮助其改善农村环境。

通过国家财政拨款和民间自筹资金的方式，政府为乡村建设学校、医院、活动场所以及修建天然气管道、增设乡村交通等基础设施，以此完善农村公共服务体系，缩小城乡之间的差距。在政府对乡村的持续性改造下，使得村庄风景优美，生机盎然；乡村静谧，环境舒适宜人；乡村基础设施完善，并且交通便利。

现阶段，瑞士的乡村将农村与周边的自然环境协调起来，以环境优美著称，有着独具特色的田野风光，因而成了人们休闲娱乐和户外旅行的好去处。

瑞士生态环境型经验总结：生态环境型模式是以绿色、环保理念为依托，强调将乡村社会的生态价值、文化价值、休闲价值、旅游价值以及经济价值相结合，从而改善乡村生活质量，满足地方发展需求。生态环境型模式在工业发达、城市化水平较高以及乡村建设已经达到领先地位的发达国家比较适用，也是农村现代化的样板。

6. 综合发展型：法国农村改革

综合发展型模式是指以满足农村现代化的需求为核心，通过农村建设的集中化、专业化以及大型化方式，推动乡村的综合发展，以法国的农村改革为典型。法国作为经济高度发达的资本主义国家，既是一个工业强国，又是一个农业富国。

法国只用了二十多年时间就实现了农村

现代化建设，这主要是缘于法国政府采取了适宜的发展策略，积极有效地推进农村改革。法国农村改革主要包括两方面内容，“发展一体化农业”+开展领土整治。

所谓“一体化农业”，就是在生产专业化和协调的基础上，由工商业资本家与农场主通过控股或缔结合同等形式，利用现代科学技术和现代企业方式，把农业与同农业相关的工业、商业、运输、信贷等部门结合起来，组成利益共同体。

实行“一体化农业”能够将农业和其余相关部门集合起来，通过其他部门和机构提供资金和技术指导带动农业建设，实现对农业的支持和反哺。

二是开展领土整治，通过国家相关法律法规帮助和支持经济欠发达地区的乡村，实现农村社会资源的优化配置，以此加快乡村社会的现代化建设。

法国在进行农业一体化改革和开展领土整治工作中，政府都非常强调应用财政扶持、技术保障以及教育培训等综合的方式来支持乡村建设，助推乡村社会的善治。这些措施最终能够加快乡村地区的发展，使得城市和乡村地区的发展速度、经济水平和预期目标趋于平衡。

法国生态环境型经验总结：综合发展型模式是在国家整体规划和科学指导的精神下，通过有效协同的方式，加强各部门间的联系，很好地整合社会中各个部门的优势资源，使其共同致力于推动乡村社会的发展。综合发展型模式非常强调完善的合作机制，以融合和互促的手段建设利益共同体，形成工农共同发展的良性经济循环，加快了农业现代化的实现。

7. 城乡共生型：美国乡村小城镇建设

城乡共生型模式以遵循城乡互惠共生为原则，通过城市带动农村、城乡一体化发展等策略来推动乡村社会的发展，最终实现工

业与农业、城市与农村的双赢局面，以美国乡村小城镇建设为典型。美国是世界上城市化水平最高的国家，在乡村治理过程中，非常推崇通过小城镇建设来实现农村社会的发展。

治理策略背景：20世纪初，美国城市人口不断增加，城市中心过度拥挤，导致许多中产阶级向城市郊区迁移，极大地推动了小城镇的发展。再加上汽车等交通工具的普及、小城镇功能设施的齐全以及自然环境的优越，进一步助推小城镇的成长和发展。美国小城镇的发展与政府推行的小城镇建设政策有着密不可分的关系。

1960年，美国推行“示范城市”试验计划的实质就是通过对大城市人口分流来推进中小城镇的发展。在小城镇的建设上，美国政府非常强调富有个性化功能的打造，结合区位优势和地区特色，注重生活环境和休闲旅游的多重目标。

小城镇有着良好的管理体制和规章制度，能够对全镇的经济社会进行统筹监管，保证小城镇发展的有序与稳定。由于美国城乡一体化已经基本形成，因此，美国小城镇建设能够很好地带动乡村的发展。

美国城乡共生型经验总结：城乡共生型模式产生于特殊的社会人文环境，多见于经济发展程度较高的发达国家，以农村完善的公共服务体系和发达的城乡交通条件为基础，能够全面提升国家的现代化水平。在城乡共生模式下，政府在追求经济目标的同时，更加重视乡村生态、文化、生活的多元化发展。

8. 伙伴协作型：加拿大农村计划

伙伴协作型模式是指在互相交流和充分沟通的基础上，通过跨部门间的协商合作形成战略伙伴关系，最终共同致力于乡村善治目标的实现，以加拿大的农村计划最为典型。加拿大作为世界上最发达的国家之一，但也

存在着城乡之间贫富分化的情况。

为了扭转这一现象，提升乡村社会的活力，加拿大政府于1998年颁布实施《加拿大农村合作伙伴计划》，加强对农村基础设施建设、公共事务治理以及村民就业教育问题的解决力度。

加拿大伙伴型乡村治理模式主要体现在五个方面：第一，通过建立跨部门的农村工作小组支持和解决乡村问题，提高工作效率，降低政府行政成本；第二，建立农村对话机制，定期举办农村会议、交流学习、在线讨论等活动，及时掌握社情民意，为民众排忧解难；第三，构建农村透镜机制，使各级政府部门官员站在村民立场上，时刻牢记为民服务的宗旨；第四，推动和组织不同主题的农村项目，激发企业和个人到农村创业的激情；第五，在欠发达的农村地区建立信息服务系统和电子政务网站，为村民提供信息咨询服务和专家指导建议。通过农村协作计划的实行，政府成了维护村民利益、提高农民生活水平的好伙伴，极大地推动了乡村地区的发展和社会的繁荣。

加拿大生态环境型经验总结：伙伴协作型模式改变了以往政府高高在上的形象，政府通过协调各部门之间的关系，与村民形成新型的合作伙伴，积极帮助农民改善生活，促进农村现代化的快速实现。伙伴协作型乡村治理模式的主要价值在于实现城乡的统筹协调发展，通过平衡城市与农村的经济社会发展水平，提高农村社会的整体效益。

二、中国乡村治理模式核心思考

1. 八大乡村治理模式的梳理

综上所述，西方发达国家乡村治理已经走过漫长的历程，至今已形成了八种乡村治理模式。这些乡村治理模式尽管类型多样（有些是自上而下产生的，有些是上下结合驱动的）、特点各异（有些是外生的，有些是内生的），但是其都发挥了政府部门、农民协

会、乡村精英、普通村民、城市、企业、高等院校、金融机构等参与主体的功能作用和内在价值，充分体现多中心治理理论的思路，从而实现了乡村社会的稳定繁荣发展。

2. 中国乡村治理所需集聚力量

根据发达国家乡村治理的成功经验与我国乡村治理过程中呈现的问题、需求，可以找到乡村治理的基本规律与基础原则：每个国家成功的乡村治理都离不开政府站在农业发展、农民生活改善、乡村生态的保护的“利农”角度，发挥政府的支持、基础和统筹主导力量，具体提供法律支持和资金保障；农民协会改善村民的弱势地位；城市、企业和高等院校推动乡村的发展与繁荣；村民尤其是乡村精英加快农村改革的进程，以及农村金融机构承担着乡村可持续发展的重担。

3. 中国乡村治理模式建议

结合我国乡村治理的发展历程、主要特点和国外乡村治理成功的经验，当前我国需要构建的乡村治理模式是“有限政府、农民主体、依托农协、全社会参与”的多中心的乡村治理模式，具体包括确立有限政府的原则，提高村民的主体地位，充分发挥农协作用，调动城市、高等院校、企业与金融机构等乡村治理主体的积极性，共同致力于农村现代化建设。

（作者单位：南京农业大学公共管理学院）

塔斯马尼亚掠影

王正宇

去年夏天我在澳大利亚旅行，途径墨尔本时与一老友不期而遇，酒热酣畅之间少不了海阔天空的闲聊。得知我来澳洲多次，悉尼、堪培拉、墨尔本、布里斯班、阳光海岸、大堡礁、大洋路等都已经去过，他建议，有机会你要到塔斯马尼亚去看看，你一定会被那里的生态美景和自然风光所折服的。他还告诉我，根据联合国的评定，塔斯马尼亚是这个地球上阳光、空气和水最洁净的地方呢！

塔斯马尼亚竟有如此美誉？我记住了塔斯马尼亚的名字，盘算着早点前去一睹它的芳容。今年国庆节，我们几个好友结伴而行，将塔斯马尼亚作为了此番澳洲旅行的首选目的地。

同行中有一位L君，善于思考又很细心。出发前，他似乎做足了有关功课。他告诉大家，若论塔斯马尼亚的历史，从荷兰人发现这块大陆，到成为英国人的殖民地，至今也才有几百年的光景。他还告诉我们，澳大利亚联邦共有七个洲，塔斯马尼亚是唯一的岛屿洲。它处于澳洲的最南端，在澳洲所处的位置，有点类似于海南岛在中国的位置。海南岛与大陆隔着琼州海峡，塔斯马尼亚与大陆则隔着巴斯海峡。塔斯马尼亚的面积有九万多平方公里，比台湾和海南的面积之和还要大两万多平方公里。台湾和海南的人口加起来超过了三千万，塔斯马尼亚的人口才有五十多万。澳洲的地大物博、人烟稀少、生态优美，在塔斯马尼亚表现得最为明显。我们此行正是可以去感受、去体验的。

这究竟是怎样一个美丽、神奇、圣洁之所在呢？带着满满的好奇和探求之心，我们登上了去塔斯马尼亚的飞机。

塔斯马尼亚的首府霍巴特是仅次于悉尼的澳大利亚最为古老的城市。从悉尼飞霍巴特，用了不到两个小时的飞行时间。

在塔斯马尼亚大地上穿行，我们充分领略了塔斯马尼亚的独特风光和如画风景。塔斯马尼亚有着如今世界上保持最为完好的生态系统，塔斯马尼亚的森林覆盖率居全澳之首，全州40%的地域被列为国家公园、自然保护区、世界自然遗产。展现在世人面前的是纯真的美景、原生态的风貌。这里，有绵延的奇峰山脉，有起伏的丘陵高地，有飞溅的瀑布激流，有神奇的海湾沙滩，有茂密的原始森林，有广袤的原野牧场，有幽深的峡谷湿地。最为难得的是，这些大多数都是人迹罕至、原生态、未曾开发的呀！

五天的旅行，我们一行最为强烈的感受是，塔斯马尼亚几乎涵盖了大自然的各种景观和风貌。这里的自然风光色彩斑斓、五彩缤纷，更是全景式、纯天然的。地形地貌的丰富多样、植物动物的丰富多样、自然资源的丰富多样，再带有原始的、纯真自然的特征，就更容易让人惊叹、让人陶醉、让人折服！

我们先后下榻在霍巴特和郎塞斯顿的星级宾馆。清晨，推开窗户，只见阳光照耀下的大地绿草茵茵，空气透明澄澈，能见度如同观看超高清的电视画面。碧蓝碧蓝的天空，如同刚刚清洗过的聚光灯下的蓝色布幔一样，一尘不染。空气中，弥漫着青枝绿叶的芬芳，清新可人。远方，连绵的山谷、起伏的丘陵、广袤的原野、蜿蜒的海湾。近处，绿色的草坪、静静的河流、欧式的建筑、整洁的道路……毫不夸张地说，你任意拍摄一张照片，

都会是明丽醉人的风景画，都会是无需任何艺术加工的油画。

塔斯马尼亚的生态保持无疑是当今世界最为完好的地区之一。取得如此成就，当然有该地区经济发展相对较慢的原因，但更为重要的还是得益于环境保护的意识和环境保护的手段。这里，有着非常严格的生态管控措施。到塔斯马尼亚，只有飞机和游轮这两种途径，但入境时都必须接受特别的检查。塔洲在严防外来物种入侵方面下足了功夫，严令禁止外来相关物种，包括新鲜水果、鱼类、植物种子等的进入，否则，一律没收并加以处罚。我们一行登机前就收到了专门的提示，下飞机取行李时，果然看到一条健壮的大狗正在所有入境旅客的箱包边上嗅气味呢！

塔斯马尼亚的公路与我们的国道高速的现代化程度不是一个等量级，甚至不能与我们的省道相比。我们走过的1号公路和A3公路，路面都显得比较狭窄且曲折。但是这里车辆不多，沿途迤迤的风光、壮丽的景色，令人目不暇接、心旷神怡。连日的旅行，大家全然没有疲惫和烦躁，倒是十分的轻松和愉悦。映入眼帘的是蓝蓝的天空，天际线处是黛褐色的连绵的群山，地面上是一望无际的绿色的草地牧场，黄色的油菜花，紫色的薰衣草、粉红色的郁金香，牛羊成群结队自由悠闲地咀嚼青草，一排排苍劲的树林将天然牧场做出了自然分割……大自然赋予的立体的画面、多彩的色调、圆融的景观，构成了塔斯马尼亚原野上几乎随处可见的赏心悦目的景象。导游小柳是个乐天的小伙子，他学牛羊的叫声惟妙惟肖、非常逼真，经常引来牛羊的凝神驻足和齐声叫唤，更衬托出大地的宁静。

塔斯马尼亚是澳大利亚山脉最多的洲。这里的山脉多而不高，很少1500米以上的高山，但这里的山脉却不乏雄奇壮观和陡峭险峻。惠灵顿山离霍巴特大约才20公里，海拔1270米，我们是乘车上去的，一下车就能感受到呼呼的大风，让人很有些寒意。山顶上，乱石林立，形状怪异。山顶的天气更是变幻多端，时而云雾缭绕，时而云开日出，时而风雨交加。山峰上设有多个观景瞭望台，倒是眺望霍巴特全貌的绝佳之处。

摇篮山是塔斯马尼亚世界文化遗产自然保护区之一，位于郎塞斯顿北部圣嘉利湖国家公园内。摇篮山因两座山峰之间有一突出的石块形同躺睡的儿童而得名。虽然已经是初春时节，但山头的积雪尚未融化，远远望去，蓝蓝的天穹下，摇篮山山峰显得十分巍峨。山脚下的多芬湖，湖水清澈，平静如镜，摇篮山的倒影在湖水中清晰可见。湖岸边，古树苍劲挺拔，灌木郁郁葱葱，那别具匠心的木屋船舍点缀旁边，空中不时传来不知名的鸟叫……这是怎样一种梦幻般的宁静！远离都市、避开纷扰，一切的喧嚣、烦闷都是那么遥远，游人的灵魂在此是能够得到放松和休息的。

亚瑟港位于霍巴特的东南海岸。这里地理条件独特，三面都是深水，大英帝国时期一批英国囚犯被关押在此。如今，这里被列为世界文化遗产对公众开放。海浪、沙滩、礁石、树林、绿地，一切都是十分的安详、静谧、雅致。然而，在这里游人看到的那英伦味十足的建筑残垣，那斑驳陆离的监狱遗迹，那满是坟墓的“死亡之岛”，那些令人毛骨悚然的传说，能够感受到历史的沉淀和沧桑，能够抚摸到并不遥远的殖民史书。青山绿水下发生的暴力、管押、杀戮，很是让人匪夷所思，然而它又是实实在在地发生过。

塔斯马尼亚有着漫长的海岸线。这儿的海岸景观煞是奇特。地壳运动，催生了众多的峭壁悬崖，或奇峰突兀，或险峻陡峭，这类地理岩石景观重峦叠嶂、千奇百怪。令人叫绝的是，经过几千万上亿年的海浪的冲刷、洗涤和侵蚀，海岸边的许多礁石都赋予了艺术的外形和灵性。

亚瑟港附近的塔斯曼半岛，是游客必去的著名景点，以四大自然奇观闻名于世。喷水洞、塔斯曼拱门、棋盘道、魔鬼厨房，这四大自然景观都是若干年地壳运动引起的地质变化衍生物。魔鬼厨房说的是一种叫做袋獾的动物，善于躲在悬崖下猎食的传说。从悬崖上往下看，巨大的落差会让人目眩神晕、怦然心跳。经常有奔跑的动物在此处摔下去（一说是海盗杀人后将尸体从悬崖抛下），正成为守候在此的袋獾的美餐。在喷水洞和塔斯曼拱门附近，我们看到，海浪从远处汹涌而至，撞击着岸边的礁石，激起白色的硕大浪花。惊涛拍打着岸边，卷起的排浪汹涌澎湃，涌向溶洞和拱门时，如同惊雷炸响，隆隆轰鸣之声不绝于耳。在被称作棋牌石的海湾，那些岸边的礁石，线条横平竖直，整齐划一，宛如刀切电锯一般，有的礁石竟然多达四五个层次之多。驻足在这些礁石上，不由得对大自然的鬼斧神工，增添了更多震撼和敬畏。

地壳运动造就了塔斯马尼亚众多美丽的海湾。蓝色的海水、白色的海沙、多彩的岛礁，构成了这些海湾的美丽风景。海盗湾的山水与蓝天白云相聚，海面上点点白帆，让人难以忘怀、流连忘返。火焰湾的礁石呈现迷人的红色，成片的红色礁石在阳光照射和白色沙滩的映衬下，宛如熊熊燃烧的火焰，给人带来美轮美奂的视觉享受。导游看出了我们的疑惑，告诉我们，这个地方的海藻中含有某种特殊成分，红色礁石的形成则是这类海藻常年侵蚀的缘故。

最具盛名的海湾大概就是酒杯湾了。它位于塔洲东海岸菲欣纳国家公园内，据说是世界上最美丽的十大海湾之一。沿着崎岖的山路，穿过浓密的山林、跨过嶙峋的山石，经过一个多小时的跋涉，我们一行终于登上了山峰。一幅绮丽壮美的画面赫然映入眼帘。只见蔚蓝的天空和湛蓝的海水交融在一起，海湾呈半月形的优美弧线静静地躺卧着，如同盛满美酒的水晶玻璃杯。海滩上，银白的柔柔的细沙绵延蜿蜒，蓝色的海水向岸边涌来，浪沙相拥，激情相吻，宛若酒杯沿上的泡沫。耳边不时传来风声、鸟声、水声，自然声音停息时出现的空灵寂静真的撩人心旌。

在下山的途中，我们见到一支大约由七八位老人组成的队伍，开始我们以为他们也是前来观光旅游的，仔细一看，他们手上都拿着一个大袋子，袋子内装着果皮、废纸、塑料瓶等各类垃圾。一打听，原来，这些老人是环保自愿者，他们每隔几天都要上山来捡拾游客丢弃的垃圾。我们一行不约而同地向老人们伸出了大拇指点赞，老人们举起手中的“战利品”让我们拍照，然后，乐呵呵地笑着赶路了。

品尝美食当然是旅游活动不可或缺的内容。澳洲不啻美食家的天堂，其海鲜在全世界都是闻名遐迩的。地处南太平洋的塔斯马尼亚，算得上是最靠近南极的地区，其海鲜足以代表澳洲的水平。这里的海水深澈纯净，未受污染，海产品品种丰富、鲜活生猛、质地鲜美，像龙虾、鲜鲍、帝王蟹、生蚝、扇贝、三文鱼等等，鲜嫩肥美，营养丰富，可口卫生，无与伦比，令游客们大饱口福。到达塔斯马尼亚首府霍巴特，汽车刚刚驶出机场，当地的导游小柳就将我们带到了一家生蚝农庄俱乐部，让大家品尝生蚝，说是给到达塔斯马尼亚客人的见面礼。肠胃敏感的C君，在国内吃了稍微不洁的食物就会闹肚子，此次在大家的劝说之下，几天下来，C君吃了多次海鲜，都未曾发生意外情况呢！

在塔斯马尼亚我们还见到了不少飞禽走兽，许多都是珍稀罕见的品种，如鸭嘴兽、海马、海豹、海豚、企鹅、鲸鱼、袋獾等。澳大利亚是世界上著名的有袋动物的王国。袋鼠是澳洲特有的产物。在塔斯马尼亚的公路上、树林里、田野中，几乎随处可见袋鼠的身影。奇怪的是，这里的袋鼠全然没有健壮硕大的身材，更没有好斗的拳击手的模样，它们普遍个头矮小、慵懒贪吃，但它们的动作敏捷，与人类相处时保持着特有的机敏和

警惕。

一路上，L君不断在念叨，不知道能否看到塔斯马尼亚袋熊呢。我们从摇篮山国家公园出来时还真的看到了袋熊。袋熊的外形像胖胖的小猪，体型粗壮、矮胖敦实、憨态可掬，令人称奇的是袋熊的育儿袋不像袋鼠那样长在腹部，而是向后开口，长在屁股的上方。袋熊妈妈背着小袋熊，时而缓步，时而跳跃，小袋熊探头探脑，一副蠢萌的模样。有趣的是，袋熊似乎乐意与人类和平共处，吃草时旁若无人专心致志的样子煞是可爱，近距离观察或与它拍照，也不回避。更让人惊奇的是袋熊的排泄物，它的便便竟是方方正正的块状物。同行中有人咨询L君，他说晚上回去查查资料。第二天问及此事，还是没能说出个所以然来。

众多风景优美的乡村小镇映衬着塔斯马尼亚的自然之美。古老的教堂、古朴的大树、古色古香的木屋，是塔斯马尼亚乡村小镇的标配。这里的风情、格调、习俗等，容易让人想起英国乡村的农庄。英国作家杰里米·帕克斯曼说过，在英国人的脑海里，英国的灵魂在乡村。确实，生活在这里的人们，沿着英国人的乡村生活方式，他们追求生活的安逸和优雅，崇尚自然也尊重自然、热爱生活也装点生活。我们在里奇蒙镇逗留了半天时间，这里是澳洲保留最完善的古老小镇，有着澳洲最为古老的石拱桥和天主教堂。山楂树、木栅栏篱笆围成的矮墙，风格迥异的小别墅，窗户上摆放着鲜艳的花卉，外墙上涂有主人个性化的色彩，庭院内绿油油的草坪打理得平平整整，路边的参天大树枝繁叶茂，村庄旁边的小河静静地流淌，野鸭在水面上嬉戏扑腾、鱼儿在水里游动，小鸟在空中啼唤……一切都是童话牧歌般的安详、悠闲和幽静。然而，步入现代社会、融入市场经济大潮，塔斯马尼亚的乡村小镇也逐步形成了各自的特色：蜂蜜、葡萄酒、啤酒、果酱、乳酪、海鲜、羊毛、壁画、薰衣草等等，都在以个性化产业和特色农产品招徕游客，彰显自身。像罗斯小镇、谢菲尔德壁画小镇，像那些个性化的农庄、农场等，在塔斯马尼亚的旅游业中都已经是有名气的标志性品牌了。难能可贵的是，这儿的经济发展、旅游开发，都特别注重与大自然的融和，特别注重生态的保护，没有以牺牲自然环境为代价。

在塔斯马尼亚旅游是短暂的，但它带给我们一行的视觉冲击和心灵震撼确实巨大。L君的一番话引发了大家的共鸣。他说，人类进入工业化和现代化以后，加剧了对自然界的侵害损毁，加大了对自然资源的掠夺破坏。愚昧无知、盲目短视、贪婪自私、急功近利，在种种功利思想的驱使下，现代人干了许多令人扼腕叹息又啼笑皆非的蠢事，造成的损失是难以估量的也是无法弥补的。各种自然灾害、各类疾病频发、温室效应等等，都是大自然对人类的报复。正因如此，人类要与自然和谐共生，要心存大自然、敬畏大自然、亲近大自然、保护大自然。正因如此，塔斯马尼亚的原始生态美景更具其非凡的价值和意义。

世界的每一处都有自己的景致，都有它的独特之处，也都会给你或多或少留下不少难忘的印象。塔斯马尼亚之旅留给我们的印象，则是加深了对于“这里是世界上阳光、空气、水最洁净的地方”的认同，加深了我们对于生态之美、自然之美的认知。塔斯马尼亚的原始风貌无疑是大自然恩赐给地球的宝贵的礼物，它的独特景观显示出大自然无可比拟的主宰力。哦，我还要来塔斯马尼亚！在这儿，能领略到大自然的美轮美奂，能体会到宁静旷远的意境，能感受到来自远古的呼唤，能聆听到宇宙苍穹的天籁之音……

（作者系江苏省国有企业改革发展研究会副会长）

再题姜氏艺圃

清·汪琬

隔断城西市语哗，幽栖绝似野人家。
屋头枣结离离实，池面萍浮艳艳花。
槩几只摊淳化帖，雪瓯频试敬亭茶。
与君企脚挥谈麈，杨柳阴中日渐斜。

【游目骋怀】

诗开头两句写了艺圃的环境：“隔断城西市语哗，幽栖绝似野人家。”艺圃位于苏州西门阊门内皋桥吴趋坊文衙弄五号，离开“最是红尘中一二等富贵风流之地”的阊门非常近。当年“地广十亩，屋宇绝少，荒烟废沼，疏柳杂木，不大可观”。艺圃至今仍是苏州园林中园址唯一保持“以偏为胜”的园林。

“屋头枣结离离实，池面萍浮艳艳花”，当年，“枣”和“莲”为园中植物主景。明末姜埰曾经谏官言事，得罪崇祯，遭廷杖几乎毙命，崇祯降旨把他流放到宣州做戍卒，他还没有赶到，明朝就亡了，当他听到崇祯吊死的消息之后，捶胸顿足，血以继泪。姜埰生前曾在园里种植甘甜而心赤的枣树，表白自己对明朝廷、国家的赤胆忠心。其长子安节为寄托对父亲的怀念之情，特构“思嗜”轩以纪念其父。

“艺圃池莲一往表清逸”，园中有爱莲窝，出宋周敦颐《爱莲说》，面池而筑，池中有出污泥而不染的莲花，有罕见名品“四面观音”荷花，即一枝花梗的顶端四朵荷花并蒂开放，似众星捧月，花色艳丽而雅洁不俗，实际上含有追求高洁人格的意义。

“槩几只摊淳化帖，雪瓯频试敬亭茶”，写姜氏父子发誓不为清庭效命，几

案上摊开的是宋朝的《淳化阁帖》，煮的茶是安徽敬亭山产的茶。“敬亭山”对姜埰有特殊意义，崇祯曾将姜埰流放到宣州敬亭山做戍卒，姜埰执着地把自己与敬亭山联系起来，自号敬亭山人、宣州老兵，名其文集为《敬亭集》。花园也曾更名敬亭山房，《明史》载：“且死，语其二子曰：‘吾奉先帝命戍宣州，死必葬我敬亭之麓。’二子如其言。”表示要执行崇祯的圣命，以表明自己的气节。

“与君企脚挥谈麈，杨柳阴中日渐斜”，讲的是作者在艺圃与主人等雅集聚会的事情。姜埰的忠孝事迹，得到清庭的大力褒扬以证明崇祯之昏庸，更获得明朝遗老遗少的推崇，姜埰在明末清初的百余年间，成为广大民众崇拜的英烈榜样。后辈姜安节、姜实节、姜寓节都效法父辈的坚贞卓行，终生不事科举，惟读书以文会客，彼时一流人物皆与之交往，艺圃成为易代之际大明遗民聚会之所，四方骚人墨士，声气相投，在此论书、对诗、作画，汪琬《艺圃记》：“马蹄车辙，日夜到门，高贤胜境，交相为重，四方骚人墨客乐于形诸咏歌。见之图绘，论二十余年而顾益盛欤……”清初六家之一的大诗人施闰章、宋琬；古文三大家之汪琬、魏禧；清初四王画家之一的王翬、大学者毛奇龄、黄宗羲、大名士归庄等，皆彼时一流人物。

全诗再现了明末清初姜氏艺圃的往事。今天列入世界文化遗产名录的艺圃，是苏州园林中唯一以园主盛名而著称的园林。正如诗作者汪琬《艺圃记》所说：“其始，则有袁副使绳之以高蹈闻于前；其次，则有文肃公父子以刚方义烈著于后；今贞毅先生复用先朝名谏官悠游卒岁乎此，而其两子则以读书好士、风流尔雅者绍其绪而光大之……”

唐柳宗元《邕州柳中丞作马退山茅亭记》尝云：“夫美不自美，因人而彰。兰亭也，不遭右军，则清湍修竹，芜没于空山矣。”如果艺圃没有三代主人“时穷节乃见，一一垂丹青”的人格魅力，恐怕也难逃荒芜没落的厄运！

（“游目骋怀”为曹林娣撰写）



瞰金陵

摄影：富饶