



水韵江苏

江苏旅游

2018.09 / 总第334期

江苏旅游



二〇一八年 第九期



江苏省旅游局主办



江苏省旅游局主办



景区介绍

第十届江苏省园艺博览会是江苏省人民政府为推动全省园林园艺行业发展而组织的盛会，已于2018年9月28日在江苏省扬州市仪征枣林湾旅游度假区举办。本次园博会以“特色江苏·美好生活”为主题，充分利用枣林湾丘陵、湿地、田园、村落、湖泊地貌多元、兼容省域所有地貌的特征，以“大地景观”为创意，在1800亩的滨湖湿地上微缩全景江苏，13座城市展园按五大文化板块组团呈现，太湖、长江、运河、滨海区域各具个性，吴风、汉韵一园尽揽。展会期间，游客在感受园林园艺之美的同时，还能欣赏到古乐表演、国际特色表演、创意服装秀、花艺大师作品展等精彩演出。展会期间，每天上下午各一次的花车巡游，更给游客们带来一场百花齐放的视觉盛宴。

2018
09

总第334期

(内部资料 免费交流)

江苏旅游

JIANGSU TOURISM

管峻青

主办单位

江苏省旅游局

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09月刊 | 总第334期

◆热点聚焦

· 创建旅游风情小镇 推动江苏旅游高质量发展 02

◆工作研究

· 发展乡村旅游是实施乡村振兴战略的强大动能 张贵联 06
 · 大交通视野下加快盐城旅游业发展的对策 童健 12
 · 如皋创建国家全域旅游示范区的工作思路 何益军 17
 · 产业兴旺助发展 强富美高金山联 虞嘉晔 20
 · 常州乡村旅游发展目标与推进路径研究 马君 22
 · 解放思想加快旅游业转型升级 林沛沛 25

◆业界观察

· 基于大数据背景下 对常州城市旅游品牌的重塑建议 刘松 梁俊平 26
 · 微演艺旅游项目——提升景区吸引力的新手段 朱晓明 袁鹏东 30
 · 对推进创建旅游标准化示范城市的思考 成蛟 32

◆工作动态

· 2018 智慧旅游发展峰会在无锡举行等 12 则 35

◆项目建设

· 魔幻海洋世界项目 41

◆精品推荐

· 南通祈福休闲欢乐亲子二日游 43

◆他山之石

· 贫困村开民宿分几步？一个旅游扶贫示范村的样本分析 忻运 46

◆旅游印象

· 天目睨竹海 金仁顺 50
 · 大丰人的乡愁，是自由自在的天籁 赵丽宏 53
 · 御制过常州府城 清·乾隆 55

◆封面图片

溱湖风光

杨天氏

创建旅游风情小镇 推动江苏旅游高质量发展



旅游风情小镇，是依托独特地域文化、乡土民俗、历史遗存、传统工艺等资源，打造情调韵味浓郁、旅游业态鲜明、人文气息浓厚、生态环境优美、宜居宜游宜乐的休闲集聚区。

去年3月23日，江苏省政府办公厅下发《江苏省旅游风情小镇创建实施方案》，明确到2020年培育建设50-100个旅游风情小镇，将“旅游风情小镇”的概念推到公众眼前。

9月20日，江苏省政府召开省旅游风情小镇创建工作新闻发布会。会上，公布了第一批旅游风情小镇考核结果，以及第二批旅游风情小镇创建单位名单。

旅游风情小镇如何高质量创建？小镇“风情”究竟体现在哪里？江苏省旅游部门给出答案。

一、高点定位 首批旅游风情小镇“排座次”

“培育创建旅游风情小镇，是我省贯彻落实新发展理念、深化供给侧结构性改革、推进旅游业高质量发展的重要举措。”江苏省旅游局副局长、新闻发言人陈芬开宗明义。

客观上看，培育创建旅游风情小镇，是贯彻落实党的十九大精神的需要；是推进实施重大战略的需要；是促进区域协调发展的需要。

主观上看，以旅游风情小镇为平台，可以把生产、生活、生态有效结合起来，进一步优化公共服务，倡导文明风尚，完善旅游功能，形成特色鲜明、主客共享、产业惠民的创新创业平台，带动不同区域的经济发展，不断提高人民生活水平。

据了解，去年3月，江苏省政府办公厅印发《江苏省旅游风情小镇创建实施方案》，对创建工作提出了明确要求。同时，省政府成立了省旅游风情小镇创建工作协调小组，由省

政府分管领导任组长，省政府分管秘书长和省旅游局、发展改革委、财政厅、国土资源厅、住房城乡建设厅、文化厅负责同志任成员，协调小组办公室设在省旅游局。去年4月，首批13家旅游风情小镇创建单位公布。

立足产业“特而强”、功能“聚而合”、形态“小而美”、机制“新而活”，一年来，首批13家创建单位初步形成生态优美、业态鲜明、风情独特、宜居宜业宜游的旅游风情小镇雏形——

科学编制小镇规划，出台人才引进政策。高点站位，高点规划，13个创建单位所在地政府均制定了小镇创建实施方案，按照小镇明确的范围和要求，加强顶层设计，优选规划设计团队，精心编制小镇规划，引领小镇可持续发展。人才，是小镇发展的关键，是小镇的活力所在。各个小镇着手制定“人才计划”，连岛海滨风情小镇成立连云区旅游产业发展研究院，引进高端人才10人，为小镇创建储备人才智库。

通过真金白银的投入，实现高质量、大项目、精品化。创建以来，全省13家创建单位共投入资金107.65亿元，完善基础设施建设，引进品牌企业，推进重大项目落地。比如，灵山禅意小镇邀请杭州G20峰会总制作人沙晓岚担任总导演，提升《禅行》文旅融合项目；阳山桃源风情小镇与国际知名IP“植物大战僵尸”合作，致力于打造全国IP农场标杆项目。

小镇客厅的打造，成为旅游风情小镇的缩影和灵魂。小镇客厅，既是“有形”的建筑、区域，也是“无形”的气息、氛围、情调，不拘一格。走进荷兰花海风情小镇，小镇客厅占地800平方米，延续哥特式建筑风格，集规划展示、参观接待等功能于一体，打造一个让游客了解花海、感受风情、体验文化、休憩娱乐的开放平台，成为我省首个成熟的小镇客厅。各个创建单位纷纷加快小镇客厅项目选址与建设，溱潼会船风情小镇、永联江南田园风情小镇、震泽丝绸文化风情小镇、旺山文旅风情小镇等4家也已建有临时小镇客厅。

二、一场“期末考”，检验出13家旅游风情小镇的创建成色

今年7月至8月，省旅游风情小镇创建工作协调小组办公室根据去年10月印发《江苏省旅游风情小镇评价办法（试行）》，对首批13家省旅游风情小镇创建单位进行年度考核。经过各创建单位自评、委托第三方实地调研评估、考核组赴各创建单位现场考核、旅游风情小镇创建工作协调小组审定等四个环节，首场“期末考”排出成绩单，根据考核结果：灵山禅意小镇、荷兰花海风情小镇、永联江南田园风情小镇等3家创建单位考核结果为“优秀”，震泽丝绸文化风情小镇、溱潼会船风情小镇、三台山衲田风情小镇等7家创建单位考核结果为“合格”，汤山温泉风情小镇、连岛海滨风情小镇、湖汊茶旅风情小镇等3家创建单位考核结果为“基本合格”，没有“不合格”单位。

严格要求，不走过场，有“退出”机制，成为考核的鲜明特色。“对第一批创建单位考核中排名靠后的，省旅游局将在省旅游风情小镇创建工作协调小组办公室指导下，对当地政府进行约谈，指出存在问题，责成限期整改。”陈芬直言，在规定时间内仍没有明显改进的，可以予以警告，直至“摘牌”。

三、特色鲜明，20家创建单位成功“晋级”

对标更高质量发展要求，今年，第二批旅游风情小镇创建标准再提升。“我们严格控制数量，保证质量。”陈芬表示，各地高度重视旅游风情小镇创建工作，认真组织筛选推荐，严把质量关，坚持好中选优，28家创建单位中，周庄水乡风情小镇、千鹤湾温泉风情小镇、

香包风情小镇等 20 家单位创建成功。沙家浜水乡风情小镇、江南水弄堂风情小镇等 8 家单位由于类型不符合要求或创建、培育条件尚不具备，落选此次省旅游风情小镇创建序列。

翻看入选名单，特色鲜明、基础优良，成为第二批旅游风情小镇创建单位的共同特点——地域特色鲜明。核心吸引物是旅游风情小镇创建的必备条件。蒋坝河工风情小镇、银杏养生风情小镇、山海云雾风情小镇、西渚云湖茶禅小镇……以“名”观镇，无不凸显当地地域文化内涵，很多具有“唯一”的地域标志性特征。

蒋坝，是洪泽湖治淮水利工程，蒋坝河工风情小镇因此得名。小镇以河工文化旅游及河工产品开发为产业定位，以南水北调东线工程洪泽站等河工工程为“风情之源”，以渔鼓舞、酸汤鱼圆等河工遗产为“风情之淀”，以长期拓建维修的洪泽湖大堤等河工风情为“风情之显”，以“包容、坚韧、担当”的河工文化为“风情之传”，打响“中国河工风情小镇”的旅游品牌。

水韵特色鲜明。水是江苏地域的根、本、魂，水是江苏风情的意、蕴、脉，水是江苏人文的精、气、神。周庄水乡风情小镇、茅山湖康养风情小镇、窑湾运河文化风情小镇、大纵湖湖荡风情小镇、邵伯运河风情小镇、圆陀角海韵风情小镇……第二批创建单位中，大多围绕水做文章，把文化融入到江、河、湖、海、滩等自然资源中，极具内涵、情韵和感染力，充分体现“水韵江苏”旅游品牌。

周庄水乡风情小镇主打“高端度假”产业，依托古镇景区，从水乡画卷、文化浸染、原住民风、友好小镇四大方面，展现“有一种生活叫周庄”的文化内涵，整体打造一个与国际大都市近在咫尺，却风情迥异的诗意空间，一个可以在生态水乡里休憩，在江南文化中漫步，在历史长河中生活的世界级旅游风情特色小镇。

产业特色鲜明。旅游业的发展离不开产业支撑，脱离产业的旅游难以持续健康发展。苏州吴江的旗袍小镇，如皋的盆景风情小镇，沭阳新河花木风情小镇、徐州贾汪的香包风情小镇……第二批创建单位中，有不少单位就是建立在传统产业基础上，融入文化元素，用文化创意提升产业内涵，培育风情特色，创新旅游业态。

如皋的盆景风情小镇以花木盆景为支撑，以长寿文化为引领，以健康旅游为主导，建设康养度假休闲产业集聚区。区域内已建成江苏盆景博物馆、李昌钰刑侦科学博物馆、园艺城一期等项目。相继落户顶新农庄、花名堂、尚客优酒店、寿杏堂等旅游业态。国有和社会资本联动，有明确的旅游、产业、社区运营主体。引入绿地集团等负责养老养生等项目开发运营。

此外，创建单位普遍具有优良的基础条件。优美的生态、完善的配套是旅游风情小镇创建的前提条件。第二批创建单位普遍具有一定的旅游接待能力和市场影响力，具备培育建设宜居宜游宜业休闲集聚区的条件和基础。

位于南京市浦口区的老山天景生态风情小镇，区域年接待游客已达 1000 万人次，配套设施功能能够得上 5A 级景区标准；徐州市贾汪区的香包风情小镇，周边有 5900 个生态停车位、3950 张床位，17.7 万平方米商业配套；连云区宿城街道的山海云雾风情小镇，区域内旅游资源丰富，集山、水、林、泉、洞、瀑、坊于一体，海发文旅集团运营经验丰富，目前小镇已投入 12.35 亿元，新增就业人数 700 人……新入选小镇均达到“准 5A 级”接待标准，具备打造集聚区的“硬条件”。

四、优质提升引领风情小镇高质量发展

着眼未来，如何高质量创建旅游风情小镇，实现优质提升？首先要对标国家的特色小镇

要求，实现高质量发展。特色小镇和特色小城镇是新型城镇化和乡村振兴的重要结合点，也是促进经济高质量发展的重要平台。近日，国家发改委下发了 1041 号文件《国家发展改革委办公厅关于建立特色小镇和特色小城镇高质量发展机制的通知》，明确走少而特、少而精、少而专的发展之路，避免盲目发展、过度追求数量目标和投资规模。这也为我省旅游风情小镇的建设提供了思路与方向。

还要严格执行国家要求，突出旅游风情打造与产业培育，与乡村振兴战略、乡村人居环境提升、富民惠民等结合。荷兰花海风情小镇有 400 多农户直接在小镇参与花卉种植和管护，提供 200 多个就业岗位，带动周边 8 个村、3000 多农户致富。无锡阳山桃源风情小镇通过土地整理发展“桃园经济”，将传统的桃园打造成环抱小镇的自然景观，竹篱笆、田埂花道、野趣水池等等都整理成为桃园小品，养猪场变成景观公园……

“第一批旅游风情小镇有示范引领作用，第二批旅游风情小镇的确立可对我省乡村振兴，特别是对苏中苏北人居环境提升、农民的生活空间的变化带来积极的促进作用。通过风情小镇，能实现产业资源整合，例如引导乡村公路建设；风情小镇的空间布局也将会引领和促进公共资源集聚，具有结构性意义。”江苏省旅游局综合法规处处长陈劲松说。

在确立名单之初，省旅游局便考虑哪些自然资源环境较好的乡村，通过风情小镇可以实现积极发展和空间上的提升。通过探索度假乡村、农业庄园模式，建设以特色民宿为代表的乡村休闲设施，进一步完善乡村旅游咨询服务中心、农副产品展销中心等配套设施，构筑乡村创新创业平台，最终让广大群众共享乡村旅游带来的绿色财富和生态红利。对比名单可以发现，第二批 20 家旅游风情小镇创建单位尤其突出了向苏中、苏北倾斜，其中苏北 5 市均有入选。这充分体现了“通过旅游业，拉动苏北经济，特别是苏北农村发展”的主旨意图。

文旅深度融合也是高质量发展的重要方向。文化是旅游的资源基础，也是旅游独特气质所在，而旅游是实现传统文化保护、传承和弘扬的重要渠道和媒介。江苏省旅游局副局长詹庚庆表示，深厚的历史文化底蕴，正是江苏培育旅游风情小镇的优势所在，而旅游风情小镇则是展示独特地域文化的有效载体，可通过展示、演艺、互动体验、文化创意、软环境营造等多渠道、多方面的表现，让文化得到有效保护和传承、得到合理开发和利用，一方面让当地文化得到有效传承，另一方面增强旅游风情小镇的核心竞争力。

五、高质量创建离不开政府部门引导

下一阶段，江苏省旅游局将坚持问题导向，加大调研指导力度，注重创建速度与质量相统一，从三方面着力：一是在今年第三季度，组织召开旅游风情小镇创建工作第二次推进会，总结经验，分析问题，树立典型引领；二是修改完善《旅游风情小镇评价办法》，进行科学公正评价，切实发挥评价办法的“指挥棒”作用；三是面对创建单位对小镇创建的“理解误差”，有针对性地开展培训力度，指导和帮助创建单位进行高质量创建。

目标已定，优质提升还需戮力同心，着力推动精致化建设、特色化培育、个性化发展、精准化营销，把旅游风情小镇真正打造为旅游强省示范区、高质量发展引领区。

（本文摘自《新华日报》）

发展乡村旅游 是实施乡村振兴战略的强大动能

张贵联

党的十九大确定的“乡村振兴战略”，为新时代乡村发展指明了新方向，拓宽了思路，提供了动力支撑。面对乡村发展的新形式、新要求、新任务，迫切需要我们找准解放思想的重点，进一步激活城乡融合发展，补齐农村发展短板，破解“三农”问题的治本之策。而当下乡村旅游已成长为中国旅游业的重要支撑，特别是在2013—2015年，乡村旅游以年均43%的增长速度实现了爆发式增长，对于乡村发展和富民惠民利民作用突出。在此背景下，发展乡村旅游无疑是扬州实施乡村振兴战略、促进乡村可持续发展的重要途径和强大动能，是系统解决“三农”问题最直接最有效的手段之一。

一、扬州乡村旅游发展的现状

1、整体实力不断增强，为乡村发展聚足财气。当前我市拥有国家3A级以上景区23家（其中5A级1家、4A级11家），省级旅游度假区4家，全国工农业旅游示范点10家，江苏省星级乡村点30家（其中五星1家、四星12家、三星18家），江苏省特色景观旅游名镇（村、乡）4家，省级自驾游基地4家；全市已建成集休闲、观光、采摘、旅游于一体的农业观光采摘园、休闲农庄等休闲观光农业示范点158家，农旅融合发展迅速。大量外来游客的带动了乡村旅游消费激增，乡村农产更快更好地变成商品，提升了商品化率，如高邮的双兔大米，宝应的莲藕汁、江都的花卉都成为了外地游客喜爱的

旅游商品，得益于此，近年来我市休闲农业营业收入年增长达到20%以上，全市农民收入连续8年高于城镇居民收入增幅，近5年来年均增加1383元、年均增幅达9%，位居苏中第一。

2、节庆活动精彩纷呈，为乡村发展带足人气。据不完全统计，我市拥有各类乡村旅游节庆活动近50多个，如宝应夏集的桃花节、江都的邵伯龙虾节、宜陵螺蛳节、高邮菱塘美食节等，不间断的乡村旅游节迎来各地游客，当地客栈、农家乐生意火爆。2017年全市旅游实现总收入796.72亿元，比去年增加105.12亿元，同比增长15.2%，超过全省增幅1.6个百分点；旅游业增加值占全市GDP比重达到7.7%；全市接待国内外游客6297.38万人次，同比增长11.9%；接待过夜游客771万人次，同比增长17.6%。在乡村旅游的带动下，不少乡村实现了村民“离土不离乡”，在家门口务工经商，就近创业，从事游览导赏、民俗表演、农事教练、餐饮美食、手工艺品、土特产加工销售等，特色的乡村旅游不仅为乡村带来了众多外来游客和有实力、有智力的高端人才，还带来了商机和项目信息，如生态科技新城因良好的生态环境就吸引了王石的深潜大运河中心、冯仑的风马牛公社等一批高端旅游项目落地扬州举办。

3、主流媒体高度评价，为乡村发展攒足名气。近年来，国家、省级媒体多次聚焦

我市乡村旅游发展成绩，仅2017年，央视就十多次围绕我市乡村旅游进行了报道，如“两会特别节目”《新时代中国·春和景明》对京杭大运河高邮段进行景观直播，展示了大运河沿线乡村旅游等方面取得的特色成就。扬州市邗江区方巷镇沿湖村，一个名不见经传的小渔村，近年来，深挖“渔文化”，发展乡村游，多次被央视新闻直播展示沿湖村今日渔家生活、渔村风情、渔家人传统年味及渔家人喜迎新年传统文化汇演。沿湖村也由贫困村华丽转身为“绿富美”乡村，相继获得“中国特色村”、“中国金牌农家乐”、“江苏最美乡村”、“江苏省三星级乡村旅游区”等称号。

二、扬州乡村旅游发展的几点困扰

1、起步较早，但后劲缺乏，尚未形成发展新合力。扬州背靠长江、毗邻上海，独特的区位优势，很早就先于周边地区进行乡村旅游的开发，但受制于多种因素，发展势头逐渐落后于周边地区。一是政策体系不完善。乡村旅游发展是农村一二三产业的融合发展，涉及到多个行政主管部门，但我市乡村旅游在管理体制上较为分散，既没有一个主管部门来牵头对乡村旅游发展进行有效规划，实现乡村旅游与城乡建设、土地利用和生态环境等规划的多规合一；也无乡镇出台加快乡村旅游发展的政策措施，配套相应的乡村旅游产业发展的扶持资金，来鼓励社会资本参与乡村旅游产业发展，甚至广陵、邗江至今还未配套区域的专项旅游产业资金，难以采用以奖代补的形式，对发展乡村旅游的给予资金扶持，来调动产业发展的积极性。二是旅游用地受限。乡村旅游不同于工业用地，有问题的特殊性，但由于全国普遍存在着城乡规划与国土规划的不协调等原因，我市乡村旅游用地指标严重紧缺，很难

取得建设用地的批文，不少乡村农业旅游项目因处于一般性农田的红线范围内，连最基本的游客接待中心、旅游厕所、停车场都不能建设，此外还有不少乡村旅游项目存在着违规先建、打擦边球，极不利于乡镇旅游的长久发展。三是专业人才缺乏。乡村旅游要发展离不开专业人才指导，我市乡村旅游多是一些较有能力的乡镇干部、企业家等乡村能人凭个人经验，带着个人的旅游梦、乡土情感进行开发，凭个人想象力来规划景区，但他们对乡村旅游投入大、收益期长、需要长期发展的认知还不够，对大众旅游时代游客的心理需求研究还不深，对多个景点抱团发展而产生的利益关注点还存在分歧，难以形成共识，普遍面临着智慧旅游营销、产品框架设计、现代管理体制等多个方面旅游专业人才匮乏的问题，很难满足品质化的旅游需求，做大做强。

2、资源丰富，但变现不多，市场有效供给不足。一是旅游化改造不够。扬州乡村旅游资源丰富，文化积淀厚重，资源总数位居全省前3，不仅拥有广陵古琴、雕版印刷、扬州剪纸3个世界非物质文化遗产和19个中国非物质文化遗产，还拥有“高邮号子”、临泽高跷、邵伯民歌、宝应荷藕、宜陵螺蛳等数不尽的乡村旅游资源，但这些资源的旅游价值严重低估，旅游资源挖掘不深，特别是在大运河乡村旅游产品的开发上、龙虬庄遗址文化等资源上还有很大发展空间。二是同质化现象严重。目前我市乡村旅游产品单一、同质化严重，差异化发展不够，主要是围绕乡村自然景观进行农家乐、民宿等开发，业态基本以采摘旅游和农家乐为主，旅游模式主要是采摘（摘草莓）、野趣（垂钓）、拍照（玫瑰园）、赏花（油菜花）、生活（农家乐体验）等为主，对不同年龄段的客源市

场，特别是青年旅游市场来说缺乏吸引力，难以满足游客多层次、多样化、高品质的旅游需求，游客回头消费率低，除食宿费用外，几乎无其他旅游消费。三是优质精品景区缺少。扬州乡村旅游景点众多，但乡村旅游产品存在投资规模小、布点散等问题，乡村旅游景区总体质态不佳，产品粗放，产品附加值不高，优质的精品景区凸显不足，县市区中仅高邮拥有1家4A级景区，而昆山周庄古镇、吴江同里古镇、溧阳天目湖、常熟沙家浜、句容茅山、大丰中华麋鹿园景区均为国家5A级景区。此外我市还缺少像杭州的西溪湿地、无锡的灵山小镇拈花湾那样能起支点撬动带动作用的功能性大景区，也缺乏像大丰的荷兰花海、南京溧水区石山下村、苏州吴中区杨湾村这样的新型创意乡村旅游区。

3、多方重视，但投入不够，服务理念基础设施滞后。随着经济社会的高速发展，旅游已经从少数人的奢侈享受发展成为大众消费，由“景点旅游”走向“全域旅游”，乡村旅游市场需求呈现出多样化、多层次的格局。在这一新形势和背景下，各级党委政府都高度重视乡村旅游的开发，不断招引项目落地，加大投入力度，但总体来看，投入还不够，体量还很小，特别是在乡村旅游的基础设施与公共服务设施上投入不够，发展滞后。一是交通便捷化程度不高。除我市至今未通高铁的客观因素外，我市乡村旅游点普通基本位于县市区一隅，从县城前往乡镇的主要道路是县道和乡道，没有快速通道，出行工具除自驾游外，主要为城乡巴士，路上需要花费1-2小时才能到达，体验感较差。二是基础设施建设不达标。大多数乡镇旅游景点缺乏游客接待中心、旅游指示标识系统、观景休憩设施、旅游厕所未能达到国家旅游

标准，WIFI未实现覆盖，乡村旅游环境小、散、乱，环境较差。三是服务理念缺乏。我市乡村旅游从业人员多以乡村本土人士为主，信息闭塞，以自我家庭为中心的理念根深蒂固，缺乏服务理念。

4、活动较多，但季节性明显，四季旺游有待加强。当前我市旅游活动较多，但总体来看，我市乡村旅游发展都存在季节性明显等问题。在春秋季节，乡村游客较多，但夏冬旅游淡季游客较少，淡旺季的失衡会带来旅游设施维护成本增高，资源闲置浪费，旅游从业人员短期性流失现象严重，降低社会金融和有实力村民的投资积极性。如我市马可波罗花世界，基础设施健全，服务理念也很先进，但在营收上主要依靠春季赏花，游客如织，但在夏冬季节，由于天气炎热，百花凋谢，尽管组织了一些有吸引力的参与性项目，但总体效果不佳，淡季盈利能力较差，导致目前发展有所放缓。

三、发展乡村旅游对扬州乡村振兴的价值参考

1、是贯彻五大理念、践行“两座山论”的重要体现。2005年，时任浙江省委书记的习近平提出了著名的“两座山论”，他指出：“我们追求人与自然的和谐，经济与社会的和谐，通俗地讲，就是既要绿水青山，又要金山银山。”党的十八大以来，习近平总书记又多次在国内国际很多场合，以“两座山论”来阐明生态文明建设的重要性。当前推动乡镇形成绿色发展方式和生活方式可以说是贯彻新发展理念的必然要求，乡村的生态文明建设需要摆在全局工作的突出地位，而做大做强乡村旅游业，正是绿色发展方式与绿色生活方式的完美接合，对促进乡村振兴具有不可估量的现实意义。江西婺源在发展乡村旅游的过程中，特别注重对青山绿水的

保护建设，把全县整体作为一个大景区来规划，依托特色资源，把古民居、自然山水、田园风光等纳入统筹考虑，通过造林绿化、封山育林、“十年禁伐阔叶林”等绿化工程，把油菜从传统的农作物种植上升到“油菜花产业”来培植，让婺源乡村旅游做旺了人气，2016年婺源全年共接待游客1750万人次、门票收入4.3亿元、综合收入110亿元。

2、是乡村文明复兴、提升农民自豪感的重要“软实力。”党的十八大以来，党中央、国务院采取一系列政策措施，大力推进农村发展，农村经济社会取得了较大的发展。但伴随着城乡一体化进程不断加快，乡村发展出现了被动和劣势，不少农村因青壮年进城务工的流动与迁徙，导致农耕文化消失，“乡约”遗失，乡村传统的文化生活空白。在此背景下，可以说乡村振兴更重要的是乡村文明的复兴，而文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，发展乡村旅游既能对乡村的历史、文化、风俗以活化的方式进行传承和发展，又能让乡村百姓不离家门就成为旅游经营者，在旅游发展的大潮中受益，提升农民的获得感、自豪感和幸福感。泰州市姜堰区的溱潼镇在城市的进程中，深入挖掘乡村民俗等文化，大力发展乡村旅游经济，打造出享誉全国的溱潼会船旅游品牌。溱潼会船这天溱湖风景区千船云集，号子震天，十多万群众和来宾共赏盛况，良好前景让外出打工的溱潼人纷纷回村，从事农家乐、特色餐饮、旅游商品开发销售等工作，不仅提升了乡村旅游层次，推动了美丽乡村建设，更使得溱潼传统的演戏、酒会、送头篙等乡村民俗和乡村文化得到有效的保护、传承和发展，溱潼人的归属感和自豪感不断攀升。

3、是促进富民增收、实现新旧动能转换的重要“硬实力”。党的十九大报告中指

出我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，要在中高端消费、创新引领、绿色低碳等领域培育新增长点，形成新动能。而且乡村振兴离不开经济发展，只有通过抓经济，发展生产力，不断改善村民的生活质量，提高村民的生活水平，才能解决乡村的各种社会矛盾和民生问题，协调人与自然的的关系，实现和谐发展。乡村经济的发展，转换新旧动能，依靠现代服务业带动和内需消费拉动是必然选择。随着国民收入提升直接刺激了乡村旅游的发展，呈现巨大的发展潜力。发展乡村旅游不仅能给新时代的农民带来更加优质的就业选择和稳定的经济收入，还能促进农村农业在市场、资源配置和组织框架等多个方面的现代化，有利于一揽子解决“三农问题”，促进乡村振兴。陕西省礼泉县的袁家村地处关中平原，全村共有62户286人，土地面积660亩，缺山少水，自然和人文条件均不突出，但袁家村通过带领村民转型发展乡村旅游，以农家乐为主的集美食品尝、特色购物、演艺欣赏为一体的股份制乡村旅游发展形势，形成了一村一色、一户一味的乡村旅游经营特色，现在的袁家村已经是中国乡村休闲旅游的样板，是整村发展、户户经营、人人参与乡村旅游致富的典型。从2007年开始发展乡村旅游至今，袁家村社区集体经济积累已达到21亿元，农民人均纯收入是全省城镇居民可支配收入的2倍以上，几乎家家有经营性收入、工资性收入和入股分红、房屋出租收入等。2017年，袁家村接待游客550万人次，旅游综合收入十几亿元。

四、下阶段扬州发展乡村旅游的几点思考

1、加强规划，创新政策保障，释放发

展新动能。一是坚持规划先行。习近平总书记在参加党的十九大贵州省代表团讨论时指出，既要鼓励发展乡村农家乐，也要对乡村旅游作分析和预测，提前制定措施，确保乡村旅游可持续发展。各县市区根据各地资源禀赋和产业基础，明确乡村旅游发展重点，因地制宜、科学制定路线图，要选择区域内有特色、工业基础薄弱的乡镇扶持发展旅游业，按照一县一品、一镇一貌、一村一色、一户一味的乡村旅游发展思路进行规划，差异化发展，实现古城和新城、城区和乡村、景区和城市公园的协同发展。二是坚持政策引领。政策是促进乡村旅游发展的催化剂，要充分发挥政府的引导作用，要召集多个部门专题研究乡村旅游用地问题，推动落实以长期租赁、先租后让、租让结合方式提供乡村旅游项目建设用地等政策；要出台促进乡村旅游发展的优惠政策，各县市区要设立至少2000万元的旅游引导资金，统筹指导全市各乡村旅游产业发展；要出台一系列鼓励社会资本参与乡村旅游产业发展的政策措施，提升私营企业、民间资本投资乡村旅游项目的热情，实现多元化发展。三是要坚持服务优先。各县市区要通过政府购买服务等方式，允许在淡季到辖区内的旅游企业、乡村农家乐召开部分部门工作会议；要树立“店小二”的意识，建立乡村旅游发展议事协调机构，切实加强涉旅部门的工作协调，解决乡村旅游无人问、无人管的问题；要多方引智，聘任旅游领域的专家，构筑扬州乡村旅游发展智库，及时为体量小、有需求的中小旅游企业提供智力支持，形成推进乡村旅游协调、规范、健康发展的强劲合力。

2、突出特色，发展全域旅游，推动乡村四季旺游。一是打造一批创意旅游项目。乡村旅游要想健康持续发展，就必须加强内

容创新，让游客不断有新奇感，才能够吸引更多的回头客。当前我市周边的东方盐湖城、恒大童世界、无锡灵山小镇等一个接着一个创意项目落地运营，我市要围绕“三把刀”、扬州民歌等资源优势 and 盐商文化，打造一批沐浴小镇、盐商文化小镇，以此类项目为核心带动餐饮、住宿、娱乐、观光、购物、种养、手工业等相关产业发展，推动农村一二三产业深度融合。二是打造一批水上游览项目。扬州虽无奇山峻岭，但湖泊众多、河网密布、生态环境优美，区域内拥有宝应湖、高邮湖、邵伯湖等众多水系，而北方地区普遍缺水，省委娄勤俭书记在邮调研期间，就对高邮湖、大运河沿线风光和优美的生态赞不绝口，提出了湖中堆岛、打造婚庆基地，实施环湖旅游推进工程。我市乡镇要围绕“水文化”进行挖掘提炼，利用丰富的生态环境资源，打造一些能吸引北方游客的水上项目，通过这些水上旅游项目，让游客亲近自然、融入自然、放松身心，将乡村游的辐射范围从周边地区扩大到全国。三是打造一批休闲度假产品。当前旅游的核心吸引物已经有了外延的拓展和根本性的转变，一种美食、一处酒店、一项赛事活动、一个传说都会成为旅游的理由。我市要围绕“乡村休闲度假”的主题，提升乡村旅游产品的档次，要围绕度假养生、运动康体、会议会展、创意文化等市场需求，构建融合式、复合型的产品体系，通过“+文创”“+电商”“+养生”“+养老”“+体育”“+健康”“+研学”“+文艺”等多方面的融合发展，培育多样化、个性化、差异化的乡村旅游业态，推出民俗风情游、亲子温馨游、动物亲近体验游、生产体验游等综合体验产品，设计一批乡村旅游精品自驾路线。

3、优化服务，完善配套设施，提升服

务新高度。完善乡村旅游基础设施，不仅能提升旅游业发展品质和景区管理水平，更让老百姓共享旅游业发展成果，值得引起重视。一是完善乡村旅游基础设施和配套服务。要鼓励和引导民间投资参与乡村旅游景点厕所及污水处理、停车场、游客咨询服务中心等乡村基础设施建设和运营，要按照旅游标准化的要求，做到乡村旅游标志牌建立健全，民居客栈整洁卫生，景点运营管理统一，停车场安全达标、旅游厕所干净无异味，不断优化旅游服务环境，提升乡村旅游的服务质量。二是实现乡村游通达工程。乡村游关键在于如何让游客进得来，出得去，要顺应个人游、自驾游时代的来临，建设复合立体、无缝衔接的内外交通服务体系，形成“快旅慢游”旅游交通格局。实施“最后一公里”通达工程，实现市区、县（市、区）客运站到辖区内三星级以上乡村旅游区、3A级以上景区旅游专线全覆盖。三是完善智能化服务体系。随着自媒体时代的来临，朋友圈、微博已经是一种信息传播趋势，这离不开智能化的服务体系，要打造系统稳定、认证便捷、安全可靠的免费Wi-Fi网络系统，实现3A级以上景区、四星级以上乡村旅游区和乡村公交巴士免费Wi-Fi全覆盖。

4、创新理念，培育本土人才，增添发展新活力。一是强化对农民旅游化培训。设立农民培训专项资金，强化乡村旅游骨干人才培训，要对乡镇、重点村主要负责人进行轮训，重点对农民开展餐饮、表演、导游、手工艺制作等旅游实用技能培训，特别是在乡村美食、民歌、民俗故事，让农民成为旅游文化的传播群体，提高农民的从业能力；要发挥村民自律管理职能，树立诚信意识和品牌意识。二是吸收发达地区先进理念。要坚持“引进来”与“走出去”相结合，要积

极引导返乡农民工、大学毕业生、专业旅游人才等各类“创客”投身乡村旅游发展，要定期组织农民赴杭州西溪湿地、常州天目湖等乡村旅游产业发达的地区学习经验，培育农民发展旅游产业的自觉性和主动性。三是以比赛促提升服务理念。定期举办乡村旅游服务技能大赛、乡村美食大赛、乡村精品路线大赛等比赛，通过比赛推动乡村旅游人才间的交流，提升旅游行业服务品质和档次，促进共同进步。

5、重视营销，组合对外推广，展示乡村旅游新形象。一是坚持市县联动。乡村旅游往往在宣传经费上资金有限，单打独斗很难有良好效应，要通过整合县（市、区）对外营销资源，统打一张牌，不管是对外经济招商、外事活动，均把旅游宣传作为其中一项重要的议程，及时宣传推介乡村旅游相关信息；县市间要联合开发旅游精品线路、联合开展旅游营销推广，组织好“扬州人游扬州”活动，将城区的市民游客引导到各乡村旅游点，推动市域三大旅游板块的联动发展。二是强化线上宣传推广。要充分发挥互联网效应，利用网络、微博、微信等媒体，联合知名线上运营商策划开展线上线下相结合的主题活动，设计互动话题，加强本地文化、旅游资源对外宣讲。三是强化活动营销。坚持“活动为王”，积极培育传播效应好。在全国有名气、叫得响的活动品牌，围绕四季节庆主题策划系列活动，形成月月有活动、季季掀高潮的宣传攻势。

（作者系扬州市旅游局局长）

大交通视野下加快盐城旅游业发展的对策

童 健

交通在旅游者与旅游资源两者之间起着纽带和桥梁的作用,是促进区域旅游繁荣发展的必要条件。2017年2月,交通运输部、国家旅游局等六部门联合印发的《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》(交规划发[2017]24号)提出为适应当前我国快速崛起的大众旅游对交通运输新需求,构建“快进慢游”的旅游交通网络建设的部署。

目前,盐城交通已经基本形成公路、铁路、航空、水运为一体的立体化大交通网络。随着徐宿淮盐、盐通高铁的相继开建,项目建成通车后,盐城到上海仅需1小时左右,将全面融入上海“一小时经济圈”和北京“一日商务圈”,彻底重塑区域经济地理版图。随着高铁时代的到来,盐城将由之前的交通腹地变成沿海枢纽,这将对盐城旅游发展产生深远的影响,旅游业也将迎来新的发展机遇,同时也会对盐城旅游发展带来挑战。因此,如何顺应国家旅游交通网络建设的形势,加速旅游业与交通运输业的有机融合,成为关系盐城旅游业持续健康发展的重要问题。

一、高铁时代,盐城旅游业发展面临的机遇和挑战

(一) 机遇

高铁运量大,旅途时间短,节省了旅途花销,适合散客出行,有利于激发人们的出游热情。同时,也易于产生明显的‘时空压缩’效应,让游客出行的空间距离逐渐增大,使得旅游资源吸引力范围显著扩张。

1. 改善交通格局,形成沿线“一小时经济圈”

高铁建成后,可缩短盐城至上海、杭州、南京、北京、西安、青岛等城市的时空距离,使盐城至上海等地均可进入“一小时

经济圈”。往北京、西安、南京、上海、杭州五个方向的高速铁路和青岛方向的快速铁路都在盐城交汇或始发,连通了全国主要经济中心,实现了相邻大中城市间的1-4小时通达,将深刻改变盐城交通格局,使盐城旅游交通变得更加便捷,给盐城旅游业的发展带来重要机遇。

2. 扩大市场半径,分享商务旅游客源

高铁建成后,将有效激活长三角和江苏西北部客源市场,扩大客源市场半径,沿线主要城市至盐城的游客数量有望数倍增长。未来几年,不仅来自北京、西安、郑州、青岛等西北部的游客会大幅增加,而且下一步随着上海、杭州方向高铁的开通,沪杭地区也将成为盐城的重要客源地,同时盐城游客外出旅游也会更加方便。高铁不仅促进客流量大幅增长,还将促使大量高端商务旅游、会议旅游、会展旅游的出现,使盐城分享更多更高级别旅游客源,参与更高级别的城市竞争成为可能。

3. 缩短旅游行程,进入“快旅慢游”期

高铁的快速与便捷,压缩了出游时间,拓展了出游空间,提高了游客出行质量,延长游客在目的地的停留时间,从而激发大量远距离游客的潜在需求,真正实现“快旅慢游”。旅游将成为一种更常态化的生活方式,利用周末以休闲度假为主要目的的一日游和两日游将成为主流,让游客能够享受休闲度假的乐趣,这对我市旅游业结构的调整更加有利,旅游产品线路的推出更加灵活。

4. 打破地域限制,推动区域旅游合作

盐城市及周边有许多旅游资源,高铁通车后,可以缩短与沿线城市间的时空距离,区域间的合作无疑会成为旅游业发展的必然

趋势。盐城与高铁沿线城市之间开展合作,同时盐城作为长三角城市群苏北唯一入选的城市,也有利于加强与“群内”城市开展区域旅游合作,可以方便整合旅游资源,打造精品旅游线路,为游客提供更优质的服务和旅游线路。联合进行旅游营销和策划,实现共赢发展模式,同时也可以借助盐城旅游业的发展带动市域经济和集聚人才的互补联合。

(二) 挑战

高铁的开通给盐城旅游业的发展带来机遇的同时,也可能带来各种挑战,对盐城旅游业发展提出更高的要求。

1. 可能产生虹吸效应

高铁能快速给目的地带来游客,也能快速地带走游客。我市高铁开通后将给景区、景点带来更多的客流量,但也要看到,客流量的增加势必对住宿、交通、餐饮、娱乐、购物等接待设施及配套提出更高要求。所以我们要有一流的特色景区、一流特色的接待设施、一流特色的服务质量、一流特色的城市形象。如果旅游景区的配套设施不完善,景区没有特色、服务质量跟不上,城市形象差,对游客缺乏粘度,则可能会出现“虹吸效应”:高铁带来的便捷将推动游客流向设施完善、产品独特和服务优良的旅游目的地;设施不到位、品位不高的景区景点,很可能出现游客“过而不入”的现象,在区域旅游竞争格局中沦为游客的过境地,高铁站成为“中转站”。

2. 旅游目的地的转型危机

高铁开通,在带来旅游目的地旅游市场红红火火的同时,可能会出现“订不上酒店”、“吃不到饭”、“找不到停车位”等问题。在奔涌而来的旅游热潮面前,旅游目的地各方面显得有些准备不足。这种情况的发生,与一些旅游目的地旅游业发展模式一时难以适应向旅游目的地城市转型有关。

3. 乡村旅游受到挤压

高速铁路作为区域的交通配置和完善城

市服务交通体系的工具,势必加剧城乡二元结构,使乡村旅游屏蔽加深。高速铁路的建设进一步强化上海、南京等城市在交通网络和城镇体系网络的中心地位,从而在区际联系加强的过程中,将原本就处于弱势地位的次级节点城市和小城市抛在一边。高铁时代就意味着什么机会都要从头顶上过去,对一些乡村来说,除了占地、增加噪音、增加污染,就没有发挥其他的作用。

二、国内其他区域高铁旅游发展的经验借鉴

(一) 大交通带动大发展,盐城应借势强化集聚效益

“合福(合肥-福州)高铁”将黄山旅游辐射半径扩大到800公里以上。自“合福高铁”开通以来,黄山游客接待量明显增加,尤其是淡季游客量大幅提升。2017年1月至11月,游客数量同比增长11.3%。

山西省大槐树、关帝庙、五台山等景区旅游价值较高,但由于交通限制,多年来一直不温不火。“石太(石家庄-太原)高铁”开通后,拉近了山西与京津唐环渤海地区的时空距离,也让这些景区异常火爆。同样,衡阳素有“文化重地、宗教圣地”美誉,以前也受交通制约,到访游客较少,随着“武广(武汉-广州)高铁”开通,游客数量增长迅猛。

盐城应紧抓机遇,利用高速铁路的开通对沿线区域的经济和产业产生的促进作用,将盐城打造成高速铁路沿线的新兴产业发展集聚点,强化整体集聚效应,从而促使旅游系统要素随之向盐城集聚,对旅游者和旅游企业产生强大的吸引和影响作用,旅游活动显著增加,成为旅游产业要素的集聚中心。

(二) 大交通带来大合作,盐城应借力提高发展质量

高速铁路使游客在更大范围内流动,必将推动区域间旅游合作,不仅使原来交通相对不便的城市“物理连接”起来,还实现了不同区域间的“业务连接”。同时,让旅游

空间格局由以往的点式发展转为线状发展、甚至块状发展。

“沪昆（上海—昆明）高铁”实现了长三角、长江中游、黔中、滇中等城市群的高效便捷联通，不但让游客有看不完的风景、品不尽的风情、吃不尽的美食，更是让当地居民搭上了快速“致富”的列车，掀起了区域合作的新热潮。沪昆高铁的开通，促进了铁路沿线城市旅游市场的飞速增长，为“一带一路”区域合作作出突出贡献。

一些高铁旅游区域合作组织也应运而生。2011年6月，“京沪高铁城市旅游联盟”在泉城济南落地，北京、上海、天津、南京、济南、沧州、蚌埠7市签署了《泉城宣言》，推动沿线城市间“资源共享、互利共赢”。

随后，京福高铁旅游联盟、长三角高铁旅游联盟、桂粤黔湘旅游联盟等相继建立。旅游联盟间相互监督、相互推荐，逐步形成了统一的服务标准，不断提高旅游服务质量，创造出了高效、优质的区域旅游环境，让旅游资源在“貌合”基础上推动了“实连”。

盐城应抓住用好高铁时代即将到来的重大机遇，对照长三角地区一体化发展三年行动计划，超前谋划、整合力量，高起点编制好承接上海产业和创新资源的相关专项规划，通过“学习上海，服务上海，联通上海，”加快融入长三角一体化，实现旅游发展的高质量，努力把盐城建设成为上海生态旅游康养基地，并积极与长三角地区展开区域旅游合作。

（三）大交通增速大消费，盐城应借机增强旅游供给

众多高铁线路的开通，为沿线旅游市场注入了新活力，也提供了丰富的优质旅游产品，使“旅游+铁路”的合作更好地惠及广大民众，顺应优质旅游的发展趋势，开启众多游客的幸福之旅。

“合福高铁”让游客从厦门到武夷山仅需3个小时，改变了过去需要十多个小时的“痛苦”。“合福高铁”开通“满月”后，

台湾立荣航空联合三家台湾旅行社推出“合福高铁走武夷山”的首发团，当天即告售罄。

“渝贵（成都—贵阳）高铁”实现了与“贵广（贵阳—广州）高铁”的互联互通，改变了过去由于内部交通不便利、只能围绕一个热点地标城市设计线路的囿局。旅行社纷纷推出各种不同组合的跨省市联游新产品，让游客轻松实现一次游览广西、贵州、重庆沿线的主要风景区。

同时，全国各省区市旅游、铁路等部门也纷纷作为，在提高旅游服务质量上做文章。浙江省主办了“诗画浙江”高铁旅游嘉年华营销推广活动，使广大游客在充分了解浙江旅游资源的基础上，也尝到了高铁旅游的“甜头”。2017年有多趟满载游客的“诗画浙江”高铁旅游专列从省外开向了丽水、泰顺、庆元、缙云等地；贵州、广东、广西三省（区）则联手整合了“多彩贵州旅游卡”、“广东国民旅游休闲卡”、“广西八桂旅游卡”资源，实现了区域内高铁旅游优惠措施的互通共享；山东省高铁沿线各旅游城市则重点开发了适应高铁出游的一日游、二日游、周末游产品，让高铁旅游产品更丰富。

三、大交通背景下加快盐城旅游业快速发展的思路对策

盐城即将形成适应“快旅慢游”、完善、便捷的立体化大交通网络，在此背景下，盐城旅游业需要加快适应交通的大变革，应注重从内部提升、外部开拓、线路优化等方面着力补齐短板。

（一）以规划为引领，推动旅游交通融合发展。旅游业是国民经济重要的战略性支柱产业，交通运输是旅游业发展的基础支撑和先决条件。近年来，我国综合交通运输体系不断完善，交通运输与旅游融合发展已经成为旅游业转型发展的新趋势。一是强化规划引领作用，加强旅游交通基础设施发展规划编制，统筹考虑交通、游憩、娱乐、购物等旅游要素和旅游资源开发，构建“快进”“慢游”的综合旅游交通网络。发挥政府规划引

导和政策支持作用，进一步激发企业创新的内生动力，不断创新旅游交通产品和服务，构筑创新发展新环境。二是坚持协同联动。强化部门联动，优化整合交通运输与旅游资源，充分发挥开发性金融机构的优势和作用，探索建立旅游交通规划、建设、运营新机制，形成融合联动发展新模式。交通运输部门、旅游部门等建立健全促进交通运输与旅游融合发展重大问题协调推进机制，形成分工明确、协同联动的工作机制，强化对旅游交通规划技术指导。三是拓展投融资渠道。进一步创新模式，加大投融资力度，形成多元化旅游交通发展投融资格局。积极探索采取基础设施特许经营、政府购买服务、政府和社会资本合作（PPP）等模式，鼓励整合旅游和土地资源，实现沿线交通运输和旅游资源开发一体化发展。积极争取开发性、政策性等金融机构信贷资金支持。

（二）以市场需求为导向，培植旅游发展新热度。一是更加突出发展重点。要进一步突出生态旅游、红色旅游发展重点。生态旅游发展要以黄海湿地项目申报世界自然遗产为主轴线，紧紧围绕“两海两绿”发展思路，以打造“千里风景观光廊道”为抓手，加快沿海湿地和湖荡湿地的综合旅游开发力度。红色旅游发展要更加突出在新四军党史军史中的历史地位和教育意义，把红色旅游与生态旅游、乡村旅游结合起来，更好地发挥革命遗址的革命传承、教育引导和红色旅游的社会性文化功能。二是大力发展旅游新业态。盐城应突出旅游的差异化发展，以“大旅游发展，发展大旅游”的思路，推进旅游与文化、体育、农业、工业、商贸、会展等产业融合发展，加快发展旅游新业态。依托特色产业和龙头企业，培育完善悦达起亚三厂、大丰中汽中心试验场、射阳辉山乳业、响水德龙镍业等工业旅游；推进旅游与文化产业的融合，依托旅游集散中心，规划建设汇聚盐城地域的海盐文化、红色文化、杂技和淮剧非物质文化遗产等文化游乐主题乐园；依

托发达的交通路网、多样的景观、独特的生态资源和区位优势，大力发展房车营地，促进自驾车房车旅游的蓬勃发展，从而促进旅游产业的收益提升。依托建湖、射阳通用机场，集飞机制造、抢险救护、海事救援、气象探测、飞行培训、航空物流等产业发展的同时，融入观光旅游低空飞行项目，让游客获得低空飞行体验。依托盐城农业大市的特点、良好的生态环境和美丽乡村资源的优势，将休闲农业发展与现代农业、美丽乡村、生态文明建设、农民创业创新融为一体，推进旅游与农业的融合，带动乡村旅游的发展。三是加大宣传营销力度。借高铁开通之际，加强高铁旅游的宣传，扩大市场影响力。在主流媒体上投放城市宣传广告，全力提升我市的知名度与美誉度；以高铁、机场为平台，在高铁通达的中心城市北京、南京等高铁站及沪宁高速服务区、上海公交、地铁等载体投放旅游景区、城市广告，大力宣传盐城形象，以吸引高铁带来的人流、物流；策划开展系列旅游促销活动，根据自身旅游特色及风俗人情举办品牌旅游节庆活动，县（区）及重点景区制定针对游客的优惠措施；扎实开展区域合作营销，着力推动政企合作营销，鼓励旅游企业利用线上线下相结合的营销方式，开展自主营销、抱团营销，全面提高来盐游客的接待量。

（三）以景区建设为支撑，筑牢旅游发展基础。全市重点打造中华麋鹿园、荷兰花海、黄海国家森林公园、东台西溪、大纵湖、大洋湾等景区，建成一批推向高铁市场的主打旅游景区，同时加快现有景区的打造，努力使“成品”景区塑造成“精品”景区。一是加快市区综合旅游开发项目，打造大市区核心景区，让游客在盐城大市区停得下、留得住，为游客提供“慢生活”休闲度假项目。二是全力推进城市风貌综合提升，充分承接高铁的辐射和溢出效应，构建“景点旅游”向“全域旅游”的转变，不但使景区周边的环境大有改观，而且让城市面貌也要焕然一新。

新。三是积极培育特色小镇、文化街区、特色民宿、乡村旅游等特色游，完善乡村旅游的“吃住行游购娱”产业链，推动旅游业由观光式向体验式、互动式转型。

(四)以改善旅游质效为重点，不断提升旅游环境。一是构建集散网络，发挥旅游集散功能。高铁时代，游客的分流对盐城旅游集散体系提出了更高要求。就目前，我市的旅游集散中心服务设施建设比较滞后，应根据我市的旅游产业规模、发展现状和趋前的理念加快建设，构建相应等级旅游集散中心体系。可依托盐城高铁站、南洋国际机场设置旅游集散中心，提供包括自驾汽车租赁、旅游观光巴士、旅游公交客运、重点景区旅游专线，提供停车、游客服务中心等相关设施和服务。考虑旅游业的发展可在盐城的老城商业区(北)、城南新区(南)、开发区(东)、盐都区(西)和建湖、阜宁、大丰、东台等依托交通枢纽设置相应等级的旅游集散中心，形成城市内外交通转换和城市内部客运组织双重职能的综合性交通枢纽，与对外交通形成无缝对接。旅游集散中心不但是旅游的综合服务区，而且集中购物、餐饮、休闲、文化展示等多种功能，实际上已具备了旅游景区的诸多要素。因此，在考虑旅游集散中心建设时，不仅要注意它的功能，而且必须注重它的美观，把旅游集散中心当成景区进行规划建设，把景观设计的一些要求贯穿其中，把文化特色贯穿其中，使旅游集散中心本身就成为一个景区，让游客在旅游集散中心不但能得到称心的服务，而且能得到美的享受。二是完善旅游公共标识系统。深入开展旅游公共服务设施“四大提升”行动，加快旅游标识牌和户外形象广告建设，重点解决和完善旅游线路、游客服务中心、火车站、汽车站、机场、停车场等场所的旅游标识系统。三是完善旅游服务功能。利用在高铁车站规划的大型旅游综合服务中心，设立旅游咨询点，提供景点景区售票、导游服务、旅游交通、咨询投诉、购物休闲等综合服务。

四是加快旅游信息化建设。旅游信息化建设是促进旅游产业快速发展的助推器，加快旅游信息化建设，为旅游市场创造良好的信息环境，满足游客的消费需求，提供科学的决策，更好地服务我市的经济发展，实现由传统旅游业向现代旅游业的转变。

(五)以优化机制为核心，激发旅游发展后劲。高铁的开通是加快发展旅游的重要机遇。要乘势而上、抢抓机遇，就有必要解决制约旅游发展的体制机制问题。一是要完善职能机构。近年来，全市旅游经济发展迅速，但旅游主管部门的服务、指导和管理力量却相对不足。各县(市、区)中除大丰、东台单设旅游局外，其余在交通、商务、文广等部门挂牌，人、财、物管理不独立，开发区和城南新区还没有明确专门的旅游主管部门，给全市一盘棋发展旅游带来难度。建议顺应“旅游+文化”改革发展大势，进一步增强旅游文化部门的力量。二是解决人员编制不足的问题。市旅游局现有行政编制12个，人员编制数在全省13个设区市最少，严重滞后于发展，建议参照工作量，增加行政、事业编制，用于引进规划、宣传、IT等方面的专门人才。三是建立旅游投融资平台。旅游发展集团公司是利用旅游资源进行市场化运作的国有企业，可以有效整合资源，拿资源换资本，拿资本换股金。目前四川成都以及我省的镇江、无锡、苏州等市均有成功范例。建议学习外地先进经验，尽快组建盐城市旅游发展集团公司，承担政府在旅游产业发展方面资源综合开发、市场统筹运营、服务配套建设等功能，推动全市旅游业更快地发展。

(作者系盐城市旅游局局长)

如皋创建国家全域旅游示范区的工作思路

何益军



旅游业是综合性强、关联度大、带动力强的产业，创建国家全域旅游示范区是推动城市转型升级、改善城市整体面貌、福泽一方百姓的重要战略，成功与否取决于各方要素整合的推动力，取决于体制机制运行的战斗力，取决于创建主体坚定有效的执行力。当前，如皋市深入贯彻党的十九大精神，自觉践行新发展理念，更加主动适应现代旅游业发展新趋势，牢固树立大产业、大旅游的观念，以更大力度、更宽视野、更高站位推动全域旅游快速发展，确保国家全域旅游示范区如期创建成功。

一、突出系统化思维，高起点谋划全域旅游

把全域作为一个旅游“大系统”来把握，

把各板块作为功能完整的旅游“子系统”来打造，注重大系统与各子系统之间的内在联系，加强整体设计和互动联动，注重完善提升、切实补齐短板、提升发展水平。围绕“如何留住游客”这个核心问题，坚持系统思维，注重内在品质和外部服务的全面提升，努力为消费者提供更富个性化的服务，不断提升游客的内心体验和心灵满足。在时间、空间和内容三个维度上下功夫。一是时间够充裕。充分认识“时间就是效益”，以“旅游+”促进旅游业和一二三产业的融合发展，积极推进旅游业和相关产业的共融共生共兴，形成餐饮、住宿、购物、会议、养生、运动等综合性、多样化的终端消费经济链，让游客能够自觉“慢下来”“留下来”。二是空间

有纵深。在资源整合上,把旅游发展融入全市经济社会发展大局,以“任何资源都可以成为旅游资源”的理念,整合各类资源,全面优化旅游要素、基础设施和旅游功能,集聚打造旅游目的地;在产业发展上,推动产业融合发展,增强旅游业态的层次性和互补性,提高旅游的体验性和高品味;在社会参与上,通过政策驱动,让全体市民积极参与,让他们既是旅游发展的受益者、旅游生活的享受者,又是旅游产业的创业者、旅游生活的服务者。三是内容要丰富。紧紧围绕“吃、住、行、游、购、娱”和“商、养、学、闲、情、奇”旅游要素及拓展要素,充分挖掘历史文化内涵,不断丰富充实旅游内容,增加互动项目,延长旅游产业链,做到游客参与、动静结合,推动实现“观光型”到“体验型”,再到“寄居型”的升级进位。

二、突出特色化导向,高品质打造精品景区

成功景区建设的实践和经验证明,只有把景区打造成精品,才能给人以美好的享受、难忘的印象,从而吸引源源不断的老游客。一方面做好增量的文章。围绕丰富全域旅游产品供给、突出文旅产业融合,策划包装旅游项目,针对大资本、大项目,跟有实力、有品牌、有理念的大集团、大企业开展“一对一”精准招商,全力以赴招引一批具有引领性、前瞻性、精品性的旅游景区和旅游基础设施项目。加快推进未来电影小镇、五洲岛国家森林公园等项目。一方面做好存量的文章。围绕“一城、两镇”三个重点板块,打造如皋旅游的龙头景区,以龙头景区带动全域旅游发展。以水绘园风景区为核心,整合东大街历史文化街区、内外城河风光带沿线的旅游资源,完善功能配套、增加景区厚度,积极创建5A级景区。加快推进古龙游

河湿地公园、国际园艺城二期等重点项目建设,争创省级旅游度假区。长江镇以“体育+旅游”深度融合发展模式,优化配套环境,彰显风土人情,争创长青沙体育休闲小镇。白蒲镇积极整合历史文化古街区、法宝禅寺、乡村旅游点等旅游资源,沿白雪线、蒲黄线做足乡村旅游文章,大力发展民宿旅游产业。

三、突出全域化建设,高质量提升配套功能

完善的旅游配套功能,是提高游客满意度的重要因素,也是如皋创建全域旅游的短腿和弱项,必须下大力气迅速推进落实。在设施上补短板。坚持不懈地推进“厕所革命”,大力新建和改建旅游厕所,实现“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”的目标。加快实施交通干线与旅游景区“最后一公里”通畅工程,实现“城景通、景景通”。迅速健全完善旅游引导标识系统,配套建设标准化停车场,打造和完善旅游慢行系统和连接城区与景区的旅游风景廊道,着力形成立体式交通服务体系。在服务上提效能。力争在今年基本建成市级旅游集散中心,切实为游客提供综合性便捷服务。加快建立功能齐备的区域性旅游服务中心,加快形成市、镇和景区多层级的全域旅游集散服务体系。大力推进智慧旅游建设,加快建立智慧旅游综合管理与服务平台,构建信息化、智能化旅游服务网络。在文化上挖潜能。注重挖掘、整理、提升如皋饮食文化,把如皋早茶文化、长寿菜点广泛宣传出去,让长寿美食成为如皋旅游的重要吸引力。整合长寿文化、佛教文化、红色文化、民俗文化,打造一日游、二日游、三日游精品旅游线路,让游客每次来如皋旅游,都会产生新鲜体验和美好感受。

四、突出精准化营销,高水平开展宣传推介

旅游产业是典型的注意力产业,也是典型的知名度经济。叫响品牌、吸引游客,必须多管齐下,综合施策。一是紧扣如皋特色,营造卖点。围绕“如皋如歌·长来长寿”特色品牌,注重把具备长寿元素的旅游项目和旅游商品整合起来,形成组合拳,让长寿文化可触摸、可感知、可体验,切实提高长寿品牌的吸引力。把农业与文旅深度融合起来,做大乡村旅游产业,助力乡村振兴。精心组织旅游节庆活动,把旅游文化节和长寿美食节打造成为品牌节庆活动,持续扩大“两节”在长三角乃至全国的影响力;文化、教育、体育等部门将各类活动的举办与旅游元素相衔接,扩大游客和市民参与度;镇(区、街道)发挥自身优势,创造性地打造精品旅游节庆活动,展示人文、增加人气、形成品牌,做到“全域旅游处处是景,节庆活动月月有料”。二是创新营销方式,提高实效。积极运用领导营销、公众营销、网络营销、互动营销、节庆营销、反季营销等方式,利用微博、微信、微电影、APP客户端“三微一端”等新兴媒体,提高全域旅游宣传营销的精准度和现代感。与途牛、去哪儿等知名在线旅游公司开展合作,借助平台优势、用户优势、大数据优势,大力推进精准化营销,把旅游市场拓展到全国、乃至境外。三是鼓励多方参与,形成合力。建立政府部门、行业、企业、媒体、公众共同参与的营销机制,充分发挥企业在推广营销中的作用,整合利用各类宣传营销资源和方式,建立推广联盟合作平台,形成上下结合、横向联动、多方参与的全域旅游营销格局。推进整体营销,宣传、招商、商务、农委等部门在对外政务、商务活动中把如皋旅游宣传作为重要内容,统一使用如皋旅游标识和吉祥物,切实提高如皋旅游营销的整体优势。

五、突出常态化监管,高要求做好依法护航

营造良好的旅游环境,是提高游客满意度的关键措施。一是健全全域旅游综合执法机制。大力推进“1+N”旅游综合执法改革,由市旅游局牵头,法院、公安局、市场监管局、文广新局等单位积极参与,加快将执法资源逐步向接待规模较大的景点景区倾斜。在较大的景点景区设立旅游综合执法大厅,建立旅游综合执法信息平台,加快形成全市统一的投诉受理机制,严肃查处损害游客权益、扰乱旅游市场秩序的违法违规行为,实现旅游执法检查的常态化、规范化,净化旅游市场环境,维护游客合法权益。二是强化旅游行业综合治理。加快建立旅游领域社会信用体系,依托全国信用信息共享平台,归集旅游企业和从业人员失信行为,开展联合惩戒行动。探索设置并充分发挥旅游“红黑榜”的作用,将景点景区、酒店饭店、旅行社、导游等纳入旅游“红黑榜”评价机制。重拳整治地接市场,推动旅游市场秩序持续向好。鼓励和支持旅游行业协会,发挥行业自律作用,组织开展行业培训,加强行业综合治理,达到自我净化、自我管理、自我提升的目的。完善旅游志愿服务体系,开展旅游志愿服务公益行动,提供文明引导、游览讲解、信息咨询和应急救援等综合志愿服务。三是倡导旅游文明良好风尚。持续巩固放大文明城市创建成果,树立“人人都是文明形象、个个都是旅游大使”的理念,全面推行国内旅游文明公约和出境旅游文明指南,广泛开展旅游文明宣传教育,积极培育文明旅游典型,及时处置和曝光不文明行为,让“文明旅游”成为如皋的“靓丽名片”。

(作者系中共如皋市委副书记、市长)

产业兴旺助发展 强富美高金山联

虞嘉晔

伴随着无锡市旅游发展大会暨国家全域旅游示范区创建工作动员大会的召开，无锡全域旅游发展迎来了新的契机。依托于“好山好水”“真山真水”的生态环境优势，无锡旅游镇村转型升级势在必行，全域的图景日渐清晰。如今“金色山联”名声远扬，通过菊花种植，菊花产业的规模日益扩大，山联村的菊花景致宾客盈门，吸引了越来越多的外地游客。

一、山联村的创业变迁

山联村地处无锡市锡山区东港镇北部，位于无锡、常熟、江阴三地交界，总面积 6.8 平方公里，共有 40 个自然村、1749 户，常住人口 7427 人，其中党员 276 人。山联村先后获得“中国美丽乡村”、“中国特色村”、“全国休闲农业与乡村旅游示范村”、“首届江苏省最美乡村”等荣誉称号。

多年前，山联村以采矿为主，留给村里的曾经满目疮痍，处处是荒山、荒坑、荒地、荒河的区级经济贫困村。2006 年，村党支部书记吴岳平带领村两委会充分依托山联的资源禀赋，紧扣民生福祉和经济发展，进行新农村的规划、建设和发展，尝试以农富农、农旅结合的生态发展模式，以乡村旅游、特色产业带动全村经济，走出了一条特色鲜明的产业转型升级之路，取得了初步成效。

目前，全村拥有 13 家茶室、26 家农家乐、11 家民宿、7 家酒吧 KTV、5 家特色小吃、10 家菊花农产品零售店、3 家亲子游乐场、36 家特色农庄、7 家菊花衍生加工区、1 家高档养老机构和 2 家健身武馆等旅游业态。2017 年旅游接待人次突破 100 万，全村集体经济总收入 1100 多万元，人均收入 3.2 万元。

二、集聚要素，彰显特色，着力打造“金

色山联”

1、做大做强农业产业基础。2008 年，山联村作为综合改革创新试点，在推进新农村建设过程中，大胆突破“以工养农”的传统模式，尝试以农富农。山联村集中规划、统一经营全村 5000 余亩耕地和 1000 余亩水面，打造出红豆杉、菊花茶、果蔬苗木以及特色养殖四大农业产业板块，形成产业规模效应、集聚效应。村集体组织先后成立无锡市山联农业发展有限公司、无锡山前农业生态观光发展有限公司、无锡市金色山联农业观光发展有限公司，吸收群众的资金、物资、房产、土地等要素入股，搭建市场化运作平台，先后探索“合作社+大户”、“合作社+家庭农场”、“公司化”等新型农业经营模式，鼓励个体户成立家庭农场，以金色山联皇菊花茶为主打产品，支持农业种植大户、农家乐、采摘基地之间开展多种形式的联合经营，实现合作共赢。强有力的农业产业，呈现出“春看油菜秋赏菊，满村尽带黄金甲”的金色山联风光，成为独特的吸引物，为乡村旅游特色产业发展奠定了良好的基础。

2、创意打造农业特色品牌。以品牌提升农产品附加值，近年来，先后注册了“山前牌”、“山联牌”等四个商标，包含全村生产的小龙虾、大闸蟹、草鸡蛋、菊花茶等 12 大类产品。大力发展皇菊产业，鼓励村民种植、生产山联皇菊，提升菊花系列衍生产品的购物体验，初步形成一朵一杯山联皇菊花茶、菊花伴纯植物饮料、菊花麦芽糖、菊花米酒、菊花黄酒、菊花芝麻片、菊花花生片、菊花枕头、菊花酵素、菊花润唇膏、菊花护手霜、菊花糕、菊花蛋糕、菊花酥、菊花饼干、菊花奶昔等综合产业链。山联村与江南

大学食品系合作研发的“菊花伴”饮料，同时引进食用级菊花，并别出心裁地推出了包含菊花沙拉、菊花火锅、菊花馄饨、菊花面筋、菊花闷蛋、菊花饺子、菊花三文鱼在内的全菊宴，产品遍布全国 47 个大中小城市，进一步打响了山联村品牌。通过实体店+微商+网店的模式，以“菊花哥”虞嘉晔为首的销售团队做大做强网红经济，去年全村菊花产业销售额突破 3000 万元，山联皇菊系列产品也成功入选无锡特色旅游商品。

3、创新创业三产能人带动发展。在做大做强一二产业之后，村集体开始将发展第三产业作为一二产业配套。考虑到农民不善于经营服务业，村集体引进服务业能人，重点以全村的菊花、特色养殖等产业为主题，发展农家乐、茶社等三产经营，发挥引领示范作用，逐渐发展出民宿、酒吧等各种旅游业态，形成一环核心景区+二环特色农旅体验的乡村旅游模式，走出了一二三产融合的发展之路。2008 年，我村由大学生村官朱虹带头成立第 1 家农家乐“青年文明一号”，发展形成无锡最早的农民自主经营的农家乐集群，可一次性接待 5000 人同时用餐。2013 年，村里从常熟引进早茶经营能人，经过三年引导带动，10 多户农民先后自主创业经营茶室，形成远近驰名的金色山联早茶文化，每天吸引千余人。2015 年，村里积极探索民宿的开发模式，已经形成村集体统一管理、村民自主经营的民宿客栈 11 家，日接待量达 400 人。目前全村以 2000 多亩生态农业园、香山顶寺、山前嘉园、省内首家乡村动物园等载体为依托，围绕“农家休闲、客栈度假、生态体验、人文感悟、会务经济”五大项目，开展以“春赏花、夏耕耘、秋摘果、冬庆年”为主要内容的农村生态休闲游，鼓励村民将闲置房屋改造成民宿，开办餐饮服务、经营销售农产品，乡村旅游业态内涵丰富，形成了独具山联特色乡村旅游模式。山联村以发展乡村旅游为契机，通过 10 年时间的打造，

形成了一个庞大的创业创客基地，直接转移安置劳动力 400 多人，间接带动上千人的创业就业。

三、以全域旅游示范区创建为契机，助推山联村创新创业实现新突破

山联村的发展，离不开党的政策引导和时代机遇，离不开各级政府的关心和支持，也离不开典型人物的引领和带头。目前，山联村拥有全市仅有的两条旅游专线公交车，观光车+会务接待+旅游购物一条龙的会务经济以及菊花系列产品的销售，为全村带来了源源不断的人流和收入。而金色山联菊花旅游文化节、锡山区乡村旅游节开幕式的连续举办与承办，金色山联主题曲《菊花村》的创作与发布，为山联村筑上了文化的烙印。而农家乐、早茶、民宿、水果采摘等各类项目的兴旺发展，也为村民带来了商机和财富。正在打造的物联网高科技黄鳝养殖基地目前已初见规模，接下来还将筹备无锡市钓黄鳝协会，打造一个集黄鳝饲养、繁殖、垂钓、销售、烹饪和品尝一体化的基地；而金色山联·丰乐开心农场则将游戏搬到了现实中，认领菜园种上喜欢的瓜果蔬菜，在手机上远程一键浇水、杀虫、偷菜，这都将让山联走上“物联网+”的新型科技转型之路。

当前，山联村的乡村旅游富民发展水平，还处于“初级”向“中级”发展的阶段，要实现“升级版”，一定要牢牢把握乡村振兴发展新机遇，坚持经济发展与生态建设并重，深耕细作特色生态经济，把山联打造成为产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的幸福家园，成为全国乡村振兴的“标杆”。

（作者单位：无锡市锡山区东港镇山联村）

常州乡村旅游发展目标与推进路径研究

马 君



近 10 多年，常州市实现了旅游业从无到有、由小到大的巨变，成为江苏乃至全国“无中生有”发展旅游业的典范。经历多年的高速发展后，常州旅游业已经站在一个新的十字路口，亟需转型升级和提升吸引力。乡村旅游作为旅游业的一个分支，因其既融合三产，又连通城乡，更富含“乡愁”，适应城市居民日益增长的周边短途休闲度假消费需求的独特优势，呈现超出一般旅游业态的蓬勃活力。加快农旅融合，推动美丽乡村建设，使乡村旅游业持续成为旅游经济新常态下的增长点，是常州旅游转型发展的必经之路。

一、常州乡村旅游发展现状

近年，常州乡村旅游加快发展，取得了一定的成绩。产业规模日益扩大。截止 2017 年年底，全市有省星级乡村旅游区 51 个，其中五星级 1 个，四星级 26 个，三星级 14 个，四星级乡村旅游区的数量位列全省第四。产品体系日益完善。打造了众多类型丰富、特色鲜明的乡村旅游产品，初步形成以“度假”、“文化”、“田园”、“农趣”、“亲子”、“美食”等为特色的乡村旅游产品体系。市场份额持续增大。2017 年，全市 19 个乡村旅游重点项目建设完成投资 10.69 亿元，累计完

成投资 21.69 亿元；纳入全市旅游统计的 43 家乡村旅游景区（点）接待游客 1435.15 万人次，同比增长 5.34%，实现营业收入 9.34 亿元，同比增长 14.43%。乡村旅游富民工程成效明显。常州乡村旅游直接从业人员超过 4 万人，年人均收入持续增加。如溧阳李家园富民资产专业合作社去年接待游客近 40 万人，营业收入 1500 多万元，股民分红 230 万元，成员户均增收 4.5 万元。

同时，常州乡村旅游发展仍存在着不少瓶颈。一是大观光，小休闲，结构单一。乡村旅游产品开发相对初级，以观光游览型旅游产品为主，休闲度假产品较少，产品形式相对单一。二是大景区，小乡村，全域化不足。常州旅游仍以高等级景区为主要支柱，乡村旅游规模和经济体量相对较小，发展不足，全域旅游发展水平不高。三是景点散，品牌弱，同质化严重。全市乡村旅游发展有一定的集聚效应，但是集聚区号召力不明显，缺少响亮的乡村旅游品牌，与周边乡村旅游发展相比缺乏特色，产品形式、活动模式等雷同。四是有产品，无产业，旅游联动弱。乡村旅游区各自建设发展，以单点农业—旅游—餐饮—农产品产业链条为主，与景区、酒店等其他旅游要素联动少，上下游产业关联尚未形成。

二、常州乡村旅游发展目标

如前所述，常州乡村旅游虽然取得了一定成绩，但仍有很大的发展空间。分析常州乡村旅游的发展方向，必须坚持因地制宜和市场导向两个原则。

一方面，应因地制宜地分析常州乡村旅游的资源禀赋。目前，全市乡村旅游资源的空间分布呈现“大集聚、小分散”的总体格局。

根据不同资源特点，形成八大资源集聚区：溧阳天目湖—南山资源集聚区、曹山—瓦屋山资源集聚区、金坛长荡湖资源集聚区、茅山资源集聚区、武进太湖湾资源集聚区、西太湖资源集聚区、新北小黄山资源集聚区、郑陆历史文化资源集聚区。乡村旅游资源开发呈现明显的依山、沿水的空间聚集特征，是未来乡村旅游产业布局的重点；生态和文化资源优势明显，可深度开发利用转化为多样化的乡村旅游产品和业态；“山水度假、休闲康养、文化体验、田园游憩及乡村美食”开发潜力大，是乡村旅游重点发展的方向。

另一方面，要以市场为导向确定全市乡村旅游的市场定位。目前到常州乡村旅游的游客绝大多数是本地及周边城市的居民，国内游客为主，过半游客是自驾车出行。出游方式以亲友结伴出游为主，占比 80% 以上。游客主要集中在 26—60 周岁年龄段，文化水平较高。旅游目的多样化，包括缓解压力、体验乡村生活、品农家美食、参与民俗活动等，相比观光型产品，参与型、度假型、体验型产品更受欢迎。有鉴于此，未来常州乡村旅游的重点目标市场应定位沪宁杭地区，以常州为旅游目的地的区域游线为分流市场，而其他地区则属于机会市场。

综合这两个定位，常州乡村旅游应对应市场需求，在不同区域组成多样化的产品，以建设旅游风情小镇、乡村旅游示范村、精品民宿为重点，建设成为以景区为依托、生态文化为基底、以特色产业为支撑，集生态观光、休闲度假、文化体验、养生康体等为一体，多功能、综合型、高品质的中国欢乐乡村集聚群和常州市休闲旅游业态发展腹地。

三、常州乡村旅游发展路径

1. 高屋建瓴，有序规划推进乡村旅游发展

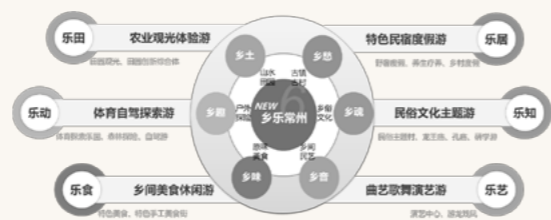
2018年5月,《常州市乡村旅游发展规划(2017-2030)》发布,这是常州市首次对乡村旅游进行系统完整的专项规划,是全市乡村旅游业发展与开发建设的指导性文件。本次规划年限为2017-2030年。到2030年,常州乡村旅游年接待规模突破3600万人次,乡村旅游总收入年均增长率达到10%。

《规划》确定依托常州乡村旅游发展现状和开发潜力,构建“一带三区五组团”的乡村旅游空间格局。“一带”:水乡休闲农业发展带。“三区”:天目湖南山乡村旅游集聚区、茅山茶文化乡村旅游集聚区、太湖湾滨湖乡村休闲旅游集聚区。“五组团”:孟河-小黄山乡村旅游组团(齐梁文化);郑陆历史文化乡村旅游组团(圣贤文化);长荡湖渔乡休闲旅游组团;瓦屋山森林休闲旅游组团;曹山休闲农业生态旅游组团。

2. 深度融合,丰富产品拉伸复合型产业链条

在现有的乡村旅游资源与产品的基础上,激活和优化乡村旅游生产要素,遵循“地域化、多元化、体验化、链条化”四化开发原则,开发独具常州特色的乡村旅游产品,构建“1+6+N”乡村旅游产品体系。围绕“乡乐常州”旅游品牌,抓住乡土、乡趣、乡味、乡愁、乡魂、乡音六大要素,深度开发山水田园、户外探险、原味美食、古镇古村、乡俗文化和乡间民艺相关的旅游产品。在丰富乡村旅游产品的过程中,以乡村旅游产业作为促进产业融合的主要抓手,通过串联生态、文化、康养、美食产业链,进一步催化现代

农业、健康产业、文化创意产业、体育运动产业、互联网融合发展,形成“一旅促五业”的复合型全产业链条。



3. 强化营销,塑造常州乡村旅游优势品牌

以“乡乐”为切入点,以乡情之乐、山水之乐、田园之乐诠释能带给人欢乐的乡村旅游,确定“乡乐常州”的品牌形象,统一设计VI标识,进一步提升总体品牌形象的辨识度与传播度。以长三角作为营销目标市场,以差异化的产品开发策略为营销铺路,利用产品、价格、渠道、促销组合营销手段,计划通过几年时间,使“乡乐常州”的品牌形象深入人心。强化品牌打造广告覆盖,同时通过常州旅游网官方旅游网站、“乐游常州”智能手机客户端、智慧乡村旅游景点建设、“常州乡村游”微信小程序、合作旅游网站、SNS社交网、O2O模式、搜索引擎SEO等新媒体实现多点对多点的传播,从而形成二次营销。策划覆盖常州全域、在国内具有影响力的乡村旅游赛事节庆活动,重点提升乡乐常州·乡村旅游节、中国·溧阳茶叶节暨天目湖旅游节两大节事,以节庆活动打响常州乡村旅游品牌。

(作者单位:常州市旅游局)

解放思想推进邳州旅游业高质量发展

林沛沛

邳州旅游资源丰富,目前已经开发了20多个景区。伴随着旅游市场的快速发展,邳州旅游业服务质量不高、产品开发较慢、地方特色品牌偏少等问题愈发凸显,亟待打破发展瓶颈,推进旅游业高质量发展。

一、顺应新形势,做好系统谋划

当前要顺应形势努力破除与新时代、新要求、新形势、新使命不相适应的思维定势和工作方法,用现代化理念和系统化思维谋划邳州旅游工作。进一步完善《邳州市旅游发展总体规划》,将全域旅游规划与银杏小镇及甜蜜小镇的旅游专项规划融入邳州市城市总体规划,积极参与徐州市全域旅游示范区建设,做好大规划,谋划大旅游,促进大发展。根据景区发展规划相关要求,全面完善景区游客中心及全市旅游导览标识,有序推进禹王山抗日阻击战纪念馆、时光隧道、银杏湖等景区提升工程,突出抓好银杏湖水上游项目等基础设施建设。

二、抢抓新机遇,做好全域旅游

准确把握全域旅游时代全面来临的机遇,勇于突破城乡、产业界限,进一步释放旅游业的富民效应。围绕“古栗园—银杏湖—黄金古道—时光隧道”景观轴和“四五村—大王庄—授贤村—姚庄村”人文轴,打破行政区划,打造银杏小镇,建设邳州全域旅游的先行区和示范点。抓住授贤、姚庄、兆西为代表的省级特色田园乡村试点建设机遇,丰富银杏上下游产业链旅游产品,统筹布局农家乐、康体养生、银杏家具体验等项目,力争年吸引游客350万人次。加快银杏小镇片区旅游业与农业、工业及现代服务业的产业融合,大力发展银杏旅游+,让绿水青山长出金山银山,做到经济效益、社会效益、生态效益相统一,加快实现邳州旅游的全面提升。

三、打造新模式,做好智慧旅游

智能化是趋势,智慧化是方向。围绕智慧旅游,大力推进旅游供给侧结构性改革,

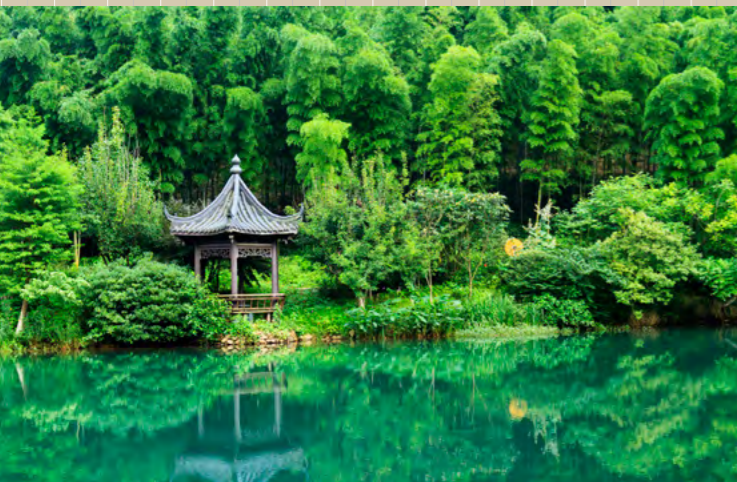
以建设智慧旅游城市为抓手,在提供优质旅游产品、营造良好旅游环境等方面精准发力、持续用力。积极探索景区管理新模式,整合景区、饭店、旅行社、旅游商品等资源,突出邳州历史、文化、山水生态游特色,建立全市智慧旅游平台;统筹全市各3A级以上景区和四星级乡村旅游点,加强与专业公司合作,加大智慧旅游项目建设力度,进一步提升景区智能化管理和智慧化服务水平,增强邳州旅游产业综合竞争力,提高邳州城市的美誉度、首位度。

四、拓宽新视野,做好旅游营销

打响“邳州银杏甲天下”品牌,必须放眼淮海经济区、全省乃至全国大格局,抓住旅游业发展的关键点解放思想,从顶层设计抓好旅游营销。一是强力推进客源市场开发,加大对周边地级城市营销宣传力度,吸引自驾游及旅行团的邳州二日游;借助银杏、大蒜、玉器旅游商品销售,着力增加中高端游客数量。二是广泛开展特色节庆活动,在艾山景区举办风车节、艾香节、摄影大赛等活动,古栗园、沙沟湖等景区相继举办邳州民俗表演,有力地拉动景区人气。三是全面进行旅游形象宣传,参加上海旅游招商推介会以及省旅游局组织的路演宣传活动,参加第六届澳门国际旅游(产业)博览会,举办“邳州一小时”发布会暨旅游投资专场推介会;做好全市景区VR视频、360全景视频的拍摄及宣传推广,利用微博、微信平台实施网上推介,在省和徐州市等多家报刊媒体推出软文宣传等。

解放思想永远在路上。只有坚持解放思想与实事求是相结合,突出抓好全域旅游、特色小镇和特色田园乡村建设,不断推出有内涵、有深度、有吸引力的旅游产品,全面提升管理服务水平,才能推动旅游产业转型升级、提质增效,谱写新时代邳州旅游业高质量发展新篇章。

(作者单位:邳州市旅游局)



基于大数据背景下 对常州城市旅游品牌的重塑建议

刘松梁俊平

常州，在自然旅游资源禀赋并不占优的条件下，坚持“资源创造型”旅游发展模式，实现了旅游业从无到有、从小到大的巨大转变，并跻身“中国优秀旅游城市”行列。近年来，常州旅游产业发展已形成一定规模，旅游经济指标连续多年稳居全省第四。然而，伴随全国各地尤其是周边城市旅游业的快速发展，常州旅游业面临“标兵渐远、追兵渐近”的发展困境。其中，城市旅游品牌不聚焦、不响亮、不持续，成为制约常州旅游业高质量发展的重要因素。唯有理清现状、发掘问题、剖析原因、破除瓶颈并寻求突破，努力将常州打造成“旅游明星城市”，方能实现常州旅游业的顺利转型升级。

一、现状呈现：来常游客行为特征、形象感知与情感表达

通过采集 2015 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日携程和驴妈妈数字足迹网络平台的 68202 条点评数据，采用社会网络分析、词频分析、语义网络分析和情感分析等研究方法，对来常游客的行为特征、形象感知和情感表达进行客观呈现，我们得到如下结论：

（一）来常游客景点选择相对集中，形成多个独立区块

社会网络分析在一定程度上能够反映旅游者行为的规律性。基于“景区共线”原理绘制的来常游客旅游网络图，我们可以看出：第一，游客在景区选择上存在较为明显的集

中趋势，中华恐龙园、天目湖-南山竹海、淹城野生动物园等景区处于整个旅游网络的核心。这在一方面表明游客通常围绕这些景区开展旅游活动，另一方面也反映出客流在空间上呈现非均衡分布的特征。第二，游客在不同景区之间的流动频率较低，景区间的关系组织较为松散。常州旅游景区间存在结构分层现象，游客对核心景区表现出强烈的集中偏好，而边缘景区暂未融入到游客喜爱旅游产品选择之中。第三，以中华恐龙园和天目湖-南山竹海景区为中心，形成了常州旅游网络中两个明显的核心区块，但区块之间的联系并不紧密。

（二）游乐旅游产品得以推广，“乐游常州”形象深入人心

旅游形象涉及到目的地的旅游资源、旅游服务、旅游设施、旅游环境等多个方面的内容，“乐游常州”旅游品牌形象已经在来常游客中形成一定影响力。从网络点评的词频分析中我们得知：第一，“玩”在所有点评文本中出现的频次远远高于其他特征词。与传统上依托自然资源发展观光旅游的城市不同，常州通过“资源创造”成功建设了诸如中华恐龙园、淹城春秋乐园、嬉戏谷等主题乐园，游玩与体验成为来常游客最主要的行为特征。第二，“项目”、“动物”、“温泉”、“恐龙”等词出现的频次相对较高。这表明，中华恐龙园、淹城野生动物园以及多个温泉度假休闲场所所在常州旅游资源中占据重要地位，深受游客的欢迎和喜爱。第三，“孩子”、“小朋友”、“小孩”等词频繁出现在点评文本中。主题乐园、野生动物园等是激发游客旅游动机的核心吸引物，这使得以休闲度假为主的亲子游成为常州旅游发展的重要内容。第四，“环境”、“景色”、“天气”等词的排名也较为靠前，一定程度上反映出游客对常州旅游环境的认可。第五，“自驾”、“开车”等表征交通方式的词汇出现较多，短途和自驾游游客是常州旅游的主要客源市场。

（三）旅游资源开发已具成效，内部结构关系渐已成型

语义网络图反映的是网络点评文本中高频词之间的联系和结构。来常游客旅游形象感知的语义网络分析显示：第一，“玩”与“项目”是语义网络中模块一的核心，“恐龙”、“孩子”、“园区”、“乐园”等与其联系紧密。这些要素共同构成了来常游客旅游形象感知的最核心特质，即以中华恐龙园为代表的主题乐园成为游客来常旅游的首要吸引物。第二，“温泉”、“南山竹海”、“天目湖”构成了模块二的核心。天目湖旅游度假区作为我国近年的首批国家级旅游度假区，在常州旅游发展中的重要性逐步凸显，为游客带来了有别于主题乐园产品的全新体验。第三，以淹城野生动物园为核心的游客感知集群是语义网络的第三大模块。需要指出的是，它与模块一又以多个关键词为节点建立起较强的互动关系。

（四）游客满意度相对较高，重游意愿较为明显

游客情感既是目的地形象感知的重要内容，也是游客旅游体验满意与否的判断标准。情感表达分析结果显示，网络点评中的积极情感词频占比为 75.14%，中性情感词频占比为 11.43%，消极情感词频占比为 13.43%。具体而言：一方面，在积极情感中，一是“不错”、“开心”、“喜欢”、“满意”等词汇的高频出现反映出游客对于旅游体验的满意程度较高；二是“方便”、“便宜”、“舒服”等词汇表明，旅游服务的便利性和舒适性给游客留下了深刻的印象；三是与“好玩”、“刺激”、“精彩”相关的旅游资源，是让游客产生正面评价的主要内容。另一方面，在消极情感中，一是“人太多”、“人多”反映了景区拥挤感知对游客满意度产生的负面影响；二是“可惜”与“遗憾”出现的频次相对较高，排队或游览时间过长、在常停留时间较短是产生负面情感的可能原因；三是“贵”、“不值”与游客评论中的景区餐饮、门票以及其他付费项目密切相关，使游客产生“失望”、“不好”等强烈的厌恶情绪。

二、问题剖析：合力尚未形成，保障仍不到位，特色不尽突出

根据来常游客网络点评文本的统计结果,结合深度访谈和实地调研的资料分析,我们认为常州城市旅游发展和品牌塑造中主要存在如下问题:

(一)旅游景区块各自为战,联动效应不明显

第一,以中华恐龙园和天目湖-南山竹海景区为中心形成的两大核心区块,显然尚未发挥 $1+1 > 2$ 的联动效应。究其原因,天目湖景区隶属于常州目前唯一的县级市溧阳,长期以来尚未真正融入到常州旅游业的整体发展之中,尽管它为常州旅游产品的多元化设计提供了新的方向,但是各自为政的管理模式造成了天目湖景区在现阶段未能与常州市区景点形成合力,从而没有真正发挥丰富游客旅游体验和共享旅游发展成果的作用。第二,常州市区主要景点存在明显的同质性,合作机制尚难形成。比如中华恐龙园、淹城春秋乐园和嬉戏谷,尽管它们之间有着不同的游乐主题,但是在某种程度上仍然存在无法避免的交锋和竞争。第三,缺乏统一协调和谋划,内部沟通仍不充分。目前,金坛已纳入市区范围,“融入常州主城区、接轨南京都市圈”计划全面展开,东方盐湖城的打造也为该市旅游业注入新的活力。但是由于区划调整时间尚短,金坛旅游发展与其他城区和溧阳实现优势互补仍待时日。

(二)文化元素挖掘不够,品牌特色不够凸显

一方面,常州有着浓厚的历史文化、名人文化、红色文化、工业文化、宗教文化和餐饮文化等资源,但是在旅游业发展过程中仍然挖掘不够。虽然“乐游常州”的目的地品牌形象得到了较好的体现,但是与“建成中国知名的历史文化旅游名城和主题公园之都,成为长三角地区著名的休闲度假旅游目的地”的目标之间仍存在一定差距。另一方面,常州“主题乐园之都”的形象已形成一定的影响力,然而与常州地脉和文脉有机结合,打造出更具生命力和持久性的城市旅游特色品牌,仍然需要做出更多和进一步的努力。另外,常州旅游发展还存在明显的

均衡现象,围绕聚焦的旅游品牌形象,形成相对完整和结构合理的旅游产品体系,也是常州旅游业面临的急迫任务和亟待突破的方向。

(三)旅游服务接待尚有短板,景区收费制度有待改善

旅游服务涵盖了食住行游购娱等一系列接待活动。从来常游客旅游形象感知分析来看,游客的旅游服务感知主要体现在景区接待方面,对住宿和餐饮服务的感知度较低,购物服务的提及次数甚或更少,旅游购物消费占总消费比重不高。可以反映出,常州在一定程度上仍然扮演着区域旅游过境地的角色,而非真正意义上的旅游目的地。来常游客的停留时间较短,这不仅造成常州旅游发展过多地依赖“门票经济”,同时也使得旅游业对相关产业的拉动作用不能充分发挥,旅游经济产业链没有真正形成。另外,除天目湖鱼头外,其他特色餐饮、旅游纪念品等与景区联系不够密切,也导致核心景区未起到对餐饮、购物资源的宣传作用。因此,在游客停留时间相对较短、对异地环境较为陌生的情况下,常州旅游发展出现了“酒香也怕巷子深”的消费障碍。

(四)旅游环境发展不尽协调,人文氛围营造仍显薄弱

旅游环境反映在自然环境、人文环境和区位环境等多个方面,自然人文环境相映成辉,有助于旅游环境的协调和持续发展。在自然环境感知上,来常游客的评价较为积极,无论是“怡人”的风景还是“清新”的空气都给游客留下了较为深刻的印象。在区位环境感知中,“地方”一词出现的频次较高,说明游客以中华恐龙园、天目湖、淹城春秋乐园等景区为载体,获取对“地方”的体验,从而建立起了与常州间的情感联系。但是我们也发现,游客对“常州”的感知度要远远高于“溧阳”、“金坛”,其下属区县在区位认知中也被游客弱化或屏蔽。值得关注的是,常州属于自然旅游资源匮乏,人文旅游资源相对丰厚型的城市,然而从现实情况看来,游客对自然环境有着较好的感知,相较

而言对于人文环境的点评并不是很多,这反映出常州旅游发展在人文环境的营造方面仍然存在很大不足。

三、重塑建议:彰显休闲度假品牌,打造旅游明星城市

2018年7月,市委书记汪泉在调研常州旅游业发展后提出“塑造高质量的旅游明星城市”的建设目标。围绕这一目标,重塑常州市旅游品牌形象成为首要的和紧迫的工作内容和重要任务。经过实地调研和访谈资料整理,结合游客网络点评文本的分析,我们如下建议:

(一)把握休闲度假主方向,系统规划开发旅游资源

一是要坚持“大旅游”理念,实现全域旅游向全域休闲的转变。旅游资源的开发规划要与主体功能区规划、城市总体规划、土地利用规划、环境保护规划以及风景名胜区、历史文化保护等相关规划有机衔接,旅游产业的进一步发展也要与生态、文化、体育、农业、水利、交通等产业深度融合,应将旅游业放到常州经济社会发展的战略性地位上来。二是要科学开发旅游资源,构建差异化旅游产品体系。虽然目前常州的旅游资源已形成一定规模,但是游客活动主要还是围绕个别景区展开,核心景区对其他同类型景区产生较为明显的“虹吸效应”,这使得旅游市场空间的拓展受到一定局限。因此,要充分重视旅游资源的差异化开发,创新旅游发展要素,同时努力提升游客对于旅游资源的辨识度。

(二)充分挖掘地方文化,旅游发展须讲好常州故事

一方面,营造浓郁的人文环境,提升全城人文氛围。要充分挖掘常州的历史文化、名人文化、红色文化、工业文化、宗教文化和餐饮文化等资源,并将这些文化元素进行系统、创意打造,强化和凝练其文化内涵和价值,增强文化“叙事性”和常州“地方性”特征。另一方面,着力建设常州旅游文化,重点打造乐园文化、运河文化和山水文化等休闲文化资源。一是要增强常州主题乐园集

群优势,引导主题乐园“差别竞争、错位发展”;二是要加强古运河风光带的保护和开发,建设特色鲜明、有机联系、相得益彰的运河文化长廊;三是要充分发挥金坛、溧阳山水生态优势,把旅游发展与乡村振兴、美丽乡村建设结合起来,大力推进乡村休闲度假。

(三)加强旅游系统内部沟通,形成旅游发展合力

一是要密切市旅游局与区县旅游局之间的联系,通过座谈会或恳谈会的形式,做好旅游各项工作的规划和协调,达成和凝聚旅游发展共识。二是要加强市区景区与天目湖-南山竹海等景区之间的合作,强化联动宣传和客源互流,实现资源和客源的共享。景区联动协调发展不仅有利于促进城市整体旅游功能的提升,还在一定程度上能够有效拓展游客的活动空间,从而延长游客的停留时间。三是要采取冷门景区“攀附”策略,加强核心景区与冷门景区之间的联动和交流,有效发挥核心景区的辐射作用。四是推出各具特色的旅游专线,满足游客个性化旅行需求,同时对客流发挥一定引导作用。

(四)强化旅游营销宣传,大力推广品牌形象

一方面,要围绕“休闲度假品牌”和“旅游明星城市”建设目标,优化旅游营销推广方案。要在“乐游常州”形象的基础上,融入常州本土化和地方性文化,丰富常州市旅游文化内涵,使游客能够得以感受常州旅游多元化的文化魅力。另一方面,要强化旅游产品、旅游线路的整体策划和包装,采取多样化营销方式传播和推广常州旅游。除了参加国内外重要旅游展会之外,还要充分利用央视等高端媒体和微博、微信、短视频等新媒体平台以及嵌入式传播方式来宣传常州市旅游品牌形象。另外,可以通过申办和组织有影响力的、多种形式的节事活动,大力推广常州市旅游品牌,尽显常州优质和独具魅力的休闲度假环境。

(作者单位:常州工学院 经济与管理学院)



微演艺旅游项目

——提升景区吸引力的新手段

朱晓明
袁鹏东

我国旅游业经过40年的发展，多数旅游景区一方面面临由观光向休闲度假升级，另一方面在全域旅游发展战略理念的大力推进下，也面临着全新的竞争压力。在当前背景下，担纲区域旅游目的地核心吸引物的旅游景区，如何破解吸引力提升的瓶颈与痛点？如何延长游客的逗留时间？如何让厚重的文化活化、情景化，使游客获得更轻松与美好的体验？如何能在不花费太大的投入、不新增建设用地、不增加过多运营成本的前提下，有效盘活现有存量设施？一直以来，这些疑问始终困扰景区的发展和提升，成为业界长期讨论的话题之一。

笔者通过尔目文旅集团为各旅游景区的实际编创案例，深入探讨各类景区尤其是一些成熟景区、度假区的深度提升、精彩活化的破解思路——即通过“微型演艺项目”（以下简称“微演艺”）因地制宜地植入，来提升景区吸引力、激活景区生命力，延长游客的逗留时间，提升旅游消费的供给能力。

一、小中见大

文化是景区的灵魂，是景区彰显特色、经久不衰的生命源泉。如何将厚重文化轻松表达，打通活化体验和传承教化之间的通道，是尔目团队研发微演艺的初衷。微演艺的核心，在于一个“微”字，因为“微”，所以更需要精细化创作，对于文化内涵的把握必须切中要点、抓住特色，小中见大，让游客

通过轻松美好的体验管中窥豹，感受景区文化的独特魅力。

在长期为各大景区服务的过程中，团队就如何实现微演艺小中见大积累了丰富的经验：演绎场面小，就从角色上着手，演绎出独具一格的个人气场；故事短小，但从道理、意境上着手，或具有品味思考的空间和价值，或营造一种深远的意境。团队曾为江西省鹰潭市的世界自然遗产地、国家5A级旅游景区——龙虎山风景名胜区打造《升棺表演》节目，将鸬鹚捕鱼这种古老的技艺、古越民族奇特的丧葬习俗与青山绿水有机结合，营造出一种古老而又悠远的意境，成为来到龙虎山不可不看的一道风景，深受游客好评。

二、强调原创

旅游的吸引力、差异性的本质是文化的个性表达。如何通过深入挖掘所在景区本身富含的历史文化来进行深入研究、去伪存真，艺术创作、轻松表达，达到增强景区吸引力的目的，并全面提升景区文化内涵、释放景区文化价值、升华景区竞争力与生命力，是检验微演艺旅游项目能否成功的关键。

微演艺的原创性，不是一味地追求新奇、特，也不仅仅在于内容。尔目文旅集团在为各大景区服务的过程中，注重内容和表现形式的有机结合。旧瓶可以装新酒，关键在于创新化、艺术化表达的呈现。而艺术源于生活而又高于生活，我们可以将生活艺术化，也可以将艺术生活化。前者创造了艺术，后者则延续了艺术的生命。比如，中国龙虾城盱眙县所在的红色文化景点、国家4A级旅游景区——黄花塘新四军军部纪念馆，尔目将导游单调的解说改编成快板书，让导游穿上新四军服装，以表演代替解说，让声境变成情境，游客仿佛被带到战火纷飞的岁月，在充满激情的快板艺术中感受新四军奋勇杀

敌的壮志和热血！

三、突出体验

景区的文化通常具有地域性特征，想要游客留下美好、深刻的印象，让游客真正参与进来非常重要。俗话说：“眼过千遍，不如手过一遍。”通过切实互动，调动游客的自我价值，既能够增强游客体验性，也有助于带动现场气氛。在灌云县潮河湾生态旅游区摇橹船观光项目中，尔目增加了船娘教唱苏北民歌环节，让游客成为参与者，切身体会当地的民风民俗。在潮河湾，旅游不是简单的走马观花，而是一次美好而又新奇的民俗体验之旅。

四、科技表达

深入挖掘景区内涵，将其最富魅力的文化形态重新解读，以高科技声光电、歌舞、戏剧、音乐和艺术化手法全新呈现，为景区注入活力和生命力。国家4A级景区——灌云大伊山风景区，团队从全面提升景区的吸引力角度，深度挖掘该山的佛文化，将传统与现代结合，搭上高科技的快车，精心打造了一场佛光秀。夜幕之下，璀璨的佛光庄重而又神圣，映照夜空，也照亮世人的心灵。

所有的景区都有自己独特的文化内涵，但如何轻松表达、活化体验，实现景区在新时代健康的可持续发展？需要我们敢于创新，也要我们紧扣实际，以不大的投入获取实在的回报。微演艺的表现形式应该说为当今旅游景区破解吸引力提升的痛点提供了一种新的解决方案！不同的景区可以采用不同的表现形式，一场秀、一种仪式、一种情境化的体验等，都是智慧的表达、快乐的呈现，令游客有戏可看，有故事可传，有美好可回味。

（作者单位：江苏尔目文旅集团）



对推进创建旅游标准化示范城市的思考

成蛟

今年2月，原国家旅游局确定扬州市为第四批全国旅游标准化试点城市。这对于扬州这样一座有着6000年文明史和2500年建城史的历史文化名城来说，通过推动旅游标准化创建，必定会提高扬州旅游服务质量，规范旅游行业秩序，提升旅游企业发展软实力。为此，扬州不断提高认识，抓住重点，凝聚力量，全力推进旅游标准化示范城市创建工作，不断推动扬州从旅游大市向旅游强市的转型升级。

一、凝聚共识，弄清“为什么创建”

（一）创建旅游标准化示范城市是推动旅游业供给侧结构性改革，实现旅游业高质量发展的必由之路。扬州市委市政府历来重视旅游业发展，把旅游业定位为永久性基本产业，从2017年起连续两年制定出台以服务游客为核心内容的“3号文件”，推动了全市旅游业的快速发展。但从全省旅游综合实力来看，扬州旅游业仍处于第二方阵，新的参与型、体验型的旅游重大项目突破性不大。面对旅游发展高质量的要求以及省委书记对“扬州要满足世界人民对扬州的向往”的殷切希望，扬州旅游业要取得高质量发展，旅游标准化是扬州旅游业现阶段的必然选择。通过旅游标准化城市建设，将有利于推进旅游业供给侧结构性改革，规范旅游市

场主体行为，提升景区品质，改善旅游服务，更有利于加快旅游品牌建设，促进旅游业向品牌化、特色化、规模化方向发展，引领旅游业转型升级，走向更高层次的发展阶段。

（二）创建旅游标准化示范城市是扬州推进旅游国际化，建设国际名城的关键之举。省委十三届四次全会提出要把文旅产业打造成江苏经济的重要支撑。市委七届六次全会提出将打造国际文化旅游名城列入新时期扬州的三大战略。围绕要求，扬州必须在“吃住行游购娱”旅游六要素全面采用国际国内通行的标准，把扬州城市、扬州故事用国际国内通用的文字、符号展示出来，让扬州的旅游与国际接轨，增加扬州旅游的“国际范”，让来自世界各地的人民在扬州都能吃好、住好、玩好，提升扬州旅游国际化水平，推动扬州城市国际化迈上新台阶。

（三）创建旅游标准化示范城市是满足人民对美好生活的向往，打造幸福之城的现实需要。随着经济增长、人民生活水平的提高和闲暇时间的增多，旅游业逐步成为大众生活方式的重要内容、实现美好生活的重要载体。当前，旅游业发展步入了全域旅游新时代。在全域旅游的大背景下，旅游标准化建设涉及到城市建设、城市管理、社会管理等诸多方面，涵盖餐饮、住宿、交通、商贸等多个服务行业，以及道路、绿化、公厕、交通标志等基础设施，每一项都与人们的生活、游客的需求息息相关。通过旅游标准化创建活动，必将让扬州城市建设更美丽，让人民生活更幸福，让来扬游客更满意。

二、细化措施，解决“怎么创建”

（一）抓组织实施，把握旅游标准化建设的关键。一是宣传贯彻旅游标准。按照试点先行、以点带面、全面推进的工作要求，指导全市涉旅企事业单位实施各类标准。在实施45项国家标准、行业标准和5项地方标准的基础上，结合本地实际，制定一批有

扬州特色的地方标准，提升全市旅游服务水平。二是加快研制旅游标准。在前期调研的基础上，结合扬州旅游发展需求，研究制定《扬州市旅游标准化发展规划》和《扬州市标准化工作管理办法》。特别是在扬州美食、宾馆服务、咨询投诉等领域探索制定了一批具有地方特色的旅游服务标准。三是深化旅游标准国际合作。扬州与法国奥尔良市是国际友好城市，双方在旅游标准领域的合作具备了较好的基础。扬州以此为契机，通过深化两市在旅游接待服务、旅游指示标识等领域的合作，不断推动“扬州标准”走向国门、走向世界。

（二）抓企业引导，壮大旅游标准化建设的市场主体。一是抓大企业，实现示范带动。企业强，则产业兴。扬州紧抓瘦西湖公园、扬子江集团、迎宾馆等一批旅游业龙头企业，作为试点标兵，带头推进旅游标准化，为全市旅游标准化工作提供了可借鉴的经验，发挥了引领带动作用。二是抓中小企业，实现面上覆盖。大量的涉旅中小企业是实施标准化的主导力量，也是与游客接触最广最多的群体。通过组织相关中小旅游企业参与集中学习、专家讲座等形式，来提高企业从业人员对标准化工作的认知水平和应用水平，主动采用契合企业自身发展的标准，优化经营模式，提升管理服务水平，打造品牌企业。三是抓新业态企业，实现创新发展。随着全域旅游时代的到来，旅游领域涌现出私家园林、民居客栈等一批新业态涉旅企业。为此，扬州积极鼓励企业从自身发展需要出发，制定满足游客需求、具有企业特色的标准。同时，市旅游协会引导鼓励和指定推广团体标准，实施连锁经营，把新业态做大做强，做出特色。

（三）抓城市管理，提升旅游标准化建设的外部形象。一是强化景区周边环境整治。为加强城市综合整治，扬州在全国文明城市

建设的基础上进一步提高城市管理标准,重点加强对景区和窗口的环境治理,加大对占道经营、流动摊贩的集中整治,提升城市综合管理的规范化、精细化水平,使游客和市民享受到清洁卫生的城市环境。二是加强旅游市场综合治理。积极探索开展全域旅游市场综合监管机制改革,扬州成立了全省首支实体化运作的旅游警察队伍,在全市54个公安检查站、治安卡口、警务服务站(亭)设立旅游咨询服务窗口,标准化处理旅游消费纠纷,维护良好的旅游市场秩序。三是扩大文明旅游辐射范围。全域旅游时代,市民是城市最亮丽的风景。为此,扬州制定了“扬州文明有礼二十四条”,深入推进文明旅游行动,做到旅游窗口微笑服务、游客咨询热情周到。通过不断加密旅游志愿者服务站、服务点设置,提供标准化的旅游志愿服务流程,让志愿者服务成为扬州旅游亮丽的风景线。

(四)抓产业融合,拓展旅游标准化建设的内涵。一是大力推进“旅游+”战略。结合扬州实际和旅游业发展趋势,大力发展“旅游+文化”“旅游+体育”“旅游+会展”等新业态,通过在新业态推广应用旅游标准体系,规范消费行为,提升消费品质。二是推动产业提档升级。通过旅游标准化的推广应用,大力拓展旅游内涵,丰富旅游内容,增加体验性、参与性旅游项目和演艺项目,延长拉粗旅游产业链,让游客慢下来、留下来、住下来,推动旅游产业由“门票经济”向“产业经济”转变,由“观光游”向“度假游”“休闲游”转变,由“景点游”向“全域游”转变,不断提升旅游产业发展水平。三是规范旅游商品市场。从游客的需求出发,以标准为引领,规范扬州剪纸、漆器、玉器、长毛绒玩具等工艺品和扬州酱菜、扬州包子等地方特产的生产、加工和销售,促进旅游购物消费,拉动经济增长。

三、落实责任,解决“谁来创建”

(一)建立健全组织领导机制。为做好创建工作,市政府专门成立了由市长任组长,分管副市长任副组长的创建工作领导小组,下设创建办公室。并且要求各县(市、区)政府、功能区管委会把创建活动摆上重要议事日程,抽调精干人员,搭建工作班子,健全组织体系;市直各部门明确分管领导和业务处室负责创建工作,确保做到创建工作项项有人抓、事事有人干,为创建工作提供坚强有力的组织保障。

(二)建立健全工作联动机制。创建工作涉及面广,工作量大,任务艰巨,责任重大。为此,全市不断加强对日常创建工作的调度,及时协调解决创建工作中遇到的困难和问题。市政府督查室不定期开展督导检查,通报进展情况,督促工作。

(三)建立旅游标准化推进长效机制。按照当前任务与长远目标有机结合的要求,探索建立旅游标准化的长效工作机制,通过3-5年的努力,将创建经验和成果转化为企业经营和行业管理的标准流程。不断加大宣传力度,提高全社会对旅游标准化的认知程度,在全社会形成学标准、讲标准、用标准的良好环境。加快建立健全社会化的共建机制,动员广大市民积极参加,营造人人支持创建、人人参与创建的浓厚氛围。

(作者单位:扬州市旅游局)

2018智慧旅游发展峰会在无锡举行

9月14日,由中国旅游研究院、江苏省旅游局、无锡市人民政府主办,无锡市旅游局和北京大有中城科技有限公司承办的智慧旅游发展峰会在无锡太湖皇冠假日酒店举行。中共无锡市委常委、宣传部长袁飞和江苏省旅游局副局长陈芬致辞,中国工程院院士李幼平、中国旅游研究院副院长李仲广以及来自全国12个省(市)、自治区,近30个城市旅游部门、旅游度假区、智慧旅游企业及新闻媒体的代表共300余人参会。

作为2018世界物联网博览会的系列活动之一,本次智慧旅游发展峰会以“旅行世界的互联互通”为主题,聚焦智慧旅游新技术、新领域、新应用,通过全面深化

智慧旅游区域合作,探索旅行世界的互联互通,推动全域旅游健康可持续发展。

智慧旅游发展峰会分主旨演讲、圆桌论坛和相关旅游企业成果展示三部分。共有包括中科院院士在内的16位国内外知名专家和业界代表进行主旨演讲与经验交流,通过中国旅游研究院大数据发布、智慧旅游研究院战略合作协议签订、智慧旅游创客基金发布等方式,巩固无锡物联网特色产业的发展成果,展望物联网技术在旅游领域的应用和发展前景,对全面促进物联网技术在智慧旅游建设方面的研究、应用与发展具有十分重要的现实意义。

(无锡市旅游局)

省旅游局组织开展旅游市场秩序和旅游安全督查

为确保中秋国庆两节期间我省旅游市场秩序安全有序,9月19-21日,省旅游局巡视员周旭带领质量管理处有关人员前往苏州就旅游市场秩序及旅游安全工作进行督查。

督查组听取了苏州市旅游局就旅游市场综合监管责任落实、安全应急预案完善情况,以及对旅游虚假广告、价格欺诈、欺客宰客、“一日游”市场、非法经营旅行社业务等突出问题整治情况介绍后,周旭巡视员指出,规范旅行社经营行为,要重点打击旅行社组织不合理低价游、超范围经营、强迫和变相强迫消费、未经游客同意转团、擅自变更行程、旅行社不依法签订“旅游包车”协议或与无旅游客运营

质企业签订“旅游包车”协议的行为,导游要落实好团队行前安全教育和行程中文明旅游“一岗双责”。随后督查组分别到旅游景区、旅游星级饭店、重点旅行社和旅游汽车公司等进行现场检查。

周旭表示,苏州旅游市场总体安全有序,但任何时候安全意识都不能放松,企业要承担起安全主体责任,要把安全管理制度切实落实到位,才不会出现大的安全事故。旅游主管部门要下大力气打击强迫购物、违法经营等严重扰乱旅游市场的行为,确保假日旅游市场秩序良好,安全无事故。

(省旅游局质量管理处)

省旅游局督查组赴无锡督查国庆假日旅游安全工作

9月27日至28日,省旅游局党组成员、副局长詹庚庆率督查组一行,对无锡市认真贯彻《文化和旅游部办公厅关于做好2018年中秋和国庆假日旅游工作的通知》精神和落实省旅游局假日旅游安全工作部署情况进行督查。督查组一行认真听取了无锡市旅游局关于假日旅游安全工作情况汇报后,实地督查了龙寺生态园、梁溪区全域旅游应急指挥中心、江南古运河公司和无锡中旅等涉旅企业。

督查组强调,全省旅游行业要认真贯彻落实党中央国务院和省委省政府关于安全生产的系列指示精神,突出抓好“十一”黄金周前后的旅游安全工作,为广大游客创造舒心满意的旅游环境。一要高度重视

安全工作,时刻绷紧安全这根弦,把旅游安全工作摆在近期工作的突出位置;二要制定科学严密的实施方案和应急预案;三要全面动员部署,组织应急预案演练,提高旅游安全应急处置能力;四要加强与属地相关管理部门的协调联动,深入细致地开展好安全检查,及时消除安全隐患,切实提高旅游安全保障能力。五要强化值班值守,畅通信息报送渠道,一旦有险情或事故发生,按照要求及时上报,做好事故救援工作。

无锡市旅游局、梁溪区、滨湖区和省局综合法规处相关负责人参加了安全督查。

(省旅游局综合处)

沪苏浙皖首届长三角区域旅游协同发展高峰论坛 在常州江南环球港举办

9月15日,江苏省旅游协会邀请上海、浙江和安徽三省一市的旅游协会,在常州江南环球港联合主办了首届长三角区域旅游协同发展高峰论坛,为长三角旅游一体化发展建言献策。

江苏省旅游协会会长张卫国致辞。他指出,通过此次论坛和考察,推动区域旅游协会合作交流常态化,在资源共享、产品推广、市场互动、信息互通、人才交流等方面跳出地域限制,体现出长三角旅游发展的视野。华东师大工商管理学院院长兼旅游规划与发展研究中心主任冯学钢

教授,在会上作了“文旅商助推长三角旅游一体化”的主旨演讲,他指出:推动长三角旅游经济一体化跨越式发展,就要助推文旅商跨界融合,以文化解决附加值提升问题,以旅游解决流量问题,以商业解决持续运营问题,以文带旅、以旅兴商、以商成文。

论坛发表了《长三角区域旅游协同发展常州倡议》。倡议推广开放互联的合作理念,协作互通的合作模式和“立足长三角、推动周边、对接全国、服务世界”的经营理念。

(常州市旅游局)

江苏省旅游风情小镇创建新闻发布会召开

9月20日,省政府召开新闻发布会,公布江苏省第一批旅游风情小镇创建单位年度考核结果,发布第二批旅游风情小镇创建单位名单,推进旅游风情小镇进一步高质量创建。

会上,公布了江苏省首批旅游风情小镇创建单位年度考核结果:优秀等级:

灵山禅意小镇、荷兰花海风情小镇、永联江南田园风情小镇。合格等级:震泽丝绸文化风情小镇、溱潼会船风情小镇、三台山衲田风情小镇、南山竹海风情小镇、阳山桃源风情小镇、旺山文旅风情小镇、桤溪慢城风情小镇。基本合格等级:

汤山温泉风情小镇、连岛海滨风情小镇、湖汊茶旅风情小镇。无不合格等级。

会上,海公布江苏省第二批旅游风情小镇创建单位名单:1、周庄水乡风情小镇(苏州昆山市);2、千鹤湾温泉风情小镇(盐城亭湖区);3、香包风情小镇(徐州贾汪

区);4、盆景风情小镇(南通如皋市);5、茅山湖康养风情小镇(镇江句容市);6、沙沟渔文化风情小镇(泰州兴化市);7、蒋坝河工风情小镇(淮安市洪泽区);8、旗袍风情小镇(苏州吴江区);9、窑湾运河文化风情小镇(徐州新沂市);10、大纵湖湖荡风情小镇(盐城盐都区);11、银杏养生风情小镇(泰州泰兴市);12、西渚云湖茶禅小镇(无锡宜兴市);13、老山天景生态风情小镇(南京浦口区);14、邵伯运河风情小镇(扬州江都区);15、新河花木风情小镇(宿迁沭阳县);16、圆陀角海韵风情小镇(南通启东市);17、山海云雾风情小镇(连云港连云区);18、西来埭上人家风情小镇(泰州靖江市);19、茅山闲养小镇(常州金坛区);20、渔家风情小镇(宿迁泗洪县)。

(省旅游局办公室)

打造精品休闲度假饭店品牌 助推我省旅游饭店行业转型升级

为持续推进我省饭店行业转型升级,更好地满足广大游客休闲度假新需求,提升“水韵江苏”品牌国际知名度和美誉度,江苏省旅游局连续三年向社会公布了103家“江苏精品休闲度假饭店”。这些被推荐的休闲度假饭店类型多样、各具特色,既有依山湖而建、坐拥山水城林的景区型度假饭店;又有亲近自然、拥有田园风光的乡村型度假饭店;还有融入地域文化、个性独特的主题型度假饭店。

103家江苏精品休闲度假饭店具有区位优势独特、休闲元素鲜明、功能服务完

好的特点。饭店重视客房配置、餐饮品质,丰富的休闲度假产品既能满足享受自然生态、休闲养生度假游客的需求,更能迎合乐于亲子娱乐、骑行健身度假人群的需要。

省旅游局在“十一黄金周”前借助报纸、网络平台等相关媒体集中对近三年评选出的103家精品休闲度假饭店进行宣传推广,进一步扩大了饭店的市场口碑和江苏休闲度假饭店的品牌影响力,有助于吸引更多境内外游客来江苏休闲度假,不断提升“水韵江苏”旅游形象。

(省旅游局质量管理处)

“苏州旅游总入口”助推小长假旅游市场火爆

9月20日上午,由苏州市旅游局主办的苏州旅游总入口+12306合作发布会在拥有着500多年历史的拙政园李宅举行。在古老园林中铁路行业与旅游行业的重要嘉宾以及媒体行业代表齐聚一堂,共同见证此次创新之举。苏州市政府与中国铁道科学研究院等领导出席合作发布会,共同开启了苏州旅游总入口在铁路12306的正式上线仪式。本次合作开创了旅游+铁路的首次深度、专属、创新的先河,堪称业界典范。高速铁路的飞速发展,助推了整个旅游行业。“高铁时代”的到来,极大改善了旅游交通,提升了旅游可达性,带来了新的时空认知,同城化、近城化、网络化、网格化等区域效应进一步凸显,游客旅游行为模式也发生了新的变化,催生了高铁旅游新业态,带动了旅游吸引力。

会上还举行了苏州旅游总入口与铁路12306签约仪式,双方正式开启合作之旅。“苏州旅游总入口”接入铁路12306

的APP客户端,依托高铁新媒体最大化覆盖核心目标人群,实现首次点对点深度合作,达到精准和高效的传播效果。打开铁路12306的APP,即可见定制化苏州旅游专属内容,一键关注“苏州旅游总入口”,便可获得苏州旅游景点、住宿、餐饮、活动等全方位信息。这是高铁新媒体面向旅游城市的首次专属定制,将到达苏州的旅客,实现大覆盖、高精度、无疏漏式推广传播。高铁的飞速发展,苏州旅游的不断创新,从而促使苏州市旅游局与中国铁路12306强强联手,共同推进苏州旅游产品、监管服务、营销推广的全面升级。

本次苏州旅游总入口和铁路12306的深度合作,是创新旅游综合平台和铁路新媒体多方位全面性的融合,是一次创新也是一次革命,更是提升苏州旅游服务的重要里程碑。

(苏州市旅游局)

2018徐州旅游推介会进京 补贴2亿邀请北京市民畅游

9月19日,2018徐州旅游推介会在北京维景大酒店举办。在此次以“走遍五洲,难忘徐州”为主题的推介会上,徐州市副市长李燕与北京市旅游发展委员会史安平主任分别致辞,指出徐州与北京进行旅游交流仍有着巨大的发展空间。徐州市旅游局局长雒永信介绍了旅游奖励政策和景区免费、优惠措施。推介会上还有徐州秋、冬季旅游产品发布、全息情景剧《彭城盛世》演出等精彩环节,将“走遍五洲,难忘徐州”的徐州旅游品牌全方位呈现在北京旅游业界人士和媒体面前。

在2018徐州旅游推介会上,徐州市旅游局局长雒永信介绍了一系列针对旅行社和旅行者个人的奖励补贴政策。其中,针

对北京市民的奖励政策格外抢眼。他表示,今年9月到12月,徐州将向到徐州当地旅游的、持有北京市居民身份证的北京游客提供免票和门票3折优惠等一系列奖励措施。

近年来,徐州在发展旅游上具有独特优势和巨大潜力,市委市政府明确要以创建国家全域旅游示范区为总抓手,加快构建全域旅游共建共享新格局,把徐州打造成为国内外知名、淮海经济区首选的旅游目的地城市。2018年1-8月,徐州市接待外省、外市游客总量为5466.1万人次,同比增长25.1%。

(徐州市旅游局)

澳大利亚组团来常州溧阳研学旅行

9月18日-21日,澳大利亚库玛拉圣公会学院协会、TAFE学院老师和学生一行来到溧阳天目湖度假区,在被誉为中国最美竹海的南山竹海景区开展研学旅行交流活动。

研学团在竹海景区参观了鸡鸣古镇、参观了民居“金宅”。金宅是典型的徽派建筑,保留完好的门楼、会客厅,设计别具一格的“屋内天井”,还有体现中国传统儒家文化的金氏家训,无一不让小同学们惊叹中华文化的博大精深。出了金宅,大家来到私塾,私塾内模拟了古时候课堂

的摆设,教书先生和小同学的蜡人也是栩栩如生。屋内挂着许多书法作品。老师示范了几个不同字体的龙字,同学们纷纷感叹中华书法之妙!在书法课上,小同学们和学校负责人一起体验写毛笔字,虽然还不能掌握多种字体,但是模仿能力惊人,“画”出来的字也都不错,端正工整,最后大家拿着写有自己中文名字的纸与书法老师合影留念。研学团还拍摄了江苏旅游和非遗文化宣传视频短片。

(溧阳市旅游局)

盐城市旅游系统召开创建全国文明城市工作点评会

9月20日,盐城市旅游系统召开创建全国文明城市工作点评会,贯彻落实全市创建全国文明城市工作点评会议精神,分析研究创建工作存在的主要问题,明确下一步的整改方向。盐城市旅游局局长童健出席会议并讲话。会议邀请安徽绿洲城市管理测评咨询有限公司陈鹏董事长就文明旅游创建提升工作进行了专业辅导。

童健指出,创建全国文明城市关系城市形象,关系服务质量、关系市民游客满意标杆,他要求全市旅游系统自觉服从市委、市政府工作部署,自觉融入到这种舍我其谁的创建大格局中去,从现在开始,紧追快赶抓好问题整改。同时,整改工作

要始终坚持问题导向,严格创建标准抓整改,严格制度管理抓整改,严格创建宣传抓整改,确保每个区域、每个细节都不失分,得高分。他号召大家继续振奋精神,相信自己,相信队伍,相信旅游系统是能打硬仗、敢打硬仗、善打硬仗的光荣集体,提振工作精气神,按照各司其职、各负其责的要求,认真抓好创建工作,确保圆满完成创建工作任务。

盐城市各县(市、区)旅游局负责同志及职能科室负责人,大市区旅游景区、星级饭店、旅行社等共计100余人参加会议。

(盐城市旅游局)

第十届江苏省园艺博览会开幕

9月28日上午，第十届江苏省园艺博览会在仪征枣林湾旅游度假区隆重开幕。本届园博会由江苏省人民政府主办，扬州市政府承办，以“特色江苏，美好生活”为主题。以“大地景观”为创意，在1800亩的滨湖湿地上微缩全景江苏。13座城市展园按五大文化板块组团呈现，太湖、长江、运河、滨海区域各具个性，吴风、汉韵一园尽揽。

为彰显江苏园林在全国的重要地位，弘扬传统园林文化，纪念世界上首部造园专著《园冶》成书于仪征，促进园林、园

艺与日常生活的创新融合，本届园博会邀请了中国风景园林界泰斗孟兆祯院士主持设计园冶园，系统形象地呈现园冶造园理念和技艺；东南大学教授、中国工程院院士王建国领衔规划主展馆“别开林壑”，容唐风气度与现代木结构于一体，构成了全园“双子星”地标。异形辅助服务设施和游客集散中心民俗文化村，则由世界著名麻省理工建筑学院、中国美院团队负责创意，无论在视觉审美还是空间功能创新上，都达到了业界的高水平。

（扬州市旅游局）

“菊世无双”2018淮安白马湖菊花展开幕

9月28日上午，“菊世无双”2018淮安白马湖菊花展在白马湖森林公园正式开幕。本届菊花展占地面积约150亩，户外种植面积约70亩，五百多种精品菊花，以及多种造型的菊花景观形成菊田花海，喜迎八方来客。

近年来，白马湖始终坚持生态优先、保护优先，致力于湖泊保护开发工作，如今的白马湖景美水秀、环境优良，白马湖已成功创建国家AAA级景区、国家级湿地公园（试点）和省级水利风景区。

据了解，菊花展将持续到11月28日。期间，景区还将举办集装箱美食节、征文大赛、实地写生等活动，丰富游客的参与

性和互动性；另外，景区还开发了菊花茶、酵素饮品、五谷套盒、生态大米等特色商品，丰富了白马湖旅游产品内容。

白马湖景区依托南京农业大学全国领先的菊花新品研发能力，已成功举办过2届菊花展。今年的菊花展在露地菊花及精品馆布展中增加了400多个品种的传统菊花，在品种、布展、室外展示等方面都超过了往届。此外，为了更好地宣传和推介白马湖，今年新成立了白马湖国际旅游有限公司，景区首次启动与各地旅行社的战略合作，将白马湖旅游产品向社会各界全面展示，打造淮安旅游新名片。

（淮安市旅游局）

镇江魔幻海洋世界项目



鸟瞰图

一、项目介绍

魔幻海洋世界项目由镇江文化旅游产业集团携手大连圣亚旅游控股股份有限公司共同打造。项目选址位于镇江市三山风景名胜区内，东临金山湖，北临金山湖引航道河，西接新河西岸路，南接试办引河。该项目创造性地改变一票制的主题公园与城市空间割裂的运作方式，将旅游产品与城市生活、自然融会贯通，融长江文化与海洋文化、生态休闲与文化消费，依托镇江历史文化特色IP和圣亚原创大白鲸IP，以高度融合的多元业态和创新旅游模式，融合多层次的魔幻主题娱乐、海洋主题公园、体验式购物等构建开放式新都市旅游目的地，构筑镇江商业、文化、娱乐新地标。

二、项目业态

1. “金码头”：立足项目地脉特征与周

边区域的特色形态，基于当前市场趋势，划分为初见·印象、小憩·随思、繁华·新生、欢聚·畅享和潮玩·活力五大主题板块。按照商业业态布局，在景观上规划了五个分区：古海之门、时光开埠、光影沙坝、七彩青州、遇见江海，根据每个分区的特点进行不同的景观设计，同时与商业业态分区内容相呼应。

2. 水陆两栖车：作为园区项目引爆点，同时具备车与船的特性，能带给游客俯冲江海、浪花四溢、水陆转换的惊险刺激体验，带领游客开启一段奇妙之旅。

3. 魔幻主题亲子酒店：位于魔幻海洋世界景区内江海水街北侧，拟定位中高端亲子主题酒店，经营意向定位：家庭亲子游、情侣游、度假游等，临近园区P2停车场和水街，总占地面积3500多平方，建筑面积近11000平方米。



4. 游客餐厅：位于魔幻海洋公园水陆两用车体验区内侧，临近园区 P2 停车场和游客服务中心，总占地面积 2600 平方米，餐饮建筑面积 1900 平方米。项目靠近园区主干道，是新型交通工具体验活动基地，同时是园区人流集散聚集地。水陆两用车游客餐厅既可做餐饮又是园区景观。

三、项目建设

项目规划总用地面积 77.23 公顷，总建筑面积 101050 m²。目前，三山游客服务中心已建成，占地 5 万平方米的水上飞机功能区

已投入试运营，公园的土建工程量已经完成了 76%，9 月水街建筑物将完成封顶，P1 停车场将建成。

四、市场预测

作为“第五代海洋世界”，魔幻海洋引入的业态均以最新理念打造，能增加游客的体验乐趣，将创造性地为“三山一湖”板块带来现代旅游大型项目，圆镇江现代旅游大项目梦，并有望成为镇江旅游发展的新引擎。



南通祈福休闲欢乐亲子二日游

推荐理由：南通“据江海之会、扼南北之喉”，原为长江口之胡逗洲。南通历史悠久，人杰地灵。据古文化遗址考证，远在 5000 多年前的新石器时期，境内海安青墩地区就有原始氏族部落繁衍生息。南通江风海韵，风光绮丽。濠河烟波浩淼环抱古城，被国内外游人誉为“少女脖子上的翡翠项链”，沿濠河博物馆群赋予南通更深的文化内涵。南通以其悠久的历史 and 独具特色的江海风光吸引了八方来客。

南通依江傍海，景色宜人，为远近闻名的花园式城市。城内濠河绕城而过，亭台轩榭掩映其间。南通博物苑、定慧禅寺、支云塔、光孝塔、文峰公园等临山面水，文化底蕴与宜人风光交相辉映。城南五山之首—狼山，为全国佛教八小名山之首，是南通最值得一去的地方。春天百花齐放，鸟语花香，狼牙山的法堂内陈列的瓷砖笔画熠熠生辉，令人赏心悦目。秋日午后，去南通博物苑和园艺博物馆欣赏珍禽鸟兽，珍稀植物，别有一番景象。

主要景点：狼山、南通博物苑、风筝博物馆、濠河、南通野生动物园、洲际博览园

上，又传因山形似狼而得名。北宋淳化年间（990 ~ 994 年）州牧杨钧觉得狼山之名不雅，便改狼山为琅山，后又因山上的岩石多呈紫色，故后人又称之为紫琅山，南通市因而也得了“紫琅”这个雅致的别称。



狼山原在长江之中，唐代高僧鉴真第三次东渡日本曾在狼山停留避风，北宋时狼山才与陆地涨接。进狼山门，即为法乳堂，原为广教寺的“大雄宝殿”，又称释迦殿。堂内三面瓷砖壁画是中国自东汉到近代的十八位著名高僧的画像，为当代著名画家范曾所作。出大殿西侧拾级向上，是一座七级四面的实心砖塔，称幻公塔。山东南坡万松岭建有有望江亭，在此可俯瞰浩荡长江，江南福虞两山隐约可见。其上为竹葵山房，其前有康熙御碑亭。登上狼山之巅，即见广教寺的主体建筑群，庙门前大观台，视野开阔，山水田野尽收眼底。庙门两侧有对联：“长啸一声山鸣谷应，举头四顾海阔天空”。进门就是萃景楼，是座两层小楼，昔日为戏楼。据戏剧界人士说，这样完好的“寺院舞台”，在中国也属罕见。穿过萃景楼，迎面就是圆通宝殿，内供大势至菩萨，佛像高达 4.5 米，

一、推荐路线

第一天游览内容

上午参观狼山景区；
下午参观南通博物苑、风筝博物馆，晚上乘船游濠河景区；

第二天游览内容

上午参观南通野生动物园、洲际绿博园；
下午游览唐闸古镇；

二、行程亮点

1、狼山景区

狼山位于南通市南郊，是著名的自然风景区，由狼山、马鞍山、黄泥山、剑山和军山组成，西临长江、山水相依，通称五山。狼山居其中，海拔 106.94 米，最为峻拔挺秀，文物古迹众多，其他四山如众星拱月，狼山成为五山之首。相传狼山曾有白狼居其

是狼山寺庙中最大的佛像。两侧塑有“十六尊者”像。殿后的支云塔建于北宋太平兴国年间（976~983年），高35米，五级四面为南通三塔之一（另两塔为市内的文峰塔和光孝塔）。塔后就是著名的狼山大圣殿。山下东南麓有唐代骆宾王墓；狼山南畅北幽，北麓以山为屏而构园，悬崖陡壁上题刻甚多，称题名坡。园内崖下为曲流溪水，西部临水巨石，近代著名书画家吴昌硕题为“大磊落砚”。至今尚留有张春所建的“赵绘沈绣之楼”和“林溪精舍”、“语梅楼”等建筑。还有松巅阁、海月岩、鸚鵡岩、夕阳洞、仙人洞、寒玉泉等景迹。

2、南通博物苑

南通博物苑是中国人独立创办的第一座公共博物馆。首批国家一级博物馆，1988年南通博物苑被国务院公布为全国重点文物保护单位，现为国家4A级旅游景区。



南通博物苑位于风光秀美的南通市濠河之滨，由中国早期现代化的先驱、晚清状元张謇于1905年创办。建苑初期，博物苑藏品分天产、历史、美术、教育四部，主要陈列于南馆、北馆等展馆内，而大型文物标本则展示于室外。南通博物苑先后获得“全国科普教育基地”、“江苏省学校德育基地”、“江苏省爱国主义教育基地”、“江苏省生态文明教育基地”、“江苏省科普教育示范基地”、“江苏省国防教育基地”等称号。2011年荣膺“全国文明单位”荣誉称号。

3、南通风筝博物馆

以“风筝”为主题的南通风筝博物馆是一个“动”“静”结合的综合博物馆。除了

馆藏展示接待游客参观以外，还作为南通地域文化名片，承接涉外文化交流展览活动。南通风筝博物馆的馆藏精品琳琅满目，60多年历史的“七星鸢”、50多年历史的“龙凤呈祥鸢”、“南通红星六角板鸢”以及绘有“五福捧桃”、“吉庆有余”的各式装饰风筝，无不折射出浓郁的乡土文化芬芳。此外，还可以看到风筝与文化名人的轶事，历代著名诗人描写风筝的诗词、风筝邮品等，风筝文化在这里得到了全面的演绎，汇聚成一首动听的风中交响曲，久久回响。



南通地方放风筝历史悠久，习俗成风。南通风筝俗称“板鸢”，为世界一绝，历来以其优美的造型，精巧的工艺和独特的音响效果而闻名于世，被国外友人称为“空中交响乐”。

4、濠河景区

南通市濠河风景区，位于国家历史文化名城南通城区的中心，是国内保存最为完整的古护城河之一，史载后周显德五年（公元958年）“筑城即有河”，全长10公里，水面1040亩，最宽处215米，最窄处仅10米。整个濠河曲曲折折，迂回激荡，呈倒置的葫芦形状环抱老城区，形成了“水抱城、城拥水，城水一体”的独特风格，素有“江城翡翠项链”之称。濠河是国内保留最为完整且



位居城市中心的古护城河。距今有千余年的历史，是国内仅存完整的四条古护城河之一。南通濠河环绕南通老城区，形如葫芦，宛如珠链，被誉为南通城的“翡翠项链”，为国家5A级景区。

5、南通野生动物园

南通野生动物园今年10月份正式对外营业，可以乘坐小火车或游船观赏各类野生动物。占地面种300亩，依托丰富的水源打造出了一个特色湿地森林野生动物园。目前有自驾观赏、步行观赏以及船行观赏三种模式。



6、南通洲际绿博园

南通洲际绿博园是国家AAAA级旅游景区，位于南通市区东郊，是集植物收集展示、科普教育、自然保护、主题摄影、生态休闲、餐饮娱乐、旅游购物等功能于一体的梦幻花园，也是国内少有的复合型主题园林植物园。洲际绿博园占地32万平方米，总投资3亿元，由热带水果谷、热带名花雨林馆、“生命之舟”沙生植物馆、太阳池音乐喷泉广场、臻品紫薇园、梯田花海、木化玉风情园、月亮湾戏水沙滩、塞外稀树草原、爱丁堡绿岛等主要景点组成，同时还有梅山、桂花林、樱花谷、荷花池、山顶花房等特色景观小品点缀其中，且每一个景点都有其特有的景观理念和园林风格。景区设有梦幻丛林儿童乐园、魔法乐堡等儿童游乐项目，还有以丛林木屋、植物展销中心为主的集餐饮美食、旅游购物、休闲娱乐为一体的多功能区。

洲际绿博园将植物世界的神秘梦幻珍

奇美艳和博大精深的科普知识展现得淋漓尽致。在这里每天都有花开，每天都有果香，每天都有惊艳，一步一景，处处惊奇，韵味无穷，宛若仙境。



7、唐闸古镇

南通唐闸，近代工业遗存第一镇。位于港闸区通扬运河西，俗称唐家闸。唐闸古镇有着穿镇而过的千年运河风光、鳞次栉比的民居建筑群和街区、划时代崛起的大生集团，延续了近代第一城的历史文脉。在这里有清末状元实业家张謇1895年创办的大生纱厂，如今已发展成为新型的现代企业集团。唐闸古镇是我国民族工业的重要发源地，是南通近代“一城三镇”城市组团的重要组成部分，也是“国家历史文化名城”规划保护的重要历史街区，已经开馆的“唐闸印象·展览馆”是基于汤家巷冈宅修建的。汤家巷坐落于通扬运河与闸港河桥交汇的河湾处，建于清末民初，以此为心的民居有近二百间。



贫困村开民宿分几步？ 一个旅游扶贫示范村的样本分析

忻 运

位于四川盆地东北部的阆中，是南充市代管的县级市。坐拥国家5A级旅游景区阆中古城和4A级风水文化景区天宫院，阆中市旅游发展迅猛，旅游业已成为市域经济的支柱产业。阆中市统计局信息显示，2017年阆中全年接待国内外游客1044.86万人次，实现旅游综合收入101.93亿元，占GDP比重近半，依托旅游业实现脱贫人数达2万余人（全市减贫总人数6.5万人），减贫贡献率达30.8%。而在2015年，阆中市全年旅游综合收入尚仅为64.1亿元。曾经的贫困村——阆中市天林乡五龙村，也在阆中旅游的发展进程中迎来一次转变。

五龙度假区距阆中城区约22公里。从阆中火车站到五龙度假区，车程大约30分钟，沿途可以看到“天宫院”和“五龙度假区”的标识指引。天宫院和五龙度假区的捆绑推介，是五龙村乡村旅游业发展负责人、阆中古城管理局副局长宋海全所坚持的策略。“天宫院是五龙度假区最重要的核心吸引物”。在对外宣传中，五龙度假区也一直被称作“天宫院五龙度假区”。

从阆中市市区出发，经天宫院后再行驶不到十分钟，抵达五龙度假区。五龙村于2014年被定为省级贫困村，有贫困户49户，贫困人口155人。2017年初，五龙村成为阆中市财政局、南充市扶贫和移民工作局与四川省政协帮扶村，3月确定以“特色旅游小山村”为发展方向，于年底创成国家3A级景区。

五龙度假区旅游扶贫项目（以下简称“五龙村项目”）通过阆中城投公司进行投资建

设，打造了农耕文化体验馆、自行车骑游道、观光步道和高端民宿，由阆中文旅公司负责运营，并邀请途家旗下度假公寓品牌斯维登集团对民宿进行管理。

截至2018年9月，五龙村项目共流转土地2400亩，改造民居6栋，新建玻璃屋度假别墅16栋，共29个房间，可提供50多个床位开展民宿业务，带动五龙村村民20多人就业。自2017年10月开始营业以来，已接待游客10万余人，创收近百万元。

一、9个月，从开始到开业

景区游客并不是越多越好，景区风貌也不是越现代化越好。初到五龙度假区，平整的草皮、花园长椅和充满艺术感的园艺雕塑，令笔者一度恍惚，怀疑自己是否真的来到川北乡村。

说起五龙村项目，项目负责人宋海全惋惜地提及，五龙村于2017年3月确定打造“特色旅游小山村”，而当6月阆中文旅公司正式介入项目时，“所有的田野景观已经被机械化的设计破坏，留给我们的空间已经千疮百孔，没有一块完整的地，没有一片完整的田野。就连所有民居的外墙，都已经刷成白色的了。”

五龙度假区第一套民居改造动工于2017年7月，到2017年10月，旅游产业已初具规模，开始对外营业。五龙村项目高效推进的背后，是基层干部们的付出。

项目初期需要流转土地、拆迁房屋时，有的村民不理解，村干部、乡干部和扶贫驻村干部为此做了大量的工作。“村民的思

想转变肯定是有个过程的，好在我们克服了最初的困难。现在再去回访过去有顾虑的那些人，他会觉得自己当时很糊涂，因为现在大家都在乡村旅游里看到了实实在在的利益。”五龙村驻村第一书记李国富介绍。

为了和村民交流沟通，一共开了多少场会？“早就数不清了。”李书记说。

二、一年，看得见的改变在发生

改造一栋老房子，比推倒老屋建新房要贵得多、复杂得多。然而在宋海全看来，无论是墙上的痕迹还是木柱的裂纹，都是老房子的价值所在。

在五龙村的民宿中，原有的梁、柱、夯土墙及房屋风格被尽可能地保留，废旧木材经过手工改造成为别具一格的家具，从村民家淘来的老物件变身花器。同时，老房子的通风、采光得到极大改善，猪圈摇身一变成为清洁舒适的浴室……对一套院落进行这样一番改造，包括环境、软装，费用接近200万。

每套改造的院落周边都会配套2-3套新建的玻璃屋别墅，一套造价为50-60万，为游客提供听虫鸣、观山景的乡村住宿体验。因为地势和周边植被的不同，每一间房都不一样，甚至可能在房屋中间看到被围起保留的青冈树。

老房修旧如旧，注重乡土性和在地性，新建的玻璃屋则提升了五龙村项目商业上的可行性。

民宿配套有共享厨房，可供采集食材的游客在此发挥厨艺，而厨房自备的厨师就是村民大姐。

老房改造过程中，部分房屋保留了屋主的生活空间，形成村民、游客同一屋檐下居住的格局。关于这个，宋海全解释道，“主客之间形成互动。城市与乡村两种不同的文化碰撞之后，能得到更多的交流。”

以民宿为切入点的同时，五龙村流转土

地2400亩，引进业主发展沃柑、瓜蒌、辣木、有机蔬菜和水产养殖五大产业，走农旅结合道路，支撑当地产业更可持续地发展。

投入产业园的财政资金量化为股权后，贫困户按每年不低于同期银行存款利率的利率获得分红。产业园也为村民提供了入园工作的机会，每天的务工劳务费约为70-80元。

贫困户从五龙村项目中获得的收益，来自这几个方面：土地流转费、劳务收入和产业园分红。

75岁的五龙村贫困户邓洪江，对于五龙村旅游扶贫项目带来的变化感受深刻。妻儿常年患病、家中劳动力缺乏的老邓此前务农每年的收入不足1000元。五龙村项目自2017年3月开始流转村民土地后，每亩土地有400至500元年流转费，为老邓带来每年2000元的土地流转费收入。

老邓担任园区环卫工人，每月又可获得500元固定收入。除了土地流转费和工资收入，财政资金在园区的股权量化分红为老邓家户口本上的三人每年带来一共3000元的分红。此外，以国家对贫困户的产业扶持资金10000入股产业园后，每年可为每户贫困户分红800元。加上产业园不定期的务工机会带来的劳务收入，粗略一算，五龙村项目每年为老邓一家带来的可支配收入过万。

比收入增长更可贵的，是返乡工作的机会。老邓出嫁的小女儿目前在蔬菜大棚园区工作，负责大棚管理。

三、从1.0版到2.0版

五龙村野外拓展训练等项目都在计划中。如今，五龙度假区已名声远播，节假日时最高房价达到700元一晚仍一房难求，民宿客人以来自成都、重庆的年轻人为主。

五龙村项目所带来的示范带头效应是显著的。在距离天宫院2公里的临江镇村，占地约800亩、总投资约2.5亿元的天宫乡临

江镇村乡村旅游开发项目已经启动，将成为五龙村项目的升级版。

临江镇村以半农半渔为特色，有一半的渔民，在西南地区少有。项目将围绕渔村这一定位，打造高端度假酒店、精品民宿，户外体验、康养度假、水上运动等旅游服务设施，并引入具有国际化运营能力的酒店品牌运营管理。

与五龙村项目略有不同的是，临江镇村项目涉及的全村 50 多户农户将迁入新居，而老屋和田野的原汁原味将得到最大限度的保留。关于是否要让村民整体搬迁，宋海全表示，“我们也考虑了很久。游客和村民在同一个屋檐下住，有好处也有难处。城市游客和村民的生活习惯、文化及理念的确不同，矛盾是会有。”

2018 年 9 月 13-14 日，四川省秦巴山片区旅游扶贫干部培训暨经验交流推广会在五龙村举行，参会各级领导和企业家实地观摩五龙村项目。可以想见，五龙村项目将为更多的乡村旅游扶贫项目带来可供学习、借鉴的经验。

值得一提的是，资本对于四川乡村旅游的支持也在持续加大力度，并且逐步向川东北转移。2015 年以来，四川乡村旅游投资连续两年量质齐增，受到旅游投资者青睐，民宿投资更是呈现持续升温态势。根据四川省旅游发展委员会与西南财经大学联合发布的《四川省旅游投资白皮书（2018）》，2017 年川东北经济区旅游投资规模占全省实际完成旅游投资的 28.8%，与环成都经济圈的投资规模差距不断缩小，其中乡村旅游、景区与基础设施投资活跃。

西南财经大学旅游管理研究所所长张梦曾在接受采访时表示，乡村精品民宿市场的需求潜力巨大，除本土投资者，也吸引了各类外来资本的涌入，呈现爆发式增长态势。

四、总结

五龙度假区的名片是天宫院，天宫院的名片则是风水文化。阆中古城四面环山，三面环水，自古以来是人才辈出的风水宝地。史载唐代天文学家、风水学家袁天罡和李淳风晚年先后来阆中归隐，不约而同选择天宫院所在地定居，遂共建天宫院，逝世后分别葬于天宫院南北。天宫院古建筑群、袁天罡古墓建筑群、李淳风古墓建筑群便构成天宫院景区三点。风水学中的青龙、白虎、朱雀、玄武分别代表东、南、西、北四个方向，也就是所谓“四象”。天宫院以观稼山为镇山，其下八峰分别从八个方位拱护，四象俱全，山水皆重，是中国自然风水的典范。

有意思的是，风水文化这张名片，好用而不好推。风水文化是中国传统文化重要的组成部分，地位却颇为尴尬：相信风水、或者说宁可信其有的人多，把风水摆上台面宣传的人少——毕竟，风水学呈现给世人的面貌，始终介于科学与玄学之间。阆中古城和天宫院对很多旅行者而言，是陌生的，却是风水学界著名的朝圣地。分享五龙村项目经验时，五龙村乡村旅游业发展负责人、阆中古城管理局副局长宋海全特意以一个每年包车到天宫院祭拜李淳风的香港企业为例，说明天宫院在企业家心目中的重要地位。

据报道，2011 年春节黄金周期间，天宫院景区共接待游客 5.5 万人次；2018 年春节黄金周期间，通往天宫院景区的车流量日均近 2.3 万余辆次。游客数量逐年上升，与此同时，天宫院的配套设施，包括住宿、餐饮在内的旅游产品体系却并不完整。五龙村项目因区位上的天然优势，能够为天宫院提供吃住行娱的配套服务。而随着五龙民宿的人气渐升，强调依托天宫院宣传五龙度假区的宋海全也发现，五龙度假区自身的吸引力正在变大。

具有多年乡村旅游项目规划与运营经验的北京大地乡居创始人李霞表示，“乡村旅游发展的空间巨大，不仅北上广市民需要高品质的乡村旅游，二三线、乃至四五线城市居民也一样。”

当凭借区位优势 and 良好基础创造民宿奇迹的莫干山民宿行业达到饱和并进入竞争淘汰期，在拥有丰富旅游资源且受外界干扰较小的四川，乡村民宿行业正经历飞速发展，但在品质等方面仍存在诸多亟待解决的问题。

以成都为例，作为最早诞生乡村民宿的城市，成都市旅游局统计信息显示 2016 年成都接待乡村游客 1.02 亿人次，占全市全年接待游客总数的 51%。而 2017 “民宿发展与成都旅游”论坛指出：“成都乡村旅游的收入总值却远远与其体量规模不符，呈现出体量大、起步早、生产力低的突出趋势……成都有 2532 家民宿，但 95.42% 属于传统的低

配经营，民宿文化对经营附加值的提升没有充分显现”。

五龙民宿开业之后的大受欢迎，是否是因为抓住了四川高端民宿市场相对空白这一机遇？五龙度假区在未来的乡村旅游市场中如何保持生命力，为五龙村带来可持续的改变？

北京第二外国语学院旅游管理学院院长厉新建认为，“设计只是支持民宿的一个因素，关键在于民宿建成之后，怎样让游客在住民宿的同时，去看民宿周边的生活方式，去了解这个地方的文化元素，通过民宿这个平台，把各种内容整合进来。”高端民宿的精髓不仅在于表象，更在于细节的打磨、在于对生活态度与文化精神的体现、在于用心讲好一个关于当地的故事。对于正在摸索中的五龙度假区，这一切都在等待时间与市场的考验。



天目晚竹海

文 / 金仁顺

今年跟天目有缘份。10月份从杭州去天目山。天目山不是很高，但秀媚灵动。植被繁茂，林地幽深，山路边的几棵水杉像世外高人，袖着手，跟天上的流云对话，偶尔遇到裸野生银杏，满树金叶子，光华耀目，灿烂无匹。几位同行跑去山谷里看老树，沿着一条小路往幽深里面走了。我们驻脚的近前有个寺院，紫红色墙面，屋顶黑瓦的间隙里面，生出些黄色的小花。寺院正中，匾额上面写着“开山老殿”。

信步走进进去逛逛，发现这个格局不大、样貌低调的寺院居然是狮子正宗禅寺。正殿两根主梁上面挂着那副著名的对联：“做一天和尚撞一天钟，有几分证据说几分话”，端坐在上的三位不是释迦牟尼和阿难迦叶（说起道场，天目山是韦驮菩萨的道场），而是高峰、断崖了义和中峰明本三位禅宗大师。高峰手里还拿着戒尺，碰上执迷不悟的，要棒喝打醒。

这个江南名刹既不高大也不光耀，平易亲近，地面石板光洁，石板缝隙间拱出来的苔藓鲜绿明媚，勾勒出石板间的线条。寺院里面没什么游人，阳光很闲，时光缓慢。比起专程寻访，这种邂逅有点儿后花园的意思，多了余音绕梁的回味。归途中在中峰禅师曾修行的院子里喝茶，茶室清雅，沏茶的女孩子穿中式麻布袍子，手法娴熟，照顾着七八个人的茶杯。喝茶用的天目盏，釉质温润，色调流丽，高僧大德早已仙迹缥缈，但雪泥鸿爪，也能让人悲欣交集。

天目山上感慨良多，没想到，半月之后来到了天目湖。

天目山在浙江临安，天目湖在江苏溧阳，天目湖是沙河经过蓄积形成的水库，地理上处于天目山的余脉，所以叫天目湖。

天目这名字，先有一山，后添一湖，山如眉黛，湖若明眸。一刚一柔，遥相呼应，很有意思。天目山历史悠长，又是禅宗圣地，古迹甚多；天目湖却是个新秀，形成的时间五六十年而已，命名的时间更短。湖区为了发展旅游，也添了些游乐项目。显然都是经过论证、规划的，既要仿古又图创新，想法太多，设置起来难免生硬了些。溧阳有据可考的典故名人，最著名的是孟郊曾在这里当过县尉，孟郊46岁中进士，50岁出仕，不是大器晚成，而是聊胜于无。他接老母亲来溧阳安享晚年，写了《游子吟》：“慈母手中线，游子身上衣，临行密密缝，意恐迟迟归，谁言寸草心，报得三春晖。”

诗写得家常、自然、朴素，而力量也在此。苏东坡夸奖孟郊诗，“诗从肺腑出，出辄愁肺腑。”中肯，绝妙。孟郊一生穷愁潦倒，经常写诗“苦吟”，不过，他也有得意忘形的时候，比如《登科后》，“昔日龌龊不足夸，今日放荡思无涯；春风得意马蹄疾，一日看尽长安花。”活脱脱是金榜题名后的各种高调。但往里一想，孟郊46岁了，头发都白了，得意忘形的样子让人笑不起来，倒是容易泪目。

孟郊不是才华横溢的诗人，他的成就在于真实不欺和执着一念。诗句从肺腑中来，到肺腑中去。虽是平常也动人。天目湖的自然景观，倒不妨学学孟郊的率性。新则新矣，不必求旧。旧有旧的好，时光的流连，岁月的包浆，文化的加持，让旧越来越有腔调，成为吸引游人前往求探的利器；但新也有新的欣欣向荣，比如这个天目湖。深秋天气，林木茂盛，没有夏季的凉湿，取而代之是一股干爽的香气，有些杂树变化了颜色，增加了林木的丰富性和层次感，湖水清澈，澄碧中泛出股幽蓝，杜牧寄怀扬州的朋友曾写过一首诗，“青山隐隐水迢迢，秋尽江南草未凋”，与眼前的景致协调得很。

天目湖的好，恰恰在于它的年轻。它空旷，新鲜，还有些天真。自然景观优越。最适合家人团聚，或者三五好友，结伴来往上一段时间，酒店的窗子推开即是碧玉镜面，潋滟水波，湖边蜿蜒的蛇形路，傍着树林，很适合散步和跑步。

散步跑步回来，有溧阳白茶相待。溧阳白茶是茶叶里面的小清新，比绿茶清浅、呆萌，最近几年，福鼎老白茶倍受追捧，老茶若猛药，后劲悠长，很老生，很沧桑，很有气场；溧阳白茶却是另外一个路数儿，嫩叶含霜，茶色透明，香气干净，它的好，是豆蔻梢头二月初，欣欣然张开了眼的那种美好，很少女气息。溧阳白茶的透爽，是小花旦的啼声初试，稚嫩之美令人惊叹。

要说醇厚香浓，天目湖也有。天目湖的砂锅鱼头非常著名。砂锅鱼头用的大头鱼在北方叫胖头鱼，是湖鱼里最常见的品种，因为头大如斗，引来杀身之祸。正所谓原汤化原食，这道著名的砂锅鱼头要用天目湖的水煮天目湖的鱼头才算正宗。水可载舟，水可覆舟，水养育鱼，水又炖鱼，舌尖上的幸福不能往深刻里想，一思考，就沉重。还是回头说砂锅鱼头，鱼头炖几个小时，上桌时还噗噗地冒着热气，胶原与钙质齐聚，鱼汤共牛奶一色，鱼头肉鲜而不腥、肥而不腻，更好的是汤，浓香顺滑。天目湖的这道名菜，是很多游客的钓饵，一些食客知味停车，为了贪口腹之欲，顺便游湖消食，或者先游湖观景，然后饱餐一顿。和砂锅鱼头牛奶白相映成趣的，是餐桌上的另外一道美食，乌饭。乌饭顾名思义是黑色的饭，是用乌药叶捣汁把米染色，煮熟后既变得软糯又有嚼劲，上桌后沾着糖吃。这道主食的动人之处，在于它的药香气，它的不可以黑米替代，也源于此。乌饭用大盘盛装，跟炖鱼头的砂锅对应，中间隔着桌子，仿佛一场天目湖餐饮的太极物语。



从天目湖出来，还有些时间，我们转去了南山竹海。竹子在中国，太具象征性，白居易总结得好：竹本固，固以树德；竹性直，直以立身；竹心空，空以体道；竹节贞，贞以立志。惟其种种，“高人必爱竹”。而我们去看竹海的心情，比不得普通的观景看山，更像是拜谒高人，未到竹海，心下先存了敬畏。

南山竹海，竹林幽深。时近黄昏，几乎没有游客，走在竹海里面，竹与竹之间，有留白，有空间，无边无际无尽头，山风强劲，带着竹叶的沙沙细响和竹干的缓缓摇摆，仿佛，我们不是走在竹林，而是走在一潭水里，竹林间的空气和氛围是滞的，涩的，需要用手臂推开才能前行，林地间铺放的石板，宛若密码，脚踏上去，就变成了凌波微步。竹林若阵，含着股杀气。李安拍《卧虎藏龙》那部电影时，就选择了竹林。李慕白和玉娇龙执剑对打，跃于竹梢之上，李慕白长衫玉立，一手持剑，一手捏了个剑诀，睥睨玉娇龙，真是太东方，太飘逸出尘了。这种行云流水，非竹不可。

说起非竹不可，不能不提苏东坡。苏东坡爱竹成痴，“宁可食无肉，不可居无竹。”“自植物而言之，四时之变亦大矣，而君独不顾。”“得志，遂茂而不骄，不得志，瘁瘠而不辱。群居不倚，独立不惧。”

文人爱托物言志，而竹是极好的喻物，成为文人的咏志担当倒也情理之中。东坡爱竹也画竹，他的《墨竹图》，竹叶葳蕤，生机盎然，更像树，而且是大树。既淡泊明志，又舍我其谁。

南山竹海环境绝佳，空气都是清雅的，路在竹林里穿行，偶尔有溪流和小湖闪现出来，一派清洁爽绿，养眼养心。据说这里的温泉很好，但来不及去了。半山腰处有轨道观光车，直通山顶。山顶有个鸡鸣村。过着“不知有汉，更无论魏晋”的生活，旅游开发把这个村发掘了出来。改建是当然的，粉墙黛瓦，月门漏窗，藤蔓攀爬，偶尔闪出个红灯笼，既有水乡味道，又有徽派风格。村子小，喝茶的功夫就走遍了。村边通往山里有座廊桥，叫黄金桥，虽然是新的，但木廊桥风吹日晒个几年，气质也就有了，黄昏时分，下面竹波涌动，在廊桥上流连，看夕阳晚照，一时恍惚，“绿竹入幽径，青萝拂行衣。”

下山时天色幽暝，竹林洩成深深浅浅的水墨，竹根处沁出的寒意拂面而来，薄如凉绸，想苏东坡，“莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行，竹杖芒鞋轻胜马，谁怕？”南山竹海属常州地界，而苏东坡终老于常州，结了天大的善缘。有人提议，晚饭烫一壶黄酒，吃冬笋，如何？

酒是好酒，笋是鲜笋，苏学士，要不要屈尊一叙？

【作者简介】金仁顺：现居长春。专业作家。吉林省作家协会副主席。出版有长篇小说《春香》；中短篇小说结集出版有：《彼此》、《玻璃咖啡馆》、《桃花》、《松树镇》、《僧舞》、《爱情诗》等多部；散文集：《时光的化骨绵掌》、《白如百合》等。曾获得骏马奖、庄重文文学奖、春申原创文学奖、林斤澜短篇小说奖、中国小说双年奖、作家出版集团奖、小说月报百花奖、小说选刊“茅台”杯奖，人民文学“茅台”杯奖等等，部分作品被译成英文、韩文、日文、德文。

大丰人的乡愁，是自由自在的天籁

文 | 赵丽宏

大丰，在我的记忆中，是一个既熟悉又生疏的地名。说熟悉，是因为尽管此前从未去过那里，但我很早就听说过大丰。

和这个地名联系在一起，是海丰农场，是很多上海知青的青春岁月，其中有我的一些朋友。说陌生，是因为对大丰了解不多，在我的想象中，大丰就是一片海边的滩涂，辽阔，荒凉，芦苇蒿草在风中摇曳，野鸭飞鸿在盐田徘徊……

老友朱永新是大丰人，他常常向我念叨自己的故乡，他多次对我说：你也许不了解，我的家乡很美。到了大丰，才知道自己实在是孤陋寡闻。短短两天的见闻，完全颠覆了我想象中的大丰印象。

进入大丰，扑面而来的，是一片清新的绿色。一望无际的原野上，到处是花树，是园圃，是蓬勃生长的万类生灵。大自然在这里展现了它斑斓多姿的美色。

梅花湾，那是一个占地数千亩的的园林，虽然早已过了梅花盛开的季节，但是在那一大片绿海般的梅林中，可以想象初春时节，这里曾经有过何等惊艳的花事，无数品种不同的梅花竞相绽放，犹如云霞飘落在地，使这里的春天有了最丰繁的姿色。

梅花湾是新建不久的园林，但在这里，却处处可以感受到古意。在蜿蜒的河道中泛舟，只见两岸绿荫绵延起伏，梅树丛中不时闪过黑瓦粉墙的建筑，像蛰伏在林中的一群古代隐士。

在路边，会遇见有千年树龄的宋梅，今日的梅花和宋代的梅花重生在一棵历经沧桑的老树上，花影叠合，暗香浮动，给人奇幻的想象。走进梅林中的院落，可以坐在雕梁画栋的优雅厅堂里，一边品茗，一边听穿旗袍的女子在一张古琴上弹出《梅花三弄》……



在梅花湾没有看到梅花盛开的景象，有点怅然。大丰的朋友笑着告诉我，不要感到遗憾，马上会有补偿。离开梅花湾，又去了一个以花命名的地方：荷兰花海。

那里是一个真正的花海！

进入荷兰花海，眼帘中只看见鲜花，鲜花搭成的门，鲜花铺成的路，鲜花构成的园林，可以买到无数鲜花品种的巨大花店……起伏的原野上，不同颜色的花卉浩浩荡荡地伸展着，排列成整齐的花带，像是从天上飘落下一幅巨大的彩色条纹锦缎，铺陈在大地上，映衬着丽日蓝天。

在让人眼花缭乱的花海中，我发现了玫瑰、月季、百合、杜鹃、绣球、海棠、薰衣草、矢车菊、桃金娘、仙客来、虞美人，还有很多我无法叫出名字的鲜花。天下的名花异卉，仿佛都集合在这里了。

荷兰花海，似乎是一个外国名字。这里也确实有异国情调，起伏的花圃间，耸立着巨大的风车。那景象，仿佛是到了荷兰。我去过荷兰，那是郁金香和风车的故乡。在荷兰，我没有见过这么巨大的花海。

有人告诉我，大丰的郁金香花圃，也许是世界上最大的郁金香种植地。然而来的不是郁金香的花季，在我看到的这片花海中，竟然没有郁金香！如果在郁金香开放时来这里，会看到怎样辉煌绚烂的景象？

大丰的美，无处不在。已经在中国绝迹的麋鹿，在大丰的土地上自由繁衍，它们成群结队地奔驰于原野的景象，让人想起那句古老成语“麋沸蚁动”的本意。生命的复活，物种的重生，正是这片土地的魅力。

当年知青聚集的海丰农场，如今依然绿荫荡漾，花果繁茂。农场的知青博物馆，把知青的拓荒生活凝固在展览厅堂，那些被岁月风沙模糊的图片，那些陈旧的生活用品、劳动工具，那些字迹发黄的标语，可以让人回溯知青的青春岁月，也可以反思那段曲折动荡的历史。

重访农场的昔日知青，鬓发染霜，步履也开始蹒跚，但是他们一定会因为这片土地上的美妙巨变而惊喜。远眺海岸，新建的港口犹如海天间的海市蜃楼，然而那不是梦幻之景，是实实在在的现代化大港。一艘艘万吨巨轮，正从这里出发，缓缓驶向遥远的海平线……

有人说，大丰的美景，是从无到有，是无中生有。这样的说法，有道理，也没道理。说有道理，是因为现在人们看到的这些美景，很多确实是以前没有的，它们是大丰人在新时代的创造，是大丰人在海边把心中对美的憧憬和构思变成了现实。说没道理，是因为所有被创造的美，其实都源于大丰的土地，美的种子，也许在这里埋藏孕育了千百年，适逢时机，便萌芽破土，枝繁叶茂，面朝大海，开花结果。

大丰的土地，是一片时时刻刻都在成长神奇的土地。据说，每年，这里都会新生两万亩土地。新生土地的形成，来源于中华民族的两条母亲河，长江和黄河。大丰的海岸，地处于长江和黄河入海口的中间，长江黄河带入大海的泥沙，在大丰的海岸不断沉积，新生的土地年年都在向大海伸展。

这是大自然的奇迹，也是中华大地对大丰的恩赐。那是千万条大大小小的江河溪涧，日夜不停地奔流，汇聚了千山万壑的力量，把几乎大半个中国大地上的泥沙带进了长江黄河，最后沉积成大丰的土地。这是一个何等奇妙的过程！而创造着人间美景的大丰人，没有辜负大地母亲的恩赐。

朱永新在他的文章中说，故乡大丰，是他永远的乡愁。我想，大丰人的乡愁，不应是愁苦，不应是愁悲，而是鲜花的芳馨，是禽鸟的欢鸣，是自由自在的天籁之声，是在日日夜夜生长的神奇土地上，大丰人对美和梦想的追求。

【作者简介】赵丽宏，1952年出生于上海，作家、散文家、诗人，全国政协委员、上海市人民政府参事、中国作家协会全委会委员、中国散文学会副会长、上海作家协会副主席、《上海文学》杂志社社长、华东师范大学、交通大学兼职教授。著有诗集《珊瑚》《沉默的冬青》《抒情诗151首》等，散文集《生命草》《赵丽宏散文》等。作者到大丰采风时创作此文。

御制过常州府城

清·乾隆

毗陵驿口驻飞舫，城郭周巡六辔纒。
老幼欢欣称就日，江山风物已勾吴。
勛哉尔牧无胥息，弱矣斯民未尽愚。
户口实繁盖藏少，隐忧水旱岂能无。

【游目骋怀】

乾隆皇帝在位60年，曾乘船顺大运河六下江南，四次恭奉皇太后南巡。乾隆十六年（1753），正月十三日，乾隆以督察河务海防、考察官方戎政、了解民间疾苦以及奉母游览为由，第一次恭奉皇太后南巡江浙。二月十八日，乾隆一行到常州，驻蹕奔牛镇，该诗写于此时。

首联“毗陵驿口驻飞舫，城郭周巡六辔纒”，写南巡的气派。乾隆由运河乘船南下，御舟名安福舫、翔凤艇，共有5艘，制作工艺极其精美。整个南巡船队共有1000多只船，浩浩荡荡，声势十分了得！他们在毗陵驿口停船。毗陵驿早在南唐时（943-957）已具有一定规模，北宋时，因驿馆设在天禧桥畔，东枕漕渠以通荆溪，故改名荆溪馆。南宋高宗赵构两次西征抵御金兵南侵，往返金陵途中，都曾驻蹕于荆溪馆。元代，置水马站，设提领一员。明洪武元年（1368），改为武进站，迁置朝京门（俗称老西门）外一里。

洪武六年（1373）复改武进站为毗陵驿，改提领为驿丞。天顺五年（1461），毗陵驿移置朝京门内，正德十四年（1519）复迁毗陵驿于朝京门外百步、武进西

直厢西直街，即文亨桥北岸之西，前为皇华亭。清顺治七年（1650），裁驿丞，以典史、巡检更领驿务。乾隆南巡经过常州，有两次从毗陵驿登岸进城。

颌联“老幼欢欣称就日，江山风物已勾吴”，写常州百姓欢天喜地欢迎乾隆，这里吴地江山秀丽、景色优美，心里非常高兴。延陵为吴公子季札封邑，故诗里沿用了春秋吴国旧名“勾吴”。

颈联“勛哉尔牧无胥怠，弱矣斯民未尽愚”，勉励地方官吏要勤勉毋懈怠，务必要勤政爱民。

尾联“户口实繁盖藏少，隐忧水旱岂能无”，告诫当地官员，常州人口稠密但应付旱涝灾害的储备不足，要增加储备以防不测之用。

乾隆驻蹕常州期间，派人往吴季子祠祭祀，赐“清徽绳武”匾额。祭祀原任户部尚书赵申乔祠，赐“素丝亮节”匾额。赐翰林院侍读学士程景伊貂二个，缎二段。亲自临幸天宁寺拈香，献佛前素帕一幅，心经墨塔一轴，水月观音画像一轴，赐方丈僧大晓银牌荷包。

这一次南巡，往返行程水路共计 2900 千米，历时 5 个多月。从北京到杭州，沿途建造了 30 个行宫。



中山湖夕照

摄影：杨孝林