



水韵江苏

江苏旅游

2018.10 / 总第335期

江苏旅游



二〇一八年 第十期



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

海上云台山景区是国家4A级旅游景区、国家级风景名胜区、国家森林公园、中国十佳村镇慢游地，面积51.11平方公里。原系海中的岛屿，历经沧海桑田后演化成陆地，三面临海，有江苏独一无二的山海奇峰二桅尖；有“佛从海上来，东土第一寺”之称的法起寺；有“紫气东来，王者之气”之称的中国最大的楸树林，可以观赏古老奇特的海蚀地貌、丰富多样完整的森林带谱、珍贵稀有的野生动植物资源、奇异多变的海市蜃楼和云台佛光，极富“山水画，田园诗、梦约情”的意境，是现实中的世外桃源、人间仙境，自古被誉为“东海第一胜境”、“海内四大名灵”之一。唐王李世民亲征至此，并留宿山中，从此便有了“宿城”；李白曾赋诗：“明日不归沉碧海，白云愁色满苍梧”；苏东坡为此山题诗：“郁郁苍梧海上山，蓬莱方丈有无间。”

2018
10

总第335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10月刊 | 总第335期

◆热点聚焦

· 省文化和旅游厅召开干部大会宣布新的领导班子 02

◆工作研究

· 加快推进建邺文旅高质量发展的路径思考 杨晨 04
 · 打造绿色特色小镇 建设宜居美丽乡村 建设“强富美高”幸福新灌云 殷宏图 09
 · 贾汪创建国家全域旅游示范区的工作路径 13
 · 南京鼓楼区深化融合创新旅游高质量发展的做法 周磊 17
 · 对标找差 推动虞山尚湖旅游度假区加快发展的新举措 蒋向阳 19

◆业界观察

· 浅谈文旅融合背景下景区IP培育及建设 陈园 22
 · 对我省自驾游与房车旅游的几点建议 王初 28
 · 公共文化与文化旅游产业融合发展的十条建议 曾博伟 30

◆工作动态

· 南京旅游职业学院建校40周年发展大会暨高峰论坛在宁召开等13则 33

◆项目建设

· 潘安湖婚礼小镇项目 40

◆精品推荐

· 泰州观光休闲两日游 42

◆他山之石

· 澳大利亚国家公园的建设与运营 高舜礼 46
 · 乡村精准扶贫：关于闲置农居改造的六大运作模式 崔安芳 48

◆旅游印象

· 第一江山春好处 葛水平 50
 · 运河的桨声——码头镇随想 红孩 53
 · 水龙吟·登建康赏心亭 宋·辛弃疾 55

◆封面图片

美哉太湖

省文化和旅游厅召开干部大会宣布新的领导班子

江苏省文化和旅游厅

10月22日下午，省文化和旅游厅召开干部大会，宣布新的领导班子。省委常委、宣传部部长王燕文出席会议并讲话。省委组织部副部长郑跃奇宣读省委关于组建省文化和旅游厅及厅领导班子任免决定：杨志纯同志任省文化和旅游厅党组书记，陈芬同志任党组副书记、副厅长。

领导班子宣布会议之后，省文化和旅游厅迅即召开转隶组建工作布置会，王江副省长出席会议并讲话。王燕文在讲话中指出，组建省文化和旅游厅，是省委贯彻落实习近平总书记关于深化党和国家机构改革重要论述的具体实践，也是推进地方机构改革的重要举措。这次省文化和旅游厅领导班子的配备，是省委通盘考虑、慎重研究做出的决定，充分体现了省委对文化和旅游工作的高度重视和殷切期望。王燕文对省文化和旅游厅工作提出四点要求：第一，要有更高的政治站位，充分认识机构改革重大意义。文化和旅游两部门合并，对于加强党的全面领导，增强和彰显文化自信，统筹文化事业文化产业发展和旅游资源开发，具有重要现实意义和深远历史意义。希望大家进一步提高政治站位，牢固树立“四个意识”，认真践行“两个坚决维护”，从政治和全局的高度，充分认识组建省文化和旅游厅的必要性紧迫性，坚决把思想和行动统一到中央和省委的决策部署上来。坚持讲政治、顾大局、守规矩，服从省委决定，服从组织安排，以更加饱满的精神、更加旺盛的斗志、更加有力的措施做好各项工作，用实际行动拥护改革、支持改革，共同推动全省文化和旅游事业持续健康发展。第二，要有更实的行动举措，蹄疾步稳做好机构改革“后半篇文章”。根据中央要求和省委部署，省级机构改革12月底基本完成。在新机构新职能未全部到位之前，原机构原人员要继续站好岗、履好职，该干的事一招不让，该担的责一如既往，绝不能出现任何空档和脱节。要深入细致做好思想政治工作，教育引导党员干部正确对待岗位职务的变化，自觉服从组织安排，做到思想不散、工作不断、秩序不乱。希望大家齐心协力，紧凑有序完成新部门组建工作，确保省文化和旅游厅在一个好的氛围中开好局、起好步。第三，要有更强的责任担当，努力开创文化和旅游融合发展的新局面。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，组建省文化和旅游厅，是“诗和远方走到了一起”。希望大家牢牢把握文化与旅游大融合的背景，树立文化、旅游“一盘棋”的思想，立足我省实际，整合资源，立即行动，以文化充实旅游内涵、提升旅游宣传、推动旅游发展，以旅游带动文化产业、促进文化交流、推动文化繁荣，满足人民群众美好生活需要。要围绕“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”使命任务，按照文化建设高质量走在前列的目标要求，精心谋划一批有影响力的文化旅游标志性项目，讲好“吴韵汉风”的江苏故事，塑造“水韵江苏”的旅游品牌，把文旅产业打造成江苏经济的重要支撑、全省高质量发展新的引擎。第四，要有更高的标准要求，建设团结坚强有力的领导班子和忠诚干净担当的干部队伍。人心是最大的政治，团结是永恒的主题。要精诚团结，牢固树立“一家人”的思想，不能有门户之见，尤其是班子内部，更要以身作则、率先垂范，

早日实现事合人合、力合心合。要公道正派，认真践行“五突出五强化”的干部选用机制，多从事业发展的高度考虑“该用谁”，少从平衡照顾的角度琢磨“谁该用”，真正把好干部选出来、用起来。要清正廉洁，坚决把纪律挺在前面，用好监督执纪问责，抓早抓小，防微杜渐，教育引导广大党员干部处理好公与私、义与利、亲与清的关系，切实增强拒腐防变的免疫力，同时充分发挥“三项机制”作用，引导文化旅游系统广大干部更好地立足新岗位、展现新作为，努力形成人心思齐、人心思进、人心思干的良好政治生态。

杨志纯同志在领导班子宣布会议上作表态发言。杨志纯表示，坚决拥护、坚决服从省委的决定，衷心感谢省委的信任和关爱，一定倍加珍惜机遇，勤勉履职、干净干事，开拓创新、担当作为，倾注全部的热情和心力干好工作。一是提高政治站位，扎实有序推进机构改革。按照省委的决策部署，把牢正确方向，加强组织领导，精心组织实施，统筹协调推进，确保机构改革任务不折不扣落实到位。坚持把讲政治、讲大局、讲纪律、讲团结、讲担当的要求贯彻机构改革始终，注重思想引导，做好“人”的工作，确保思想不乱、队伍不散、工作不断、干劲不减，努力实现机构改革和业务工作互促互进。二是强化融合发展理念，高质量做好文化和旅游“融合”文章。一方面，着力推动机构融合、班子融合、人员融合，按照省委确定的机构改革步骤、时限和要求，既注重抓好班子和人员办公上的集中，又注重推动班子和人员心灵上的相通，把“我”和“你”变成“我们”，更好凝聚“改”的力量。另一方面，着力推动理念融合、业务融合，按照宜融则融、能融尽融的原则，用文化的理念发展旅游，用旅游的载体传播文化，促进文化旅游融合发展，努力实现1+1>2的融合效应。三是履行全面从严治党责任，以实际行动抓好班子、带好队伍。坚决落实全面从严治党要求，以政治建设为统领，全面推进党的建设。更加注重加强学习，更加严格要求自己，在忠诚、干净、担当上作好表率。坚持从自身做起，带头贯彻民主集中制原则，加强集体领导，增进班子团结，充分调动好各方面的积极性创造性。尤其是在转隶组建过程中，带头强化全局意识，考虑问题、处理事情做到“一碗水端平”，防止和避免板块情结，以此带动全厅干部队伍大团结。

陈芬在表态发言时说，坚决拥护省委的决定，认真落实好王燕文部长的讲话要求。一是提高政治站位，切实增强推进机构改革的政治责任感，做机构改革的积极促进者和主动实践者，以扎实有效的措施，高质量完成省委省政府下达的机构改革各项任务。二是抢抓融合机遇，做好文化和旅游在发展理念、队伍建设、工作载体、保障体系等方面的融合，推进文化和旅游领域的资源、平台、项目、活动、功能和技术等方面的融合，努力实现文化和旅游业高质量发展。三是服从组织安排，更好履行新的工作和职责。加强新理念新知识新技术新技能的学习，进一步提高自身的政治素养、理论修养、文化素质和业务能力，增强促进发展、履职尽责的本领。

省文化和旅游厅领导班子成员经圣贤、吴晓林、裴旭、龚良、方标军、陈金池，以及厅级领导周旭、詹庚庆、徐循华、殷连生、周京新、王海平、周春林、韩显红、孙虎，各直属单位领导班子成员和厅机关全体干部参加会议。

加快推进建邺文旅高质量发展的路径思考

杨 晨



地处南京市主城区西南部的建邺区，悠久历史与时尚新潮交汇，都市文明与生态文明相融，是南京最具现代发展气质和未来国际化潜质的中心城区。近年，建邺区强力推进文化旅游深度融合，文化旅游产业整合发展，取得了积极而有建树的成果。目前，全区文化产业集群已经初步形成，2017年文化产业增加值占比达到9.5%，南京国际青年文化中心、江苏大剧院、金陵图书馆、奥体中心等一批省内顶级标志性文化体育服务设施面积超过120万平方米，公共文化设施覆盖率达100%，每万人拥有公共文化设施面积已超过1300平方米，提前超额完成“十三五”目标。全区形成滨江风光带、外秦淮风光带和以“两湖一馆一所”为重点的水西门大街旅游休闲景观带，奥体场馆及新城中心区、江心洲生态旅游示范区、科技园科技产业旅游区等为主的“三带两区一园”旅游业发展大格

局，年平均接待游客突破1000万人次，2018年上半年旅游业增加值占GDP比重提升到4.52%，为后续发展奠定了坚实的基础。

一、建邺强势推进文旅高质量发展的现实实践

（一）充分认识推动文旅高质量发展的时代意义

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视文化和旅游工作。习总书记多次发表关于文化和旅游工作的重要论述，科学回答了事关文化和旅游建设的一系列方向性、根本性、全局性问题，提供了根本遵循。今年3月，十三届全国人大一次会议通过的国务院机构改革方案提出组建新的文化和旅游部，有利于进一步增强和彰显文化自信，统筹文化事业、文化产业发展和旅游资源开发，提高国家文化软实力和中华文化影响力；有利于进一步推动文化事业、文

化产业和旅游业融合发展，更快更好地促进文化产品的市场化和国际化水平。

在中共江苏省委十三届四次会议上，省委书记娄勤俭明确提出，要谋划一批有影响力的文化旅游标志性项目，把文旅产业打造成江苏经济的有力支撑。为了加快推进文化旅游相关产业的融合发展，南京市委市政府连续几年出台指导性意见和相关政策措施，为文化与旅游的深度融合不断拓展新空间，增强新活力，促进文旅融合迈向高质量发展。

（二）科学遵循国际性城市中心城区建设的发展规律

推进文化旅游高质量发展，不仅符合建邺区定位现代化国际中心城区和苏南现代化建设示范区建设的战略目标，也符合全区以高端现代化服务业和战略性新兴产业为主导的发展路径选择。进入新时代，我国经济由高速增长阶段转向高质量发展的新常态，呈现增速转轨、结构转型和动能转换的新特点，从建设现代化国际中心城区的实际出发，加快以文化旅游产业为主的高端现代化服务业和战略性新兴产业发展，有利于适应文旅产业新融合、科技发展新变化和人民群众新需要，有利于实现全区发展国际知名旅游目的地和泛长三角区域金融中心和功能区、长三角创新创业中心、南京都市圈会议展览中心、南京都市圈文化体育中心、南京都市圈商务商贸中心“一地五中心”的战略目标。

（三）系统把握文旅高质量发展的实践路径

“十三五”以来，建邺区结合全区实际，一是提升建设中心城区文旅功能定位。提出建设文化底蕴深厚、文化事业繁荣、文化产业发达、文明程度高、文化影响力强和建设成为南京市的代表性旅游目的地之一、南京旅游大区与旅游强区的文旅高质量发展

目标。二是前瞻性改革文化旅游新职能机构。在全市率先成立文旅局，改革文旅管理体制，把握文旅产业集聚、品牌培育、交流融合等方式，深度整合文旅资源，全面构建以文旅产业为中心的现代产业体系。三是不断创新都市时尚休闲旅游产业业态。以会展经济为龙头构建高端文旅产业链；以总部经济为载体推进高端文旅产业集聚发展；以文化创意为引领助推文旅产业升级转型；以高新技术为支撑增强文旅产业创新能力；以商贸服务为依托夯实高端文旅产业发展基础，初步形成以传统旅游业、文体休闲业、创意设计业、演艺博览业、网络传媒业和休闲商业为主的现代都市文旅产业业态集群。四是不断增强区域全域旅游发展竞争优势。区委区政府认真贯彻落实《江苏省全域旅游示范区创建工作指南》和全市旅游业发展大会精神，成立以区委区政府主要领导任组长的全域旅游示范区创建工作领导小组，编制《建邺区全域旅游专项规划》，建立全域旅游示范区创建例会等工作机制，明确目标，细化举措，落实责任清单，形成全区通力配合的创建合力。五是认清建邺文旅发展新趋势新挑战。推进全区文旅高质量发展并非一朝一夕的工作，无论是体制机制建设还是产业链条的延展和业态的相互支撑还处于起步阶段，参与互动型的文旅产品有待进一步丰富，面向居民与旅客的文旅公共服务体系有待进一步完善，文旅产业与与之配套的其他第三产业的相互融合有待进一步深拓，只有坚持持久推进，才能推动文旅融合过坎爬坡，跃上新台阶。

二、加快推进建邺文旅高质量发展的战略选择

依据2016年南京市第14次党代会对建邺“现代化国际性城市中心”的定位，牢牢

把握作为当前全市现代化程度最高、城市配套最完善、区域吸引力最大的主城区的机遇，强力推进文旅产业融合、文旅人才积聚、文旅项目落地和文旅品牌塑造，迅速形成更鲜明、更强大的带动力、影响力与辐射力。

(一)加强文化与旅游协同交融。推进文旅高质量发展符合新阶段的阶段特征和具体要求，但同时也面临全新的社会生态和产业生态。传统的思想理念、行政手段、管理体制和运行机制都将经受严峻挑战，必须坚持跨界性、系统性和创新性思维，通过准确把握发展中的新情况新问题新趋势，找准推动文旅高质量发展的着力点、补齐短板的着重点，打破各式各样、有形无形的障碍与壁垒，对标找差，对标补差，坚持精准施策发力，坚持精准衡量绩效，以效果倒逼过程，推动区内外资源要素的充分流动与重组，整体性提升文旅融合发展水平。

(二)加强传统与时尚深度契合。建邺历史文化底蕴深厚，“建邺”源之于公元三世纪的西晋时期南京古地名，二十世纪初即为南京主城区之一。秀美多姿的莫愁湖，自南朝萧衍赋曲《河中之水歌》之后，宋朝被誉为“江南第一名湖”、古金陵48景之首，唐宋以来历代诗人、词家、书画家王羲之、李白、刘禹锡、苏轼、朱之蕃、黄尚质、袁枚等都曾在此泛舟，绘丹青、赋诗文，留下无数佳作名篇；民族工艺瑰宝南京云锦织造技艺成功入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录和首批国家级非物质文化遗产名录；铭刻侵华日军血腥暴行的侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆，是中国首批国家一级博物馆、全国爱国主义教育示范基地、全国重点文物保护单位、国际公认的二战期间三大惨案纪念馆之一和国家公祭日主办地。进入新世纪，建邺区成为南京新型

时尚的中心城区。作为国家东部地区的金融服务中心、华东地区商务商贸中心、长三角会展中心、文体中心和创新创业中心的地位日益凸显，首届中国绿化博览会主会场、全国十运会、2013年亚青会、2014年南京青奥会和第四届世界城市论坛先后在区内举办，留下浓厚的文化和旅游印记。新时期文旅高质量发展的目标之一，就是要通过一系列创意产业项目，在现有热门景区的基础上，充分发挥河西中央公园、南湖公园、鱼嘴湿地公园、江心洲景区和南京中国绿化博览园等温冷旅游景区的作用，推进“在地化”相对偏弱的文旅资源发挥显性的集聚度与竞争力，更多释放对经济社会的影响力和渗透力。

(三)加强系统设计与统筹谋划。突出做好文化与旅游应有的融合功能，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，善于运用系统思维，在多种变量参与、多种边界约束的条件下，以未来审视现在，从传统文旅产业的桎梏中突围出来，以都市会奖旅游、度假休闲运动、研学旅行等板块为引领，统筹规划实施，统筹力量资源，进一步整合和发挥文化与旅游的铰链作用。要通过确定高质量发展的科学指标，着力科学嫁接南京母体文旅品牌的精华价值，把总体发展规划与阶段性工作特点紧密结合起来，统筹文化事业与文旅产业之间的关系。要通过具体的项目与抓手性工作，动态调整完善实际措施步骤，树立起自身鲜明的文旅品牌形象。

三、加快推进建邺文旅高质量发展的中心任务

新时代呼唤新气象新作为。新时代建邺文旅高质量发展的中心任务，应当紧紧围绕全区经济社会发展的高质量、深化改革开放的高质量、中心城区建设的高质量、文化建设的高质量、生态环境的高质量和人民群众

生活水平的高质量，深入推进文旅产业的转型升级与融合渗透，不断推动文旅产业结构的合理化、高度化，并架构出新的融合型产业体系。

(一)大视野全球化，促进资源性价值向资本性价值根本转变。现代化中心城区的快速发展，必然推动建邺经济社会发生深刻变化，也必然推动文化产业与旅游产业之间的渗透融合日益活跃，这种产业之间的相互融合是文化和旅游产业发展的高级阶段，是产业结构优化与跨界创新的大趋势。建邺区与本市其他城区相比，历史遗存的丰度、聚集度与知名度都还有一定距离，有必要借鉴类似新加坡、澳门、香港等世界上一些资源相对贫乏城市发展旅游的经验，在把客源市场视作最有价值资源的基础上，一是注重盘活各类存量资源，促进有利于发展文旅产业的资源整合管理，鼓励各投资经营主体改变与提升经营模式，避免单打独斗与无序竞争；二是加快推进各类增量资源的开发，除在建的华侨城·欢乐海岸、中新生态科技岛文化旅游度假区、大明文化旅游度假区等大型项目外，应加快改善文旅产业发展基础设施，提升产业综合服务能力，放大“文化+旅游”的叠加效应。全区除推进传统的观光旅游产品外，应积极推进会展旅游、购物旅游、商务旅游、医疗保健旅游、体育运动旅游、研学旅行的发展，精心策划举办丰富多彩的旅游节庆活动，满足都市消费人群文化沉浸式旅游休闲度假的需求，形成“城市即旅游”的发展模式与方向。

(二)调结构优业态，积极推进现代化文旅产业体系建设。现代都市旅游的发展更加凸显城市旅游目的地的属性，尤其受到以家庭为主的出游人群的青睐，亲子游、多代游、在地游市场越来越大。尤其是新生文旅

产业消费人群中“90后”、“00后”的增加，这些人群往往成为远离纯观光型景区的“无景点旅游”一族，更多追求参与式体验式旅游活动。因此，针对追求都市高端文化旅游休闲生活的消费群体越来越庞大、消费需求与文旅喜好越来越多元的特征，在继续关注非遗文化的传承以及公共文化服务均等化的同时，要着力创新现代都市文化，发展都市文旅高端消费产业，是现阶段全区文旅产业结构调整、业态优化的主攻方向。相关部门应当充分利用全省最大的会议博览设施、赛事设施最全的体育馆场、演艺功能最好的大剧院、综合功能最完备的青年文化艺术中心、面积最大的城市绿化主题公园、最密集最时尚的豪华宾馆酒店群，以及全市仅次于新街口商圈的商业商贸区域和众多美食购物特色街巷，大力引进知名艺术馆、美术馆、博物馆、游乐园等都市文化休闲旅游功能设施，着力建设以创意设计业、网络传媒业、文体旅游业、文体休闲业、演艺博览业等为主导的文旅产业集群。力争在完善现代文化公共服务体系的同时，把“有限”的资源开发到无限，跨界谋划、合力推进，通过对标杭州江干区、广州海珠区发展“文化名城”的战略部署，持续深入推动产业布局的战略性调整，避免与防范相关要素配置扭曲的结构性矛盾。

(三)谋创新蓄动能，努力增强现代化文旅产业发展后劲。随着河西中央商务区金融总部的积聚，新城科技园、新加坡·南京生态科技岛、国家广告产业园、国家电子商务示范基地、国家移动互联特色产业基地、中国(南京)游戏谷、国家高新游戏动漫孵化中心、南京国际人才港、南京数字文化产业公共技术服务平台、紫金(建邺)科创特区、移动互联网产业园、物联网产业园入驻

企业的日臻增加,越来越多的高收入与高消费的就业人群、居民和流动人口聚集建邺。这既是一支不可忽略的高端文旅产业的消费力量,更是一支能够促进新的高端文旅产业动能蓄势迸发、升级迭代的主力军。要充分发挥驻区科研机构、企业集团在文旅产业基础研究、前沿产品设计开发、产业导向研究等方面的人才与团队优势,对文旅产业建设不断探索创新,重点推进文旅创意产业的发展和项目研发,着力打通文旅产业创新链条。要通过高起点规划,高标准落实,多方兼顾支持载体建设、业态提质和文创产业成果区内落地转化等,凝聚创新力量,增强内生动力,培育新型文旅产业业态,提升文旅项目的积聚程度与运作效率。

(四)求共生促共享,全面凸显文旅产业带动性落地生效。随着国家文化和旅游部的成立和高效运转,围绕文旅产业高质量发展的机制体制阻碍已经基本破题。当前的中心任务是以进一步深化改革为保障,全力以赴抓好文旅高质量发展的研究谋划与推进落实,更大程度地释放制度生产力,促进建邺文旅产业结构合理化、高度化,重新架构新的文旅融合型产业体系。以往的文化与旅游产业的发展过分依赖政府的行政手段推进,竞争优势过分依赖资源要素,产业结构过分依赖企业自觉,产业增长过分依赖资本投入,而文旅产业相互融合不仅可以推动多个相关产业之间形成共同的产品创新与市场重组,而且必将推进文旅产业由低级向高级攀升。

因此,加快文旅产业的融合发展是提升产业竞争力的必由之路,是推进产业转型升级的客观要求,也是实现文旅产业一体化的推动力量。当前,在推进《建邺区国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》《建邺区文化事业“十三五”发展规划(2016-2020)》《南京市建邺区旅游业发展总体规划(2015-2020)》等规划的实施中,还存在一些问题与不足,主要表现在:文旅企业的融合发展环境还有待优化;文旅产业的竞争力还有待提高;重大项目、重点工程还有待强力推进;运用大数据手段指导文旅产业运行还有待强化;文旅事业产业运营管理人才培养还有待加强;文旅产业的宣传推广与品牌建设还有待创新;文旅产业的融合发展对相关产业的带动作用还有待深化等。针对上述问题,应当将推动文旅产业协调发展作为高质量发展的内生动能,深化把握文旅融合发展的规律和趋势,按照产业发展的轻重缓急制定发展计划和具体行动方案,谋划构建更加合理的产业发展布局。应当突出文旅产业发展新趋势和新业态,重点在文旅基础设施、产业融合创新、重大载体平台、公共服务体系等领域实施一批功能性与支撑性项目,加快文旅产业载体升级、禀赋升级、价值链升级,尽快形成多形式、多元化、多渠道、多层次产业融合发展的新格局,全面提升文旅融合发展的质量和实效。

(作者系南京市建邺区副区长)

打造绿色特色小镇 建设宜居美丽乡村 建设“强富美高”幸福新灌云

殷宏图

特色小镇是推进美丽乡村建设的大平台,是落实国家新型城镇化战略部署和推进供给侧结构性改革的重要抓手。党的十九大报告提出了“大力发展乡村战略”,为进一步发展特色小镇指明了方向。我县通过几年的探索,提出了以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为引领,全力打造拥有独特优势的特色小镇,有效地带动了美丽乡村建设和精准脱贫,促进了全县镇村建设提质升级。

一、“特色小镇、美丽乡村”创建取得丰硕成果

(一)守护绿水青山,推进绿色发展。灌云县把加快发展旅游业作为树品牌聚活力、实现绿水青山、全面建成小康社会的着力点,以特色小镇建设为抓手,提出打造具有明确产业定位、文化内涵、旅游特征、社区功能的综合体系,探索推进旅游景区、产业聚集区、新型城镇化发展三区功能合一、产城乡一体化的新型城镇化模式,从单纯的三产服务业变成一二三产融合发展,以旅游建设为动力,不断推进项目建设,景点基础设施建设得到不断提升,县域旅游发展步伐稳步加快,全面掀起了旅游大发展的蓬勃浪潮。

(二)坚持规划引领,提升整体品位。按照全国一流的标准,大手笔编制全域旅游总体规划和大伊山、伊甸园、伊芦山、潮河湾等重点片区、新沂河百里生态画廊、燕尾港海滨旅游建设规划,形成以总体布局为龙

头、重点景区规划为核心、基础配套规划为支撑的全县旅游规划体系。融合发展是我县旅游发展中的重要特点,将发展休闲农业与乡村旅游放到推进农业转型升级,将新农村建设和特色小镇打造结合,融入特色小镇理念,重点规划了伊尹小镇、镜花缘小镇、休闲骑行小镇等8个特色小镇项目。例如,通过高端规划,我县正在加快推进伊云湖、三里河风光带等促进灌云旅游提档升级的项目建设。目前,伊云湖正在进行输水、引水、退水及湖区水生态修复工程施工设计;三里河风光带两岸园路正在做透水混凝土面层。

(三)彰显个性特色,建设美丽家园。灌云风光秀美、文化厚重,发展旅游业得天独厚。特色小镇均以自然资源、区位优势、产业基础为条件,坚持深挖、延伸、融合产业、文化、生态、旅游和社区等功能,着力推进生产、生活、生态“三个融合”和宜业宜居宜游“三个结合”,形成了各自产业特色和支撑。一是注重生态功能。大伊山是国家4A级景区,素有淮北平川第一神山之称,自古就有“十里青山半入城”之美誉,坚守生态底线,保留原汁原味的自然风貌,致力打造山水相拥宜居之城。于去年9月29日举行大伊山温泉成功出水仪式,这也是灌云秉持生态优先、绿色增长理念的又一重大举措,目前伊水温泉体验馆加大生态建设进度,已取得取水许可文件,项目用地已挂牌。二是突出产业功能。把特色小镇建设成为特色主导产业集聚区。燕尾港镇和杨集镇入选全国

重点镇名单，重点打造港口和现代物流业特色小镇；依靠特色内衣而闻名全国的东王集镇打造别具一格的“风情小镇”。三是发扬文化功能。大力挖掘民俗文化，打造具有文化内涵的平台。伊芦山景区以发展特色生态休闲农业为主线，建成以康养为主题、以伊尹为文化源头、以中药材种植加工为特色产业，集文化体验、康养锻炼、健康饮食、养心养性、田园休闲等方面为一体的特色景区。四是植入旅游功能。积极发展休闲旅游、生态健康旅游等。潮河湾生态园以“自然、生态、野趣”为主题，突显“住农家屋、吃农家饭、干农家活、享农家乐、生态旅游、乡土风情”的地方特色，构建游客的“心灵港湾、梦中家园”；小伊乡藕虾休闲小镇、南岗乡循环农业小镇纳入江苏105个农业特色小镇，田园魅力各具特色。

（四）强力攻坚克难，实现跨越发展。灌云围绕“伊山水伊甸园，真情真意真灌云”的主题和“一年破题，两年成形，三年出彩，五年成名”的计划，率先打响伊甸园、伊芦山和潮河湾景区建设攻坚战，成功举办灌云伊甸园梨花节、首届潮河湾景区“油菜花节”、环沂河淌全国自行车比赛等重大活动，旅游业实现了跨越式发展，由单独的“景点旅游”变成“全域旅游”。依据镇村布局规划、村庄建设和环境综合整治为条件，加快推进从以往美丽乡村单个镇村试点示范建设转向美丽乡村示范带建设，以点连线扩面，在全县确保建成西北、东部、东北3个美丽乡村建设示范带（片），建成龙苴镇石门村、伊山镇川星村、四队镇隆兴村3个“高颜值”的示范村，杨集镇小乔圩村和伊山镇川星村列入省级特色田园乡村第二批试点，龙苴镇杨范村通过美丽乡村验收，同兴镇伊芦村大池庄传统村落争取尽快通过省市检查验收。

二、“特色小镇、美丽乡村”创建存在

的问题和瓶颈

从总体上看，灌云县新型城镇化建设发展态势较好，但目前特色小镇、美丽乡村建设仍处在起步突破阶段，与先进地区相比还有不少差距，存在着一些问题和制约因素。

（一）认识不足，是快速发展的瓶颈。把特色小镇建设提升到拉动经济社会发展高度的认识还不足，政策支持还处于起步阶段，在规划引领、项目建设和资金保障的倾斜度还不够，部分群众对特色小镇的理解、支持还不到位。县美丽乡村建设规划编制、建设主体由各乡镇政府负责，行业指导由县农工办、住建局负责，但是一些村集体经济薄弱不能有效调动群众参与的积极性，导致存在“干部在干，群众在看”的现象。

（二）基础薄弱，是氛围打造的软肋。缺乏在业内特别是省市、全国有影响力、有竞争力的特色支柱产业，特色产业培育发展任重道远，产镇互促共生、融合发展的生动局面远未形成。有的特色产业总量不大，普遍存在分散式布局、粗放式发展、原始化积累等特点，没有形成品牌和辐射带动效应。此外，受历史欠债和经济限制，土地调规、专业性、技术性人才严重缺乏是特色小镇建设的最大制约。

（三）征收困难，是项目建设的短板。项目选址因为与农户之间发生矛盾，致使项目落地有难度，有些美丽乡村在建设过程中因为土地问题无法协商而再三调整规划，影响了建设周期和进度。

（四）资金匮乏，是持续发展的硬伤。一些涉农部门的项目在实施地点、开工地点、开工时间、操作程序等方面都有具体要求，无法把项目和资金整合到美丽乡村建设中统筹使用。企业投资都要考虑成本和效益回报，帮扶、捐赠、捐建以及其他社会投入资金量非常有限。我县农村大多集体经济薄弱，相

对发达地区的投入有明显差距。另外，我县美丽乡村建设目前仍处于起步阶段，预计每个行政村每年至少需投入10万元以上，资金匮乏导致后期管护举步维艰。

三、“特色小镇、美丽乡村”创建的几点建议

（一）强化农民共识，营造浓厚氛围。开展包抓帮扶活动，动员各级干部深入村组、农户、园区和经济组织，了解民情民意，帮助农民增收，促进城乡一体化发展，形成共建共享的良好格局。充分发挥农村基层党组织的战斗堡垒和党员的先锋模范作用，积极采纳村民、党员代表的合理意见，努力使农民群众真正成为特色小镇、美丽乡村建设的参与者和受益者。把特色小镇、美丽乡村建设和乡风文明建设结合起来，积极推进团结友爱、移风易俗、孝亲敬老、诚实守信生活方式和健康文明的生活习惯，提升农村社会文明水平。广泛宣传特色小镇、美丽乡村建设中涌现出来的新典型，推广建设成果和好的经验、做法，努力营造全社会支持配合特色小镇、美丽乡村建设工作的良好氛围。

（二）加快科学规划，彰显特色文化。一是注重规划的衔接性。好的规划和理念是成功的一半，顶层设计建议在“五个结合”上发挥引领作用：一要与当地自然风光结合，立足山水资源，突出“特”字，凸显自然特色；二要与国家宏观政策结合，特别是要紧扣党的十九大“乡村发展战略”，争取国家特色小镇建设方面的支持，立足“大”字，做出大文章，实现大作为、大带动、大发展；三要与群众的参与性结合，发挥并调动群众的积极性和主动性，立足“融”字，加快产业集聚，延伸产业链，实现融合发展，带动群众致富；四要与长远发展结合，要有前瞻性，规划眼光要长远，标准突出新时代、新发展、新思想，立足“高”字，高起点谋划，高标

准要求，高品位打造；五要与景点景区、美丽乡村建设、环境卫生整治结合，同时规划同步建设，立足“效”字，体现效果，突出效益。规划建设要防止“新瓶装旧酒”，突出特色打造，形成“一镇一风格”。二是明确开发范围。突出功能集成，推进“多规合一”，体现产城人文四位一体和生产生活生态融合发展；突出节约集约，合理界定人口、资源、环境承载力，严格划定小镇边界，特色小镇必须“求精不求大”，一般其规划面积不宜超过3平方公里，建成面积在1平方公里左右，聚集人口1万至3万人。因此，有必要将不符合发展定位的项目区块尽快迁移，使小镇的产业定位、投资规模、规划范围达到科学合理的要求，保证空间形态上的“精致紧凑”，坚决杜绝无序扩张。三是凸显“特色”文化元素。将重点项目尽量集聚在小镇核心区，建好展示小镇基本情况和历史文化、商务活动和接待来访等多功能的“小镇客厅”。在建筑风格上应当富有本地文化特色，或具有地方历史人文特征。同时，不同区位与模式的小镇，在基础设施的软硬建设上要与产业特色相匹配，确保小镇风格的独特性。注重保护重要历史遗存和民俗文化，挖掘文化底蕴，开发旅游资源，所有特色小镇要按3A级以上景区标准建设，旅游产业类特色小镇要按4A级以上景区标准建设，并推行“景区+小镇”管理体制。

（三）实施分类布局，发挥特色优势。一是发挥好旅游功能。休闲旅游、健康养生类的特色小镇对生态环境有严格要求，应从消费者体验本身出发，注重生态休闲、文化体验旅游资源的深度开发。产品制造类的工业特色小镇，应摒弃搭周边成熟景区“便车”的思路，重点做好产业旅游资源和体验旅游资源开发，讲好特色产业的发展历程与历史故事，创设相关产业产品的风情体验区。二

是发挥好文化功能。一方面应重点开发自然生态文化、人文历史文化和乡土民俗文化，保持地域特有文化的原生性、鲜活性；另一方面要深入开发创新文化，使创新资源、时尚元素等与本地传统产业充分交融，激发各类创新文化要素。大伊山东麓的清风岭上，新石器时代的石棺墓葬群遗址距今已有近7000年历史，是我国目前发现的历史最久远、规模最大、保存最完好的远古人类史迹，我们要充分利用这些宝贵的文化资源，讲好灌云的动人故事。三是发挥好村社功能。大部分特色小镇是与周围居民生活场所融为一体的，必须把特色小镇建设和村社建设结合起来。村社居民和特色小镇要共同参与决策、实施和评估过程，促进村社参与特色小镇的管理，特色小镇应帮助和促进村社的经济发展，特色小镇要符合当地实际情况，制定相关政策也要听取居民的意愿；吸收居民为特色小镇的工作人员，使祖祖辈辈面朝黄土背朝天的农民有参与就业的机会；发展特色小镇除了景区经营需要大量雇佣当地居民之外，还需要当地居民参与投资、经营和参与交通、住宿、餐饮以及旅游商品等相关行业。

（四）突出市场主体，完善运营管理。一是摒弃“政府投资、招商引资”的传统做法。按照政企分离的原则，建立健全产业选择的科学决策机制，选择符合发展定位、实力雄厚的投资主体，承担小镇的开发建设、招商引资、对外合作、管理服务等工作。政府将工作重心放在研究促进特色小镇快速发展的政策组合拳，以及加快基础设施与公共服务的完善上来。二是充分发挥龙头企业的作用。特色小镇尤其是制造类产业的小镇，应当引入市场力量强大、资金实力雄厚的龙头企业，高度重视和充分发挥上市公司的作用，发挥其建设大项目、布局产业链的天然优势和能力，争取形成特色小镇的核心竞争力。三是

吸引民间资本参与小镇建设。对于产业实力相对薄弱的小镇，可以加强公司与银行、信托、保险等金融机构的合作，支持开发主体以控股、参股、相互持股、PPP等方式组建集团公司，引进大型餐饮、文化企业，让特色小镇的内容更加丰富，从而实现利益共享、风险共担。

（五）加大政策扶持，强化要素保障。一是加强协调服务。全力帮助小镇建设主体做好基础配套、招商选资等工作，落实专人跟踪服务，及时掌握特色小镇项目建设进度，协调解决项目建设中存在的突出问题，确保项目按计划完成。二是强化要素保障。加强与省、市财政现有的工业转型升级专项资金、战略性新兴产业专项资金等专项资金的衔接，资金适当向特色小镇倾斜。探索建立特色小镇发展投资基金，推动各类产业资金、可用闲置资金等划入专项基金。在特色小镇基础设施和公共服务领域，建立政府和社会资本合作（PPP）项目库，向全社会募集资金，根据企业经营状况调整投资回报率，尽快形成长期稳定投资的回报机制。尽量优先确保特色小镇重点项目、基础设施用地指标，结合土地利用规划调整、农村土地综合整治等工作，以存量建设用地异地置换等方式增加用地指标。三是要强化跟踪督办。应加强特色小镇建设督查和目标考核，县督查办定期对特色小镇建设情况进行跟踪督查，对措施不到位、工作不尽力的将在全县予以通报批评，努力使“特色小镇、美丽乡村”创建真正做到为民惠民，为加快地方经济发展建设“强富美高”幸福新灌云作出积极贡献。

（作者单位：灌云县委办公室）

贾汪创建国家全域旅游示范区的工作路径

贾汪区旅游发展促进中心

自2001年开启“生态修复治理、生态环境提升和发展生态经济”的转型探索之路以来，贾汪旅游业经历了从无到有、从小到大的发展历程。2011年认定为国家资源枯竭城市后，全区立足区位优势、山水生态、历史人文等独特资源禀赋，抢抓大众旅游发展新机遇，实现由“煤海”到“花海”的根本性转变。目前612平方公里区域范围内共有国家4A级景区4家、国家3A级景区1家、市级以上乡村旅游示范点和农家乐83家，先后荣获国家生态旅游示范区、中国休闲小城、全国休闲旅游示范区、全国休闲农业和乡村旅游示范区、中国生态魅力区等称号，大旅游格局基本形成。2017年，来贾旅游人数超900万人次，综合收入超25亿元，“全域旅游、贾汪真旺”特色品牌全面确立。

贾汪区以生态旅游为核心、以国家全域旅游示范区创建为抓手的绿色转型之路，赢得了各级领导以及社会各界的广泛关注。特别是去年12月12日，习近平总书记亲临贾汪开展十九大后首次基层调研视察，对我区采煤塌陷地治理、乡村振兴等工作给予充分肯定，并指出贾汪转型实践做得好，绿水青山变成了金山银山，现在是“真旺”了。今年春节黄金周来贾旅游人数突破139万人次，同比增长21%，旅游综合收入4.17亿元，同比增长20.8%。

2016年2月，我区被公布为首批“国家全域旅游示范区”创建单位。两年多来，我们严格按照创建指标体系要求，细化硬化

目标任务，做优做强特色品牌，补齐补足创建短板，创建工作取得显著成效，去年7月份顺利通过省级验收。省级验收后，我们坚持力度不减弱、工作不松懈，稳步推进各项工作开展。按照省调研考评组反馈意见，第一时间制定《反馈问题整改任务分解表》、《重点项目推进计划表》，并总结出“1246”贾汪模式，多次到省旅游局汇报进展情况，得到了充分肯定。与此同时，由省旅游局带队赴国家旅游局汇报创建情况，我区作为全省参加汇报的4家单位之一，受到原国家旅游局的充分肯定。今年2月份，贾汪区作为代表在全省旅游工作会议上进行典型发言，创建经验在全省推广，进一步坚定了全区发展全域旅游的信心。

一、坚持全社会参与，持续凝聚创建强大合力

一是强化统筹推动。把创建上升到战略性全局高度，成立了旅游发展委员会和创建工作领导小组，区党政主要负责同志挂帅，各地各部门“一把手”为创建工作第一责任人，全面形成“党政统筹、部门落实、社会参与”的创建工作网络，创建工作已成为各级干部谋发展、干工作的重要遵循。不断完善目标责任落实机制，制定《贾汪区全域旅游示范区创建工作实施方案》，与各地各部门签订创建目标责任状，明确任务、明确重点、明确进度、明确责任，并将其纳入全区重点指标考核体系，同步建立责任追究、督查通报等多项制度。创新制定《贾汪区主要

景区、风景廊道日常管理督查考核办法》，开展区“五星级景区”“一级风景廊道”评比活动，实行周督查、月通报、季考核、年评星。目前，已下发通报10期，并在区政府网站公示。

二是强化全员发动。成立志愿者队伍，深入学校、机关、社区，积极开展文明旅游宣传教育，目前共举办全域旅游大讲堂30次、现场咨询会8次，今年一季度举办全区旅游从业人员专题培训4次。机关人员和旅游从业人员对旅游宣传口号、形象标识的认知率达到92%。坚持全面共建共享原则，东方鲁尔广场等城市公园以及图书馆、体育馆免费对外开放。出台市区群众免费游贾汪以及旅行社奖励办法等惠民政策。积极推动实施“一卡通”，通过微信公众号、政府网站、新闻媒体等立体化推介，实行常年滚动式发行。在苏北率先成立旅游农业合作社28家。2017年，全区实现农民人均可支配收入1.7万元，其中因旅游发展增收3300元，旅游业发展得到群众的大力支持和拥护。

三是强化政策促动。不断完善创建工作投入机制，设立创建专项引导资金5000万元，将全域旅游重点项目新增建设用地纳入土地利用年度计划，优先供应土地指标。主动借助外脑，与南京尔目文旅集团建立战略合作关系，组建旅游专家库；去年招聘、抽调专职人员47人，今年新招聘4人，全部充实到旅游一线。出台实施旅游人才引进扶持政策，创新设立淮海乡村旅游学校、徐州旅游专业学校，大力培养旅游专业人才。免费开展乡村旅游培训500余人次，实现就业400余人。

二、坚持全领域打造，着力丰富优质产品供给

一是打造精品项目。在着眼将全区作为

一个大景区来打造的同时，坚持创建指标项目化、项目责任化，加快完善旅游产业链条，提升旅游综合效益，力促旅游差异化、多元化发展。潘安湖被评为首批10家国家湿地旅游示范基地，获评江苏“最美水地标”；龙山大酒店被省旅游局评为第二批江苏精品休闲度假饭店，马庄村被省旅游局评为“乡村振兴旅游富民先进村”。另外，总投资20亿元的潘安湖星光科技文化产业园一期、总投资4亿元的潘安水镇、总投资2亿元的潘安湖游乐园等项目建成运营；潘安湖忠孝文化园、月亮湖乡村田园大世界和墨上集民俗文化园等项目开园迎客，旅游核心竞争力快速提升。总投资500亿元的恒大童世界、总投资50亿元的凤鸣海融创康旅小镇、总投资20亿元的月亮湖旅游度假区等项目顺利推进，旅游业发展后劲持续增强。

二是打造精品线路。牢固树立旅游产品片区化发展理念，充分发挥“一山一湖”的龙头带动效应，精心打造各类旅游主题线路5条，形成以潘安湖、大洞山、督公湖、凤鸣海为依托的山水观光游；以潘安水镇、龙山温泉度假区、墨上集、紫海蓝山、茱萸养生谷等为依托的休闲度假游；以“四滑一漂”、攀岩、海啸大世界等为依托的休闲健身游；以茱萸寺、白集汉墓、卧龙泉、马庄村为依托的民俗文化游，和以农谷大道休闲采摘、农事体验为依托的乡村体验游。

三是打造精品活动。成功举办2016江苏乡村旅游节、徐州冬季旅游产品发布会、2018年全市旅游工作会议暨乡村旅游现场会，乡村旅游业发展连续多年走在全市前列。目前，全区现共有省星级乡村旅游区19家，其中省四星级乡村旅游区6家，五星级乡村旅游区13家，省自驾游基地2家，农家乐40家，徐州市特色名餐饮店2家，江苏省精

品旅游度假饭店1家。合力唱响四季歌，春季桃花节、风车节、风筝节，夏季灯光节、啤酒节、伏羊节，秋季音乐节、登高节，冬季滑雪节、温泉节、春节庙会等，活动种类多样、内涵丰富。全时节庆活动供给形成，无论白天还是夜晚，都能为游客提供满足其体验需求的产品和服务。

三、坚持全要素整合，全力增强发展承载力

一是注重顶层设计。坚持以旅游的理念来规划建设和经营城市，切实把“城市即旅游、旅游即生活”的行业发展共识上升为区域行动战略，聘请中陆必得旅游规划设计研究院编制《贾汪区全域旅游发展规划》，目前已通过区规委会评审，上升为全区重大战略。坚持“多规合一”，自觉将全域旅游发展与经济社会发展、城乡一体发展、土地利用、生态保护、现代服务业发展等规划有效衔接，全面构建以《贾汪区“十三五”旅游产业发展总体规划》为统领的全域旅游发展规划体系，主动将旅游规划成果应用到各项开发建设中。

二是注重服务配套。游客服务体系基本形成全覆盖。投入3000万元新建全域旅游服务中心，目前已建成使用；投入1000万元扎实推进旅游标识牌和城乡公共厕所旅游化改造工程，所有临街、临路、临景区厕所实现免费对外开放；设立全省首家旅游医院；投入1500万元搭建旅游数据中心和旅游门户网站、移动终端、微信公众号“一中心三平台”，全部启动试运行，无线WiFi重点景区（点）实现全覆盖。交通体系更加便捷，加快实现旅游公共服务体系与美丽乡村、城乡公共服务设施无缝对接，投入8亿元建成贾汪大道北延、大吴运河大桥等交通工程；投入900万元建成慢行系统50余公里；投入

9000万元建设景区景观道路36.3公里；投入6000万元完成农谷大道通达工程；茱萸山游客服务中心改造完成；茱萸山和凤鸣海标识牌安装完成；茱萸山索道投入运行；配置4辆旅游大巴开通连接东部景区的旅游巴士线路。

三是注重产业融合。制定出台“旅游+”扶持政策，扎实推进旅游要素与一、二、三产业深度融合，全域旅游行业引领作用日益彰显。推进“旅游+农业”融合，依托东部四镇现代高效农业优势，大力推广农业生态观光、农耕农事体验、水果采摘种植等乡村旅游模式，培育紫庄唐耕山庄、塔山葡萄采摘园、耿集莓好田园等农业旅游示范点10个。推进“旅游+文体”融合，建成“四滑一漂”等体育旅游示范点8个、大洞山禅修学院等文化旅游示范点6个。推进“旅游+工业”融合，建设金彭车业、中国松木家具城等工业旅游示范点4个。同步推进新业态发展，新增卧龙泉红色拓展基地、风之谷野外拓展训练基地等项目5个。

四、坚持全方位营销，全面提升全域旅游影响力

一是以立体宣传促营销。在苏北率先开办区级电视台旅游频道；《新闻联播》《焦点访谈》《新闻直播间》《乡约》《乡土》《舌尖上的端午节》等央视栏目走进贾汪；《我有传家宝》栏目介绍苏北第一支农民铜管乐团—马庄乐团的传奇故事；央视大型纪录片《我眼中的八路军》摄制组在贾汪区运河支队纪念馆取景拍摄；《人民日报》《新华日报》《中国旅游之声》等国家级媒体多次来贾采访，“全域旅游、贾汪真旺”主题口号加快推向全国。组织开展“畅游贾汪·寻美泉城”美文征集和旅游宣传口号征集活动，收到来自23个省（市）应征者稿件，共征集美文

150篇、宣传口号5137条，活动取得较好效果。去年中秋、十一期间的首届沙雕文化节、梦幻花神节、“泡泡跑”、乘直升机游贾汪、万人帐篷节、墨上集民族文化展、重阳登高节，今年的春节黄金周以及清明、五一假期的2018潘安湖首届春游会、首届大洞山茱萸文化节、第九届督公湖桃花节、第三届凤鸣海风筝节、重温习总书记视察贾汪之路等一系列丰富多彩的活动，吸引了大量游客参观体验。“援疆情，徐州行”新疆奎屯市舞蹈团来贾文化交流；“全域旅游，贾汪真旺”路演活动亮相重庆，贾汪独特的湿地生态资源、春季赏花游和马庄香包等特色产品备受青睐；上海旅游推介会推送五条来贾精品旅游线路，反响热烈；马庄香包走出徐州，在香港维多利亚公园受到好评。区四套班子成员身先士卒，带队到苏鲁豫皖特别是京沪线沿线城市召开推介会，成功组织浙沪130余家旅行社来贾考察。与携程、途牛等网络平台建立合作关系，畅游贾汪公众平台微信天天发。

二是以特色产品促营销。充分把握游客买新奇、买特色、买纪念、买开心、买独特的心理特征，深度挖掘并多样化、特色化开发旅游产品。“真棒”香包、金维生素火腿等知名特产成为来贾游客必选商品；紫海蓝山文化创意产业园、马庄农民乐团等特色文化产品让游客流连忘返；龙山温泉度假酒店、山水间民宿等特色酒店，能够满足不同游客的住宿需求；潘安水镇土特产畅销徐州金鹰品牌店。贾汪已经形成了一套包含“吃、住、游、娱、购”的旅游产品体系，让来贾游客“食有特色、住有选择、游之尽兴、娱之快乐、购之丰富”。

三是以优质服务促营销。突出执法监管，投入300万元购置旅游执法电动车，核心景

区和美丽乡村示范村全部设立旅游执法办公室，常态化实施酒店、饭店、出租车市场专项执法行动，“1+3”综合执法实现全域覆盖。突出标准化建设，成立区旅游用品配送中心，全区宾馆酒店、农家乐消毒餐具和被褥等旅游用品实现统一配送。突出示范带动，聘请第三方公司对旅游景区（点）的环境卫生、服务质量、规范管理等进行明察暗访，定期评选“十佳旅游农家乐”“十佳旅游餐饮店”，优先向社会公众推荐，各农家乐和餐饮店服务接待水平和游客满意度大幅提升。

下一阶段，我们将全面贯彻落实党的十九大和习近平总书记视察贾汪重要指示精神，围绕国家全域旅游示范区首创必成目标，以满足人民日益增长的美好生活需要为导向，把创建作为全区旅游业提档升级的重要抓手，牵头抓推进，聚力促落实，确保顺利通过国家级首批验收，打响“全域旅游、贾汪真旺”品牌，把旅游业培育成为贾汪重要的支柱产业，把贾汪打造成为旅游大区、旅游强区、旅游旺区，推动贾汪旅游业发展再上新台阶，为加快建设徐州淮海经济区旅游中心城市作出新的更大贡献。

南京鼓楼区深化融合创新旅游高质量发展的做法

周磊

南京市鼓楼区通过融合发展的全域旅游思维，坚持围绕高质量发展建设现代化旅游强区、引领新时代旅游转型，推进供给侧结构优化，创新发展目的地特色优势，为全域旅游发展打下坚实基础。

一、以融合发展战略渗透优先领域

全域旅游进入国家战略体系，旅游业成为新常态下经济增长的新引擎。在深化旅游供给侧结构性改革、实现产业转型升级的快速推进中，产业融合已经成为全域旅游发展的基石。鼓楼区深入实施融合发展战略，依托省会功能核心区丰富的行政、文化、商贸、科教、医疗、信息技术等资源优势，选择旅游业融合发展的优先领域重点突破，使旅游业逐步走出封闭的自循环，丰富旅游产品新供给、扩大旅游消费新领域，激活旅游经济新活力。

在历史街区建设、产业功能板块发展等片区专项规划以及健康服务业、楼宇经济等产业发展意见中，我区均体现了融合旅游发展的全面部署。特别是在文旅融合方面，将文化创意旅游产业确定为当前及今后一段时期全区三大重点产业之一，出台《关于加快文化创意旅游产业发展的实施意见》，旨在更好发挥区域文化旅游禀赋优势，加快推动文化创意产业、旅游产业互融互促，实现文旅产业大融合、大发展。

二、以融合发展方式创新优势产品

全域旅游的概念是对传统资源依赖性旅游发展思路的淡化。有鉴于此，我们以全新的视角，对全区旅游资源进行再梳理、再认识、再定义和再评价。全区以融合发展为基石，再造新的旅游资源和产品，促进观光与休闲等多元化旅游方式的百花齐放，推动旅游业从门票经济向产业经济转变，实现非传

统旅游资源目的地的弯道超越。

旅游+文化。持续推进中冶和记洋行“旧改”、长江游轮、南中医丰盛健康城等重大文旅项目，建设金陵邑石头城遗址公园、宝船厂海上丝绸之路申遗等工程，推进国防园双拥馆等红色文化旅游项目建设，丰富完善凤凰书城24小时书店等夜间文旅项目，提升白云亭文化艺术中心、下关历史陈列馆等重点文博场馆旅游服务配套设施和综合服务水平；整合文化旅游节庆资源，举办“春妈祖、夏长江、秋登高、冬撞钟”等丰富多彩的四季文旅活动，在白云亭公益文化讲坛、南艺艺术节等品牌文化活动中融入旅游元素，配合市旅游集团举办中国幕府国际登山文化节；加快妈祖庙会等非物质文化遗产旅游商品研发，筹拍《天妃宫词》电影宣传妈祖文化；加强近现代建筑文化保护与利用，推出颐和路民国公馆区精品项目并形成精品线路，出版《鼓楼民国建筑揽胜》书籍，完善近现代建筑风貌区旅游咨询服务、专题纪念品销售等服务功能。

旅游+健康。抓住市、区大力发展健康服务业的政策机遇，加快建设南中医丰盛健康城等一批重点康养项目，服务指导创建“国家康养旅游示范基地”及“国家中医药健康旅游示范基地”；围绕医疗旅游做好深入研究开发，发动旅游企业组织相关医疗旅游项目的策划宣传，研究旅游+医疗、旅游+康复、旅游+养生保健等健康旅游产品组合策略，推出五台山健康休闲度假周活动、幕府生态健康游等旅游产品；依托江苏省体育集团等引进品牌赛事，开展专项旅游营销，进一步做大旅游消费市场。

旅游+城建。协调推进湖南路地下商业街、白云亭文化艺术中心（二期）、乌龙潭

整治工程、小桃园广场及绣球公园整治提升等区内涉旅建设工程，新增小桃园四期、上元门等绿地游园；打造滨江风光带、明城墙—外秦淮风光带慢行景观廊道和颐和路民国风情街区、下关滨江特色休闲街区、湖南路诚信旅游休闲特色街区等特色街区；建设开放式旅游社区，加强包括旅游厕所、休闲步道、绿色植被、廊亭水系、人文驿站等在内的公共服务设施建设，引导社区向市民休闲化项目建设转型。

旅游+商务商贸。完善恒大滨江商业综合体、龙湖长江广场、金茂广场（二期）等全区重大商务商贸项目中的旅游服务配套；发挥高星级酒店集聚优势，整合会奖旅游资源，依托金洽会、软博会等品牌展会，丰富会奖旅游产品；建设湖南路南华美食广场、吾悦民国1927主题街区等特色餐饮街区，培育“民国大菜”老字号、湖南路淮扬菜和“随园菜单”健康食疗等餐饮特色品牌；开辟招商旅游专线，结合项目推介和环境介绍，为国际国内的投资商、创业人士提供专项考察和旅游专线服务。

旅游+互联网。支持在线旅游创业创新，大力发展在线旅游新业态，与市旅游集团下属的莫愁旅游公司达成战略合作，建设旅游自助服务系统，推进旅游公共服务、旅游导示、旅游集散等功能的智慧化建设；推动“旅游+互联网”投融资创新，推动江苏智慧旅游产业研究院落户；运营微信微博平台对旅游景点、历史文化街区进行网络宣传，支持驻区宾馆、旅行社、景区拓展网络营销业务，实现线上线下的有机互动。

旅游+科教。创建并提升南京渡江胜利纪念馆、静海寺纪念馆、颐和路“两馆”等一批研学旅行示范基地，策划研学旅行精品线路；与国内重点客源城市、台港澳地区建立旅游交流和互动活动联系，将研学旅行纳入我区中小学教育计划，规范对研学旅行的组织管理；推出“鼓楼名校书香游”、“阅

江楼国学文博游”、“国防园军事爱国游”等研学旅行主题产品。

三、以融合发展成果塑造优质品质

实现全域旅游的高质量发展，就是通过促进产业融合、产城融合，发挥旅游“一业兴百业”的带动作用，使旅游发展成果惠及各方，使旅游更好地融入大众日常生活，更好地满足人民日益增长的美好生活需要。鼓楼区不断增强优质旅游供给，促进资源全面整合、产业全面融合、服务全面提升，营造更加安全、更加文明、更加便利、更加快乐的旅游发展环境，构建全域旅游共建共享新格局。

规范行业市场，建设宜居、宜业、宜游的和谐局面。建立旅游安全预警机制和紧急救援体系，完善旅游保险保障体系，实施景区创建和复核安全达标“一票否决制”，2020年全区星级饭店、A级景区全部实现安全生产标准化；健全旅游志愿保障服务体系，立足“文明旅游形象大使”“乐宝旅游进社区”等平台，形成志愿者服务长效机制。

坚持以人为本，使游客与市民安心、放心、贴心、开心、舒心。落实景区（点）对特殊人群的门票优惠政策，实施景区（点）免费开放日制度；鼓励民国公馆等名人故居、高校等各类社会资源点向市民游客开放；以景区化城区为建设目标，推动老旧小区整治工作；发挥驻区的南艺等高校、鼎艺等设计机构优势，支持鼓楼文旅科创公司等搭建研发孵化平台，鼓励支持各类创客人才以文创旅游商品为方向大力开展创新创业、就业兴业。

深入融合是全域旅游的驱动力，鲜明特色则是全域旅游的生命力。鼓楼区将坚持融合发展战略，继续引领全域旅游在高质量发展的道路上创新特色、惠及市民。

（作者单位：南京市鼓楼区旅游局）

对标找差 推动虞山尚湖旅游度假区 加快发展的新举措

蒋向阳

虞山尚湖旅游度假区自筹建以来，紧紧围绕市委、市政府赋予的职能定位和目标任务，以创建国家级旅游度假区和打造虞山尚湖全域旅游核心区为抓手，致力于构建全域旅游共建共享新格局。当前，随着旅游消费不断升级，传统的景点旅游、门票经济模式已不能满足现代大旅游发展的需要，旅游业进入了大众旅游、优质旅游、全域旅游发展的新时代。如何保持清醒头脑、积极担当作为、加快实现旅游产业的“新旧动能转换”、加足马力实现高质量发展新突破，是摆在我们面前的重大课题。对照市委、市政府赋予的定位和虞城百姓的期盼，对标国家级旅游度假区的标准和全域旅游多要素融合发展的要求，尚有不小的差距。必须进一步明确度假区所处的新方位、追赶的新标杆、奋斗的新坐标，系统谋划追赶超越的目标思路和工作举措，全力推动虞山尚湖旅游度假区高质量发展。

对标全省旅游度假区的发展，必须奋力追赶。宜兴阳羡生态旅游度假区地处苏浙皖三省交界，与虞山尚湖旅游度假区同在2014年评定为“省级旅游度假区”。在2016年度省旅游局的考核测评中，虞山尚湖旅游度假区排名第六，阳羡生态旅游度假区排名第三。今年1月，阳羡生态旅游度假区成功晋级，成为26家国家级旅游度假区之一。阳羡生态旅游度假区与湖汉镇区镇合一，两块牌子，一套班子，无论是从机构体制，还是从发展轨迹来看，阳羡生态旅游度假区都和我们虞山尚湖旅游度假区高度相似，非常值得我们学习。经全面调研，对标阳羡生态旅游度假

区成功创建的经验，我们主要存在以下几方面的不足：

一、整体规划相对滞后。规划引领建设和发展。纵观排名靠前的几个度假区，无一不是规划先行，有序实施。阳羡生态旅游度假区早在2007年就委托江苏省城市规划设计研究院进行度假区概念规划并不断完善，总体规划科学合理，能很好地指导各类详规和深化设计，能以动态发展的视角合理进行分期规划，兼顾短期效果与未来发展潜力，延续性好、实施性强，区内各阶段的建设项目都很好地执行规划设计意图。反观我们的规划建设，目前存在两个问题：一是目前没有一个前瞻性高、延续性好、实施性强的总体规划引领度假区高起点建设发展；二是度假区内部分建设项目（包括少数房地产、公共配套）以及村庄等建设，侧重自身要求和保基本为主，规划理念、建设标准及后续的设施管理与度假区未来旅游发展的总要求衔接不够紧密。

二、度假资源的主题性独特性不鲜明。阳羡生态旅游度假区以充沛的负氧离子而闻名，被誉为“华东第一天然大氧吧”，其依托深氧旅游资源所发展的“深氧界”旅游品牌，以及结合当地生态特色、产业特点延伸打造的“竹的海洋”“茶的绿洲”“洞天世界”“紫砂源地”等概念具有很强的竞争力，倍受游客亲睐。相比之下，目前虞山尚湖旅游度假区在观光游景区相对单一性的现实情况下，未能深挖文化底蕴，“山水城休闲融为一体”的度假资源未能真正形成具有竞争优势的度假品牌主体，难以成为独具魅力的

旅游目的地。

三、度假配套设施数量有限、质量不佳。度假配套设施是度假活动中至关重要的一个要素组成,是影响游客度假体验的重要环节。阳羨生态旅游度假区住宿各类配套设施布局合理,种类众多,结构合理,拥有以金陵竹海国际会议中心、富陶温泉酒店、丁山国际酒店为代表的高端度假酒店3家,篱笆园深氧墅、开元精舍酒店等主题特色酒店10家,静心小屋、棉舍等精品民宿100余家。据统计,在阳羨众多的度假设施中,阳羨的乡村民宿旅游吸引力排名第一。而虞山尚湖旅游度假区目前仅有15家住宿接待设施,以会务型为主,只能满足一般游客住宿需求,区域内既缺乏具有鲜明文化特色的主题度假型酒店、亲子住宿设施,又缺少个性鲜明的精品民宿、客栈,特别是国际水准高品质酒店的缺失,成为创建国家级旅游度假区的硬伤,难以满足游客高质量、个性化的需求。

四是休闲度假产品吸引力不足。阳羨生态旅游度假区围绕深氧主题,以健康、亲子、生态、体验为主题概念打造的系列产品基本实现体系化、精细化,游客容量大、产品品质好。度假产品与地方文化高度融合,陶艺制作、阳羨茶饮、扎纸狮、乌米饭等产品概念具有浓厚的地方文化特色,与其他度假产品形成有效的错位竞争优势。虞山尚湖旅游度假区虽具有丰富的文化资源,但与旅游融合不足,产品主题不突出,高品质度假产品缺失,生态体验性产品开发深度不足。度假区目前仍以景区门票经济为主,农家乐发展参差不齐,特别是夜游产品基本空白,无法吸引游客过夜,直接导致在考核中游客过夜率等相关指标值得分低下。

五、项目建设存在瓶颈。在《江苏省旅游度假区考核细则》中,项目建设力度总分120分,占比较高。阳羨生态旅游度假区积极争取旅游项目建设用地,加大旅游项目

招商力度,其中雅达健康产业园计划投资达100亿元,阳羨湖旅游度假小镇投资达15亿元,均在2017年全部开工。另外,阳羨旅游度假区注重存量资产的改造和提升,2017年投入金额约为3.3亿元。虞山尚湖旅游度假区受生态红线等因素制约,城市土地规划限制,引进项目建设缓慢,旅游项目投入总额明显不足,特别是投资5000万元以上的旅游项目的缺失,成为度假区建设发展的短板。

六、公共服务体系不完善。阳羨生态旅游度假区综合服务设施体系配置合理。职能完善,拥有7个分布合理,功能齐全的游客中心,能提供优质的公共服务,特别是开通了高铁车站至度假区的全程免费旅游直通车,沿途设置22个旅游单位公交车站。虞山尚湖旅游度假区目前空间架构不明确,主入口及交通系统整体辨识度不高,游客中心体系未形成,二级游客中心及咨询点数量不足,旅游标识系统批次样式不一,道路引导标识数量不足,设置不规范,旅游交通、旅游厕所、公共休憩空间等公共服务体系都存在配置不完备、建设不规范及设施陈旧等问题。

他山之石,可以攻玉。虞山尚湖旅游度假区必须充分借鉴他人经验,结合自身实际,系统谋划,整体推进,不断改革创新体制机制,科学制定规划计划,融合深入产品业态,建设完善基础设施,不断提升服务水平,努力推动实现区域资源有机整合、产业跨界联合、社会共建融合,以创建国家级旅游度假区为抓手,全力打造山水城融为一体的全域旅游核心区。

一是坚持规划引领,促进区域多业融合。必须解放思想,着力克服惯性思维和路径依赖,树立全新的资源观、全新的产业观、全新的高度做好旅游规划。紧扣全域旅游核心区功能定位,抓紧制定《虞山街道全域旅游发展规划》,启动度假区总体规划修编,完成

国家级旅游度假区创建实施方案编制并有序推进,创建国家级旅游度假区。积极依托市文旅公司文化旅游资源集约化与规模化经营优势,同心协力,相互借力,共同促进区域更加全面健康均衡发展,从“旅游+”逐步向“+旅游”转变。结合全域旅游业态,做好古城区域详规,推动实施古城旅游发展战略,打造山水城融合发展的新格局。

二是突出文化特色,丰富旅游产品体系。突出文化特色,深入挖掘利用各类文化资源,打造具有错位竞争优势的文化旅游产品。在产品要素方面,创新开发富有特点的“观、游、购、娱、吃、住、行”和“文、商、养、学、闲、情、奇”旅游产品。打造琴川河古城水上夜游等夜游产品体系;借助南门坛上历史文化街区,利用附近部分闲置公房,探索老街民宿发展,挖掘古城历史人文遗迹,推动制定和实施古城旅游发展战略;打造环虞山文化创意产业带,吸收农耕民俗、生态环境、文化遗产、传统节庆、科技产业、体育活动、医疗教育等各类社会资源,开放性导入有效要素,丰富旅游产业形态。推动尚湖半马国际赛、卡亚克舟钓、风光智跑、健康养老体检中心等转化为体育旅游、生态旅游、智慧旅游、医疗康养旅游的产业载体。

三是不断完善设施,提高公共服务能力。突出旅游目的地公共服务体系的建设,高标准、高起点合理布设虞山尚湖全域旅游核心区主入口、游客咨询点、休闲驿站以及旅游集散中心等设施;加快建成旅游风景道,把各类旅游服务设施、功能要素串联起来,打通通往虞山尚湖全域旅游核心区的“最后一公里”;完善区域内外旅游导览、标识信息系统;扩大厕所革命的范围。加快对接国际品牌酒店,培育特色主题酒店,大力发展民宿项目。

四是努力优化机制,全面提升管理水平。进一步调优旅游行政管理体的运行,以强

化对公共资源的调控能力,通过资源协调、服务对接等具体措施来保证全域旅游理念的落地。推动建立旅游产业土地供给的综合协调机制,推动建立涉旅规划与项目的工作联席会议制度;建议从市级层面建立旅游警察、旅游巡回法庭、旅游调解委员会与各执法部门“四位一体”的旅游监管长效机制,充分发挥好部门联动、综合执法、诉调对接的工作机制,全面提升全域旅游市场治理精细化水平。积极争取财政政策支持 and 用地保障,加快创新旅游投融资机制,引导各类资金参与全域旅游建设。

五是发力精准营销,扩大品牌影响力度。全域旅游新背景和营销新时代下,要把与旅游消费者的积极互动作为营销的中心,把有效工作纳入全域旅游发展大局,坚持以需求为导向,实施品牌战略。充分整合度假区涉旅资源,打造休闲度假旅游营销综合体,利用微信、微博、网络APP等新媒体平台进行精准投放,强化线上宣传和线下活动有机结合,借力电商分销平台,实现分销结构多样化,增加市场黏性;细分人群定位,与旅游中介深度合作,推出企业拓展、商务和私人定制等高端旅游产品。

旅游产业的新发展新变化,既是挑战,更是机遇。虞山尚湖旅游度假区将进一步解放思想,勇当标杆,紧扣争创国家级旅游度假区这一核心目标,积极推动构建全方位推进、全时空统筹、全要素配套、全产业联动、全社会参与的大旅游发展格局,全力打造山水城融为一体的全域旅游核心区,让高质量成为度假区(虞山街道)新一轮发展的鲜明标识,不负这方山水,不负各方重托,为打造精致城市、建设“强富美高”新常态作出更大贡献。

(作者系常熟虞山尚湖旅游度假区党工委、虞山林场党委书记)



浅谈文旅融合背景下 景区IP培育及建设

陈园

在习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下，努力探索文化和旅游融合发展的规律，更好地满足人民群众日益增长的文化和旅游美好生活需要，成为当下文化和旅游业界讨论的最热门话题。文旅融合一方面促进许多新的机遇产生，另一方面也对文旅发展提出许多新的要求。其中，培育有文化属性的旅游IP更是被赋予了新的使命，它既是文旅融合后产业转型、消费升级的新需求，也是更加有利于文旅进一步融合的推动力。

一、文旅融合的背景

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。没有文化的旅游是浅显的、空洞的旅游，没有旅游的文化是难以创造完整价值链的文化。随着人们对精神生活的追求不断增长，越来越多的旅游者正跨入深度旅游阶段，文化日益成为支配旅游活动的精神支柱和旅游经济的重要引领。促进文化与旅游融合发展，是世界旅游发展的大趋势和旅游先进地区的成功经验。巴黎、伦敦、北京、西安、杭州等中外许多地方旅游发展的经验表明，旅游与文化融合程度越高，旅游产品就越精粹，旅游吸引力就越强，旅游经济就越发达。

(一) 文旅融合的意义

文化如同空气，存在各种各样的环境里，但没有载体或许你感知起来就较为困难。比如说，我们常说同里古镇文化底蕴深厚，但没有旅游，可能外界就不会认知这一古镇的文化内涵。只有通过导游讲解退思园，坐船游览水巷，去南园茶社喝茶听评弹才能感知同里古镇的文化。大力发展文化旅游，从深度和广度上促进文化旅游相互融合，实现文化旅游业的良性互动、共赢发展，具有十分重要的意义。

一是有利于旅游产业转型升级。文化是旅游的基本内涵和核心价值。依托充满地域特色的历史文化资源，将文化内涵贯穿到旅游全过程，实现旅游形式和文化内容统一，用独特的文化品格和文化魅力诠释旅游，有利于凸显旅游产品特色，提升竞争力和吸引力，加快旅游业转型升级，实现可持续发展。

二是有利于优秀文化弘扬传承。旅游是文化的重要载体，旅游资源中蕴含着丰富的文化内涵，旅游资源的开发过程，也是对文化的抢救、传承和弘扬的过程。同里古镇不仅有上述的园林、水乡等文化内容，还有很多类似同里宣卷、剪纸等非遗文化，旅游使之在传承中不断创新，并传播得更远。

三是有利于区域形象全面提升。旅游吸引力强，旅游品牌知名度高的地方，都是有独特文化品格和文化魅力的地方。发展文化旅游能够向游客充分展示厚重文化、秀美山水、淳朴民风、发展活力和新时期的崭新风貌，使更多的人了解、关注景区。

(二) 文旅融合带来的机遇

随着全域旅游和大文化产业的显效，当前文化旅游已经成为新时期旅游业发展的重要力量。为此，文化和旅游融合后，无论是促进产业多元发展还是拉动文旅消费增量，都将会引发一场裂变。

一是文化体验将成为新热点。文化旅游发展的重点在于将抽象的文化符号、模糊的文化记忆、残缺的文化遗址等资源转化为游客可以直接感知或观看或体验的文化旅游产品。文旅融合为进一步加强文化旅游产品创新筑好基石：通过精确提炼文化旅游产品主题，丰富表现形式，使静态的文化活起来，把失去的文化找回来，让濒危的文化旺起来。如完善博物馆、展览馆、文化主题园等旅游服务功能，让游客能直观地触摸到文化的精髓；文化旅游体验线路进一步升级，定制文化体验线路在新形势下必将受到关注。

二是资本活化将成为新动能。近年来，文旅产业在资本、内容和端口方面均有较大突破。资本运作越来越受到重视，基金设立、新三板挂牌、兼并收购等屡有突破，不断为文旅产业注入动力。文化旅游产业已逐步演变为一个多方位、多层面、多维度的综合性大产业。与此同时，资本雄厚的大型文旅集团正在以创意创新推动文旅产业不断升级，成为引领文旅产业发展的风向标。

三是旅游IP将成为新竞争。近几年，伴随全域旅游的发展，各景区都开始尝试用IP塑造形象、打造品牌，当然也有很多景区是在其自身发展中自然而然生成了IP，但不能否认IP已经成为各景区角逐的最大加分项。随着文旅深层次的融合，如何培育文化旅游IP就是各景区的一个新课题，也是大家的新竞争点。下面就旅游IP说起，主要讨论文旅融合下的IP以及如何在文旅融合中培育IP。

二、旅游IP和文旅融合下的IP

旅游IP总的说来就是特色元素和符号，即具备好的形象和故事，但是形象和故事仅仅是IP的外衣，IP作为一种“拟人存在”，具有独特的气场才是IP的本质属性。相比传

统旅游，IP 旅游极大地丰富和完善了旅游产品的内涵与价值，而在运营模式上也不同于传统旅游依靠基础设施投资建设景区、营造景观以获取投资收益，而是通过文化资源的创意转化以获取文化附加值以及良好的综合和社会效益。

（一）旅游 IP 的价值

一是旅游 IP 能提升旅游产品的利润。旅游产品的利润空间可以无限大，从传统的“吃住行游购娱”六要素拓展到“商养学闲情奇”，都存在较大的利润点。旅游 IP 在此基础上还可以打开新的利润空间，它让一个景区的利润空间不断衍生，这也是目前大家角逐 IP 的最大诱惑点。

以西安的《长恨歌》为例，这台舞剧是 2006 年陕西旅游集团公司在华清宫里打造的，以白居易经典的叙事诗《长恨歌》为主线，用了 70 分钟 11 幕场景，再现了 1200 年以前发生在华清宫的爱情故事，每年 4 月 1 日到 10 月 31 日在华清宫定期上演。截止到 2017 年，《长恨歌》已经累计演出了 2731 场。十年来，《长恨歌》通过不断的打磨，持续的创新，十年磨出了一部戏，也可以说它十年提升了一个景区，很多网友评价：“不看《长恨歌》，就等于没去华清宫。”可见“长恨歌”已由华清宫的文化 IP 向其旅游 IP 转换，演出从 2007 年的 70 万元收入到 2017 年的 1.5 个亿，前三年的增幅都是在 100% 以上，后面几年的平均增长也在 35% 以上，累计收入达到 8.5 亿元。与此同时，以华清旅游为母品牌，华清宫景区、华清演艺、华清宫御汤、华清文创、华清管理等 5 个子品牌共同构建了品牌体系，其中的利润空间不言而喻。

二是旅游 IP 能赋予旅游产品独特的气质。70% 乃至更多的游客会明确自己每次出游的目的，景区和旅游产品的气质就是明确

出游目的后被搜索与选择的关键词。某些景区、景点或旅游产品的气质非常明显，比如说到丽江，立马联想到发呆、酒吧等，这其实就是它的内在气质。旅游 IP 在很大程度上就是赋予旅游产品、景区乃至地区一种气质。

日本熊本县的卡通形象“熊本熊”，它赋予了熊本县亲民、幽默的性格。在推出的前两年，即 2010 年至 2011 年为连许多日本民众都并不熟识的熊本县带来 12 亿美元的经济效益。其政府在熊本熊的营销活动中，也一改以往一贯严肃的政府形象，变得更幽默、更亲民，广告和宣传的效果让“熊本”这个 IP 成为全世界的网红。2018 年 3 月 20 日，日本熊本县发布的数据显示，2017 年该县吉祥物“熊本熊”的周边产品销售额达到 1408.742 亿日元，同比增加 10%。

三是旅游 IP 能延续旅游产品的生命力。举个家喻户晓的例子——迪士尼乐园。从一只米老鼠到目前这么多的卡通形象，从电视、电影到主题乐园，以及游戏、文创、衣物等海量的周边产品，伴随着迪士尼卡通形象的推出，它的周边系列产品也在不断完善，并且是踏准了每个时代的步伐，强大的旅游 IP 与良性循环延续了它旅游产品的生命力。每个小朋友都会有他记忆中的迪士尼。主题乐园、周边产品乃至其跨界合作的产品必定大受游客喜爱。再分享一个最近觉得特别热火而有趣的旅游 IP，那就是“故宫”。随着台北故宫文创的火爆，北京故宫也开始走上“IP 旅游”的振兴之路。近期宫廷剧的热播，使其旅游大热，尤其是剧中所提及的宫殿。虽然这与迪士尼的 IP 旅游之路恰恰相反，但我认为无论什么样的先后顺序，都表明旅游 IP 在不断延续旅游产品的生命力。

（二）旅游 IP 的特性

旅游 IP 的价值决定了旅游 IP 独特的价

值体系和文化气场。旅游 IP 最主要的特性是个性化，即所谓的自我。个性让它具有自身的气质，并延续着自身的生命力。目前谈 IP 的人很多，但不是所有的景区都拥有旅游 IP，古镇不是 IP，同里古镇才是一个 IP；民宿不是 IP，花间堂才是一个 IP。旅游 IP 赋予了旅游产品、旅游景点乃至地方一种和别人不一样的特性，也就是前面说到的气质，那产品或景区就具备自身的个性。这种个性小到细节，大到自带流量，让游客在心底认可或者说是默认这个 IP。

旅游 IP 的第二大特性即人性化。所谓人性化就是它本身具有的人文属性，也就是它内在所具有特性的“拟人”部分，简单说来就是打动人心部分，与你产生共鸣的部分。旅游 IP 很大程度上都是从旅游产品、景区乃至地方的文化内涵中提取最被人关心、最让人产生兴趣的核心作为其本质，再通过故事、形象等外部表象展现在世人面前，让大家去感受这份“人性”。所以在文旅融合的背景下，“人性化”的旅游 IP 更受旅游产品及景区营销管理者的追捧，因为如何挖掘文化、如何提炼核心、如何与游客的内心产生共鸣，都是值得重新思索的问题。

（三）文旅融合下的 IP

文旅融合对于讲究独特的价值体系和文化气场的 IP 而言是一种机遇。文化与旅游的融合，让旅游 IP 站立在产品或景区营销管理乃至自身构建或建设前期的重要位置，IP 在文旅融合的今天已远远大于一个品牌，它在较大程度上意味着产品或景区的定位、气质乃至最终的市场，因此文旅融合更让旅游产品或景区重视 IP 的培育，尤其是在这个从有形资源向无形资源转型发展的网络年代。

与此同时，文旅融合让旅游 IP 的内涵

必须更注重其本身的文化气场，也就是挖掘产品或景区的文化深度，而不是简单地生搬硬套；也让旅游 IP 与文化 IP 有了进一步的融合或转换，比如现在很多影视城的项目。

三、如何在文旅融合中培育 IP

IP 是知识资产，不是一般的知识，而且是可以资产化的知识。每一个 IP 都需要一个生成过程，这个过程第一是创意，第二是积累，第三是培育，第四是成长，第五是品牌，第六是扩张，这样才是形成 IP 的完整模式，旅游 IP 同样如此。我认为在文旅融合的背景下如何生成一个好的 IP，单有这六步还不够，下面结合同里古镇的实际经验分享一些想法与建议。

首先，培育 IP 必须结合自身发展与时代特征，找准定位。自身发展与时代特征其实就是旅游产品与景区发展的内外因，生成 IP 前必须综合外部环境和内在因素，准确地找到该产品与景区的发展定位。这个看似简单，却是 IP 生成需要反复推敲的前提条件。

以同里古镇为例，水乡、古镇是第一印象，但仅停留于此去寻找定位，或许就比较困难，也比较模糊。因为现在水乡古镇众多，还有许多新建的街区想走水乡古镇的路子，所以想要突破重围，标新立异的难度较大。同里古镇在上世纪 80 年代就通过发展旅游，跻身于六大江南水乡古镇之列，90 年代提出“醇正水乡，旧时江南”，到本世纪初改为“千年古镇，世界同里”，注重传统文化的保护与传承，对外形象是一个文化底蕴深厚、景社结合的景区产品。与周边的水乡古镇发展没有任何较大的区别，因为这就是整个景区形成的过程，也是属于那个年代的观光游最辉煌的阶段。

然而近些年水乡古镇的竞争已进入特色化、品牌化的竞争，80 后、90 后成了整个

旅游市场的消费主力，同里古镇自身的发展也到了空间饱和、业态升级的阶段，原来引以为傲的“传统”、“历史”、“生活”等概念感觉开始生锈。结合这样的外在环境和内在因素，2016年4月，同里古镇提出了“同里自然有故事”。虽然只是简单的七个字，却代表了一场“古镇的年轻化革命”。这就是同里的一个全新IP，它依旧讲传统、历史、生活等的故事，但它是对80、90后的人讲，它是用清新、时髦的语言讲。从VI的配色到节庆活动，从萌物的诞生到业态的引进，年轻、活力是同里古镇新的主基调。

其次，培育IP必须深挖自身文化内涵与外延，提炼核心。文旅融合的背景与IP的个性化和人性化特征要求生成IP必须深挖自身文化的内涵与外延，从中提取产品与景区最具代表性，最有个性的部分，也就是所谓的“自我”，让世人读到这个IP，就能联想到产品与景区的画面。

同里古镇拥有的文化内涵非常丰富，从水乡文化到乡野文化，从园林文化到美食文化等，外延就更不用说了，影视、围棋、建筑、湿地、农村等等。对于同里这么厚的一本书，我们选择了年轻化的姿态打开，以自然之名讲出五个章节的“故事”：园林有雅事、良辰有美事、乡野有趣事、舌尖有妙事、水乡有韵事。轻快的语气，平易近人的内容既符合年轻人的口味，又完成了沉重的历史使命，最主要是传播了同里古镇的文化内核。

再次，培育IP必须不断坚持积累自身的品质，创新思维。生成IP单有创意与核心还不够，它是一个长期培育过程，它需要很多内容的支撑，包括产品的构成、景区的建设、营销与节庆活动等等，其中除了坚持IP本身有的气质外，必须积累优秀的品质和良好的口碑，并且通过思维的创新，延展自身

的IP。

在同里古镇推出全新形象前，在景区内引进并打造年轻化的新业态：包括暮湾尚休闲街区、illy咖啡、猫的天空之城、园冶新解、艾灸养生馆以及喜善堂内的素斋馆等系列休闲茶吧、书吧等，都给游客来同里增添了“新”去处。尤其是在2015年开业的花间堂、隐庐北院等，给整个古镇的民宿行业带来了一阵小文艺、小清新之风，他们自身的营销模式在某种程度上推动了整个古镇民宿朝80、90后进军。为同里IP奠基的不仅只有业态，还有古镇的节庆活动，包括我们传统的中秋灯会改版为别出心裁的EMOJI灯会。同里自然有故事连载用互联网完成对同里文化的传播，同里美学生活节开启了同里文化旅游创意大赛等等。

其中，最值得一提的是同里古镇的卡通形象“鸡头米君”，可以说它是同里IP最大的代表。2016年，这个从水八仙鸡头米演变出来的同里萌物，由郭敬明最世团队设计，萌萌的、坏坏的、呆呆的这些形容词都是来同里见到鸡头米君的游客所爱吐槽的，它的拟人化让同里在文创、漫画、网络等领域都实现了零的突破，也更容易让游客接受同里全新的IP概念。

第四，培育IP必须开放包容地接受叠加变换，扩张市场。前面提到在文旅融合的背景下，IP转换比较频繁，或者说文旅IP已经密不可分。包括本文提到的同里IP，它其实就是文旅融合的产物。既然如此，两个IP的有效合作，必定能实现 $1+1>2$ 的效果。何谓有效？那就是文化互通，形式互补，市场扩张。流行领域这种叠加很多，麦当劳与优衣库的合作；旅游领域也有不少，拙政园与阿玛尼香水的合作，还有LV与Travel Destination的叠加等等，对这些跨界的认可

或许不能表现在经济层面，更多的是市场的扩张与社会效益。

同里古镇2015年在荔枝FM开设同里时光有声电台，刚开始只是宣传平台的创新，但是在2016年与荔枝FM举办播客大赛，并设立荔枝FM同里站，让众多荔枝FM的粉丝成为同里的粉丝，也让众多同里的粉丝对荔枝FM路转粉。去年同里与华为举办了“每一拍都是大片，同里自然有故事”摄影大赛，其中有同里华为日、摄影讲座、华为同里体验周等，实现了互利共赢的短时间互通流量模式。

最后，培育IP必须有长时间的沉淀和足够的耐心。所有IP的生成不是一朝一夕的事情，不是所有的IP一推向市场就能获取认

可，需要打磨和锤炼，其中最不能少的是时间，“品牌要不做亮，要不做久”，我更赞同后句，毕竟亮只是一时的，那它在人们心里的认可度肯定也是一时的。

不难发现，生成IP的过程和旅游产品与旅游景区的转型升级过程是重合的，在生成IP的过程中，完成了自身产品与景区的转型之路：这不仅是旅游发展思路的变革，也带动了商业形态的创新求变，更撬起旅游市场的提档升级。

（作者系苏州同里古镇保护委员会副主任）





对我省自驾游与房车旅游的几点建议

王初

长三角地区是我国综合实力最强的区域，也是我国旅游产业较发达的地区，拥有丰富的旅游休闲资源和良好的交通区位条件。随着长三角区域合作与一体化进程的加快，城际高铁、高速公路的贯通，地铁轻轨交通方式的发展，以及旅游服务方式的转型与升级，为我省自驾游与房车旅游的发展提供了更为广阔的空间。

从总体上来看，我国旅游市场的主力方向仍然是自驾车旅游。房车旅游尚处于发展的初级阶段，房车营地建设刚刚起步，房车旅游服务体系尚未建立，需要政府把握机遇、积极有为、乘势而上，推进江苏房车旅游发展，在政策引导、标准制定、服务管理、营地建设、市场环境等方面积极培育和大力推进。

一、加快出台发展房车旅游的相关政策、行业标准和管理制度。

(一) 政府要出台发展房车旅游相关政策。一是带薪休假制度有待出台。目前《国民休闲纲要》仅属于规划层面，真正要实现国民带薪休假，还需要出台具体的实施细则和办法，保障公民真正有闲有钱去休闲、度假、旅游。二是出台促进房车旅游的相关优惠政策。政府相关部门在土地、交通、税收、金融、保险等方面出台促进房车旅游的优惠条件，鼓励企业投资建设房车露营地。三是出台房车上牌、上路、收费、驾照定级等具体细则和规定。政府部门应对房车领取牌照、驾驶证、上高速以及有关房车使用等各个方面涉及的规章制度进行梳理，明确和细化房车车辆分类、上牌照程序、高速公路通行规定、路桥费收取标准、驾驶技术要求与驾照级别等管理规定。

(二) 加快构建房车产业标准和房车露

营行业标准体系。目前房车旅游政出多门，各唱各调，旅游、体育、交通都出台了部门标准，国家休闲标准化技术委员会也出台了行业标准，部分省也出台了地方标准，房车旅游尚没有形成统一的或权威认定的国家标准或行业标准。一方面，政府及相关行业协会应加强协调合作，组织力量，借鉴国外成熟的标准体系，建立一整套符合中国国情的房车旅游及露营地标准体系；另一方面，政府要加快出台房车产业标准，规范房车的设计、生产、配套与使用等，起到规范市场、引导生产、促进房车旅游发展的作用。

(三) 出台房车旅游行业管理制度。建立和完善独立的房车及露营地行业协会管理机制，通过良好的行业自律体系和专业服务体系，为房车旅游发展提供组织和技术保障。关键词是独立。通过成立各级自驾游协会、房车露营旅游联盟等行业组织，建立露营地行业管理制度，规范房车露营地经营管理。建立房车旅游行业管理和服务人员培训制度，提高房车旅游管理和服务的专业化水平。旅游主管部门要适应旅游产业发展和市场需求，把房车旅游纳入专业管理，院校设置房车旅游管理与服务专业，建立自驾游行业培训体系，为房车旅游产业良性发展提供各类人才。

二、鼓励企业投资房车经营公司，建立健全多级房车租赁体系

目前全球的房车旅游消费以租赁形式为主，即使是房车旅游产业发展上百年的西方国家，其供租赁的房车数量仍占很大的比例，约为70%左右。结合国内房车市场发展现状，当前要重点推动房车租赁业发展。一是与机场、重要公路、铁路交通枢纽相结合，建立多级房车租赁网点体系。在主要城市、主要旅游景区设立房车旅游服务中心和房车租赁服务点，提供租车、结算、代驾、信息、救援、维修、保险等基本租赁服务。二是出台房车租赁和异地还车行业规范，完善房车租赁和异地还车等服务内容。借鉴国际成熟的管理技术和经营模式，开展异地还车、电话和网络预约、电子货币结算等业务。鼓励应用卫星定位、导航等先进技术，提高房车租赁服

务水平。三是充分利用江苏高铁与航空发达的优势，鼓励房车租赁企业与机场、高铁站合作，联合开发如“飞机+租车服务”、“火车+租车服务”等专项服务，积极推进房车落地自驾游，拓宽业务领域范围，优化产品结构。

三、建立房车旅游公共服务体系

由政府主管部门支持建立房车旅游公共服务体系，包括交通、信息、金融保险、维修保养、安全救援等服务内容。一是加强交通干线和营地、冷僻景点间的交通连线建设，在高速公路及主要干道设立旅游交通引导标识系统。二是搭建房车旅游公共信息平台，为房车旅游爱好者提供房车租赁、营地信息、旅游线路、目的地旅游资讯、安全知识与技能、房车的保养与维修等全方位的信息。三是积极开发培育房车融资和保险理赔等金融产品，为房车旅游产业提供资金支持和相关金融保险服务。四是依托现有医疗卫生资源，建立反应迅速、覆盖全面的医疗救援体系。五是成立房车旅游呼叫中心，为房车旅游提供咨询、投诉、应急救援等服务。

四、加强房车旅游相关网络建设，建立房车旅游信息系统

首先，加强房车营地网络的建设，实现网络化经营管理。成立房车营地经营公司或房车旅游经营公司，把全省范围内房车营地构成一个互动网络，通过网络化连锁经营，使房车旅游者可在全省范围不同的地区使用营地，在任何营地都可以租用房车和异地还车，并提供相关的维修保养、应急救援等配套服务，使全省范围内房车运营互动便利、安全可靠。其次，建立房车旅游信息系统，实现房车旅游服务信息化。充分利用现代化通讯技术和互联网络手段，建立房车生产销售网络、房车租赁网络、房车营地网络、房车会员网络、房车旅游服务网络，打造江苏房车旅游电商服务平台，发挥线上服务优势，网上搞定房车旅游信息查询、服务预定、金融结算等服务，推进线上和线下房车旅游业务的有机结合。房车旅游服务的信息化、自助化和智能化，将极大提升旅游服务品质。

(作者单位：江苏省文化和旅游厅)



公共文化与文化旅游 产业融合的 十条建议

曾博伟

“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体”，文化与旅游紧密相连。促进公共文化与文化旅游产业融合发展，从发展路径上看，可以从博物馆、图书馆、文化馆等公共文化设施与文旅产业融合入手，再将其拓展到与文化相关的公共服务和文旅产业的融合，进而拓展到整个文化与旅游的融合发展，最终解决文化和旅游发展“两张皮”的问题。从服务对象看，过去公共文化设施的服务对象主要是所在地城乡居民，而旅游的关注点是外地的游客。但是从公共文化的供给来看，既不可能也没有必要将二者割裂开来。未来可以从口径更宽、涵盖更广的休闲旅游入手，立足于满足人民群众（包含居民和游客）的美好生活需要来提供更优质的公共文化服务。从工作思路上看，应该将产业和事业的关系协调起来。过去文化是事业强、产业弱；旅游则是产业强，事业弱。未来要取长补短，将二者各自的优势发挥出来，实现协同发展。

具体而言，以下十条建议可资参考：

一是强化博物馆的旅游公共服务功能。

雒树刚部长3月30日在全国博物馆馆长论坛上指出，“博物馆既是公共文化服务的重要阵地，又是旅游发展的重要载体”。

目前博物馆公共文化服务职能发挥不错，但旅游服务方面存在一定差距。一方面要继续落实2009年《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发〔2009〕41号）要求，在旅游旺季适当延长博物馆的开放时间和服务时间，并在此基础上将延长重点旅游区域博物馆开放和服务时间制度化；另一方面要通过典型示范等方式，指导各地博物馆提高旅游服务水平。2017年，受故宫博物院和北京旅游委委托，我们编撰了一本《故宫服务》，从二十个方面对故宫旅游公共服务的经验进行了系统总结，相关内容可以作为下一步出台提升博物馆旅游公共服务政策文件的参照。

二是逐步建立博物馆和重要文化旅游景点持证讲解制度。

博物馆和文化旅游景点是传播优秀文化的重要阵地，但目前一些导游在文化旅游景点胡乱讲解的问题也很突出。建议借鉴法国等国家文化讲解员持证上岗制度，全面提高文化旅游景点的讲解水平。2017年新修订的《北京市旅游条例》也明确规定，在“故宫、天坛、颐和园、八达岭长城、明十三陵、周口店北京人遗址等列入世界文化遗产名录的景区实行讲解员管理制度”。下一步可以在北京等地探索经验的基础上，在全国推行这一制度。

三是支持重点旅游区域建设特色博物馆。

博物馆在传播文化方面具有不可替代的作用，但是目前的博物馆基本集中在城区，这不利于充分发挥博物馆的功能。以国家地质公园为例，自然资源部门对地质公园最重要的支持方式就是建设一个地质资源博物馆。此外，一些特色博物馆的聚集区已经成为重要的旅游目的地，比如成都安仁古镇（抗战博物馆群）、韩国济州岛（泰迪熊博物馆等）、日本三鹰市（宫崎骏博物馆等）都是

旅游热点区域。建议出台政策支持重点文化类旅游景区、文化类旅游小镇和重点旅游城市建设特色博物馆，以进一步提高旅游的文化内涵。

四是将旅游公共服务设施纳入文化公共服务设施统筹考虑。

尽管旅游业发展很快，但旅游公共服务并没像文化公共服务一样，纳入国家公共服务体系，旅游公共服务投入较少且缺少稳定的资金来源。另外，像农家书屋等文化公共服务设施使用率低和乡村旅游公共服务设施不足的矛盾并存。建议在一些旅游热点区域，在文化公共服务设施建设运营中同时考虑旅游的需要；同时，有必要将旅游公共服务和文化公共服务一起，纳入整个公共服务体系，建立稳定的旅游公共服务投入机制。

五是推动文化元素全面注入旅游各个环节。

在旅游过程中对文化的体验，并不限于对具体某个文化景点的参观，更多的是在吃住行游购娱甚至如厕等各个环节的文化体验。近年来，文化主题酒店、文化主题餐饮越来越受到各个旅游目的地的重视。文化和旅游部门应该顺应这一趋势，鼓励和支持各地将地方特色文化融入旅游各环节之中。以旅游购物为例，精美的文创产品受到游客热烈追捧，故宫一年的文创产品销售就达到10亿。与此相对的是，在许多文化类景区，旅游纪念品简单模仿、粗制滥造的情况也很普遍。未来有必要打破垄断，通过在博物馆等文化旅游景区引入创意设计团队、联合开发经营等方式来改变这一状况。

六是对重点区域的文化旅游投资项目开展文化评估。

目前在一些文旅项目中，歪曲中国传统文化、盲目引进国外文化、误导游客的情况

时有发生，对此有必要采取措施加以规范和引导。在2018年国家发改委等五部门出台的《关于规范主题公园建设发展的指导意见》中就明确提出要实现主题公园多样化、特色化、差异化、内涵式发展，防止模仿抄袭、低水平重复建设，鼓励将中华元素融入到主题公园游乐项目中，积极弘扬社会主义核心价值观。未来文化和旅游部可以借鉴环境影响评价的做法，探索建立文化旅游投资项目文化评估制度。

七是积极制订和推广文化旅游标准。

过去旅游部门通过标准化的方式提高了自身行业管理的能力，同时也极大地促进了旅游相关企业和旅游目的地服务质量的提高。像旅游星级饭店评定标准、A级景区评定标准等，都在实际工作中发挥了很大的作用。相对于工业领域、服务领域的标准化建设明显滞后，下一步有必要加强和改进文化旅游标准化工作，通过标准化方式对文化旅游发展的相关领域进行管理、规范和引导。

八是加强文化和旅游在宣传营销方面的融合。

宣传营销是世界各国旅游部门的首要任务。文化和旅游部的成立，有助于更好整合文化和旅游部门过去的宣传资源，形成文化旅游营销的合力。未来有必要在优化文化旅游内部宣传资源的基础上，进一步整合大外宣资源，构建立体化、全方位的文化旅游宣传体系。同时，要系统梳理中国的文化资源，根据不同的国际旅游市场，有针对性地开展对外宣传促销，通过“旅游引进来”，实现“文化走出去”。

九是培育新型文化旅游目的地。

地方是落实文化旅游发展的主体，要将指导和推进地方文旅建设作为工作的重点。过去文化部门在文化公共服务体系示范区建

设，旅游部门在优秀旅游城市、全域旅游示范区创建等方面都积累了不少的经验。建议将两个部门的工作优势有效结合起来，可以考虑在现有的全域旅游导则中增加文化建设方面的内容；未来也可以通过有计划、有组织地创建文化旅游村、镇、县、城市等方式，引导各地文化旅游发展。

十是积极服务国家战略，提高文化旅游在国家战略中的位势。

过去文化和旅游都在国家战略中发挥了积极作用，下一步需要共同参与各项国家战略。比如，在乡村振兴中，可以将文化保护和旅游发展有机结合起来，让乡村真正成为“记得住乡愁”的地方；在脱贫攻坚中，可以实现旅游扶贫和文化扶贫联动，通过帮助贫困地区挖掘文化内涵，打造特色文化旅游产品来提高旅游吸引力和竞争力。

文化和旅游融合是一项系统工程。除了公共文化之外，在非物质文化遗产的旅游利用、旅游演艺、传统文化的活态保护、文化产业和旅游产业的互动与统计等方面，文旅融合都还有很大的工作空间。建议在文化和旅游部“三定方案”确定之后，启动文化旅游融合相关政策的系统研究，并在适当时机以国务院名义发布文化旅游融合发展意见。

（作者系北京联合大学旅游学院中国旅游经济与政策研究中心主任）

南京旅游职业学院建校40周年发展大会 暨高峰论坛在宁召开

10月29日，南京旅游职业学院建校40周年发展大会暨高峰论坛在宁召开，省文化和旅游厅党组书记杨志纯出席会议并致辞。

杨志纯在致辞中说，伴随着改革开放的铿锵步伐，江苏省旅游学校应运而生。40年来，南京旅游职业学院秉承“以微笑和知识服务社会”的校训，坚持精致化、特色化、国际化、人文化的办学理念，薪火相传、接续奋斗，围绕产业发展开设专业，围绕岗位要求传授技能，围绕企业需求培养人才，办学条件日益改善，办学规模不断扩大，办学质量持续提升，在人才培养、专业建设、产业服务、文化传承等方面取得了可喜成绩，为全省乃至全国培养了一批又一批优秀专门人才，为服务旅游行业发展、助力地方经济建设作出了重要贡献。

他指出，江苏省文化和旅游厅已正式组建，这对于统筹文化事业、文化产业和旅游业发展，增强和彰显文化自信，更好满足人民群众精神文化生活新期待，具有重要的历史意义和现实意义。我们将坚持宜融则融、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，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，使文旅产业成为经济高质量发展的重要支撑，成为人们高品质生活的重要载体。杨志纯说，用文化的理念发展旅游，用旅游的载体传播文化，让江苏成为令人向往的诗和远方，是我们推动文化旅游融合发展的理念所在、目标所在。希望南京旅游职业学院深入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，主动适应文化旅游融合发展的大趋势和人民对美好生活的新期待，坚持社会主义办学方向，坚持立德树人根本任务，坚持与时俱进、改革创新，坚持特色强校、质量立校、品牌兴校，在推动文化旅游融合发展中展现新的作为，努力把学院建设成为行业特色鲜明、国内一流、国际

知名的旅游高职院校。为此，他提出三点希望：一要培养更多文化旅游融合发展优秀人才。优秀人才的培养，离不开教学相长。教育大计，教师为本。我们都经历过学生时代，遇到一位好老师，是人生最大的欣慰。希望广大教师按照习近平总书记提出的“好老师”标准，涵育师德、严谨治学、勇于创新、心怀大爱，更好地担负起培养文化旅游融合发展专业人才的重任。今日之学生，明日之栋梁。无论是在场的同学们，还是不在场的同学们，都是推动文化旅游融合发展的生力军。希望同学们树立远大理想和崇高志向，珍惜时光、勤奋学习、苦练技能，勇做适应文化旅游融合发展的时代新人。二要创造更多文化旅游融合发展研究成果。南京旅游职业学院虽然是高职院校，但也肩负着为党委政府推动行业发展提供决策服务的重要职责。从某种程度上讲，这也是我们高职院校树立形象、提升地位的重要体现。希望南京旅游职业学院适应新时代新要求，围绕文化旅游融合发展，加强专业建设，深化应用研究，多出理论研究成果和实践创新成果，更好地服务经济高质量发展和文化旅游融合发展。三要搭建更多文化旅游融合发展合作平台。高职院校的最大优势所在，就是与地方经济发展密切关联，与行业产业发展紧密结合。希望南京旅游职业学院继续发挥好特色优势，主动适应行业产业发展新趋势和文化旅游融合发展新要求，搭建校企双向共育人才的平台。要深化产教融合内容，创新产教融合形式，多加强与行业企业需求对接，多培养“双师型”教师，多引进产业教授，努力实现教学与实践相衔接，培养更多复合型的应用人才。

会上，南京旅游职业学院党委书记王海平代表学校致辞并为捐赠代表颁发证书，南京旅游职业学院院长周春林主持会议。

（江苏省文化和旅游厅信息中心）

第八届中国日韩旅游部长会议在苏州召开

10月27日，第八届中国日韩旅游部长会议在苏州市召开。中国文化和旅游部部长雒树刚、韩国文化体育观光部长官都钟焕、日本国土交通大臣石井启一共同出席会议并发表主旨演讲。日韩驻华使节、中日韩三国合作秘书处代表、国内相关省市旅游部门负责人、中日韩旅游业界代表等300余人列席会议。

会议上，三国旅游部长围绕“旅游促进区域合作健康、稳定和可持续发展”主题，共同回顾、肯定了中日韩旅游交流与合作的发展历程与成果，展望了三国旅游合作发展的重点和总体方向，就三方共同关心的话题进行了深入探讨并形成共识。会后发表《第八届中国日韩旅游部长会议苏州宣

言》，明确了未来三国文化旅游合作的框架内容及目标方向。会议期间还举行了中韩、中日、韩日双边会谈，并配套举办了中日韩旅游业界研讨会、企业洽谈会等活动。

中日韩旅游部长会议创建于2006年，在三方的共同努力下，已在三国轮流主办七届，为加强和深化中日韩旅游交流与合作，促进三国民心相通发挥了积极作用。

江苏省委副书记、省长吴政隆，省委常委、苏州市委书记周乃翔，省政府副省长陈星莺，省文化和旅游厅党组书记杨志纯，苏州市委副书记、市长李亚平等出席相关活动。

（苏州市旅游局）

“大美运河”全国著名作家江苏采风活动在宁启动

10月23日，江苏省文化和旅游厅、扬子晚报联合推出的“大美运河”全国著名作家江苏采风活动在南京启动。中国作家协会副主席高洪波、中国作家协会副主席叶辛、江苏省政府副省长陈星莺、副秘书长王思源出席有关活动。江苏省文化和旅游厅党组副书记、副厅长陈芬，新华日报党委委员、扬子晚报总编辑王文坚等参加“大美运河”全国著名作家江苏采风活动启动仪式。

江苏省文化和旅游厅党组副书记、副厅长陈芬表示，从旅游角度看，江苏大运河途经的8市均为国家园林城市和中国优秀旅游城市，沿线有国家5A级景区16处，国家级旅游度假区4座，4A级景区、省级旅游度假区占全省的70%以上。江苏以坚持最完好、最精彩、最美丽为目标，依托

运河沿线遗产资源，集中打造最富文化内涵、最具地方特色、最有观赏价值、最受游客欢迎的文化旅游精品线路。陈芬副厅长期待通过文学大家的视角和笔墨，深挖江苏大运河文化遗产内涵，诉说江苏大运河的前世与今生，描绘江苏大运河的雄浑与秀美，传播江苏大运河的繁华与娴静。以经典的文学作品打造经典的文化标识，推广江苏经典的旅游品牌。

今年的名家采风行以“运河文化”为主题，作家们走进江苏八大运河城市，感受运河两岸的历史变迁，体会运河水域的文化内涵，为大运河文化带的建设注入新的文化活力，提供精神的滋养。这也是助力江苏大运河文化带建设的实践工作。

（省文化和旅游厅信息中心）

江苏省文化和旅游厅部署全省“一日游”市场专项整治工作

10月26日，根据厅党组书记杨志纯要求，省文化和旅游厅在南京召开会议，专题部署全省“一日游”市场专项整治工作。周旭巡视员出席会议并讲话。各设区市旅游局（委），昆山、泰兴、沭阳县（市）旅游局分管领导，执法支队和行业管理负责人参加了会议，省厅负责旅游质量管理工作的牵头人王洪舟主持了会议。

苏州市旅游局副局长李镔介绍了苏州市在中央电视台曝光苏州“一日游”问题后，所采取的措施和下一步工作计划。省厅负责旅游质量监督工作的牵头人杨俊才通报了全省第三季度旅游行政处罚情况。会议还讨论了《全省“一日游”市场秩序专项整治工作方案》。

周旭传达了厅党组书记杨志纯关于应对央视曝光苏州“一日游”问题的部署要求。

对苏州市旅游局的应对措施给予了肯定，并要求苏州市旅游局对涉事企业和人员，依法从重从快处理，消除负面影响，提升旅游城市形象。

周旭强调，全省旅游行业要认真落实厅党组书记杨志纯的要求，提高政治站位。在省市机构改革的重要时期，守土有责、守土尽责，机构改革与工作推进两手抓、两促进，高度重视本地“一日游”市场整治工作，根据省文化和旅游厅即将下发的专项整治方案，认真开展自查排查、组织人员集中整治，抓住不合理低价游、强迫购物、未经许可经营旅游业务等市场顽疾，集中力量开展专项整治，并积极探索长效机制，做到标本兼治，进一步规范旅游市场秩序，促进全省旅游业持续健康发展。

（省文化和旅游厅质量管理处）

《旅游饭店星级的划分与评定》国家标准（送审稿）在我省进行试打分

近年来，文化和旅游部针对饭店新时期发展的需要，组织专家对2010版标准进行调整和完善，于近期完成了《旅游饭店星级的划分与评定》（送审稿）。

为了检验新版星评标准的落地情况，全国旅游星级饭店评定委员会选定北京、上海、江苏、浙江、山东和云南六个省市按照《旅游饭店星级的划分与评定》（送审稿）开展试评，并委派中国旅游饭店业协会会长、苏州新城花园酒店总经理孙子元，金陵酒店管理有限公司副总裁李成勇两位国家级星评员在我省的江苏辰茂新世纪大酒店、江苏饭店、苏州胥城大厦、吴江宾馆进行四星级饭店的试打分。

江苏省文化和旅游厅巡视员周旭带领质量管理处的同志全程参与试评工作。他

指出，《旅游饭店星级的划分与评定》（送审稿），在有效传承了2010版标准基本框架和合理内容的基础上，针对新时代市场转型、技术进步和饭店发展等要求，调整了星评相关内容。全国旅游星级饭店评定委员会选定我省作为标准试评省份，是对江苏星级饭店品质的认可。江苏高星级饭店数量排在全国前列，服务质量得到游客的充分肯定，这是我省长期坚持星级标准不放松，以标准为抓手追求品质和住店客人满意度的结果。我们要通过此次2018星级饭店新标准在我省进行试评的机会，更好地引领和指导饭店业转型升级，扩大市场，提高人民群众对饭店业的满意度指数和获得感、幸福感。

（省文化和旅游厅质量管理处）

2018 中国（无锡）旅游产业博览交易会盛大开幕

由中国旅游协会旅游商品与装备分会、江苏省旅游协会主办，无锡市旅游局、无锡市旅游业协会、无锡正邦国际会展有限责任公司共同承办的 2018 中国（无锡）旅游产业博览交易会（以下简称无锡旅交会）于 10 月 11 日 -15 日在无锡太湖国际博览中心 A 馆举行。

10 月 11 日上午，在无锡太湖国际博览中心 A 馆的无锡馆举行了无锡旅交会的开幕仪式。江苏省旅游协会会长张卫国，无锡市副市长刘霞，无锡市政协副主席金元兴，中国旅游协会旅游商品和装备分会副会长陈斌，无锡市政府副秘书长严健媛，无锡市旅游局局长蒋蕴洁，无锡市旅游协会会长王洁平，无锡正邦国际会展有限责任公司董事长王陵萍参加了开幕仪式。

2018 无锡旅交会以“旅游，让生活

更美好”为主题，打造全民互动的旅游产业嘉年华，旨在激发大众旅游消费市场，展示旅游目的地形象，推进区域旅游合作，携手开创优质旅游新时代。以“全民互动”为关键词的旅游产业嘉年华，是 2018 无锡旅交会的品牌定位，为公众提供“五天之约，极致乐享”的最佳体验平台。本届旅交会，共计 11 个省市，30 多个城市，200 余家参展商参加，既是品牌秀、又是嘉年华、更是惠民场。超 1.5 万平米交易展区，设“4+2”模式，四大板块：“全域旅游目的地特展”、“文旅产业新品特展”、“乐购全国城市礼特展”、“户外装备特展”；两大展区：“无锡旅游有劲头”主题体验区、“跟着美食逛无锡的美食奇遇记”。

（无锡市旅游局）

2018 年世界运河城市论坛在扬州举行

10 月 12 日，2018 年世界运河城市论坛在扬州举行。本次论坛由世界运河历史文化城市合作组织（WCCO）与中国太平洋经济合作全国委员会（CNCPEC）主办，江苏省大运河文化带建设工作领导小组、扬州市委市政府、大运河遗产保护管理办公室、中国-东盟中心支持。诞生在扬州、展示江苏运河文化、服务于中国大运河申遗的世界运河城市论坛至今已走过 11 年历程，现已成为具有较大影响力的世界运河城市经济文化交流合作平台。

据介绍，本次论坛由一个主论坛和四个分论坛组成，主论坛以“世界运河城市文化保护、传承与利用”为主题，通过“嘉宾致辞主旨发言、国际经验城市案例、中国行动江苏实践、遗产保护全球合作”四

个环节，展示大运河统筹保护、传承和利用的“中国行动”，分享全球运河文化实践经验，交流全球运河城市发展案例，推动运河世界遗产保护工作。四个分论坛分别为世界运河城市博物馆馆长论坛、世界运河城市生态建设论坛、世界运河城市文化旅游合作论坛和世界运河城市运河立法保护论坛。这五个论坛构成了包括运河保护、利用、宣传、文旅、生态、立法等方面的完整系统。

据悉，与会嘉宾在扬州交流观点、分享经验、探讨合作、形成了 4 项“江苏共识”，并发表了“扬州倡议”。中国大运河博物馆落户扬州。

（扬州市旅游局）

常州—罗马尼亚阿拉德旅游推介会圆满举行

10 月 25 日，“常州—罗马尼亚阿拉德旅游推介会”在常州市行政中心星聚堂举行。罗马尼亚阿拉德省省长琼卡、阿拉德市市长法尔卡·乔戈、常州市人大常委会副主任陈建国、市旅游局局长丁一、副局长陆宏伟以及市外办副主任沈炼等嘉宾出席了推介会。

会上，丁一局长代表常州旅游局致辞，向罗马尼亚来宾表示欢迎并介绍了常州旅游发展情况，罗马尼亚阿拉德市市长和罗

马尼亚开拓旅游公司总经理爱德华先生也分别致辞并介绍了罗马尼亚旅游资源和旅游线路产品。

常州市 25 家具有出境旅游资质的旅行社代表参加了推介会，与罗马尼亚同行进行了具体的业务交流洽谈，江苏景尚国旅与罗马尼亚开拓旅游公司签订了合作意向协议书。

（常州市旅游局）

宿迁市旅游局举办饭店服务技能比赛

为锻炼队伍，提升行业服务水平，选拔优秀选手参加全省饭店服务技能比赛，10 月 16 日，宿迁市旅游局在星辰国际酒店举行 2018 年度饭店服务技能比赛。经过前期的县区选拔，共有 30 名优秀选手参加了中式铺床、中餐摆台、西餐摆台和调酒等 4 个项目的实操比赛。

为了保证大赛的客观公正，宿迁市旅游局邀请金陵酒店管理公司政策研究室主任顾洪金担任大赛主评委，南京旅游职业学院副教授，高级客房服务员，职业技能高级评委尹洪弟、南京旅游职业学院讲师，餐饮高级技师，高级考评员丁霞担任大赛

评委。经过紧张激烈的角逐，星辰国际酒店纪小红、洋河贵宾馆颜风琴、沐阳业事国际酒店孙秀莲获得中式铺床项目的前三名，洋河贵宾馆的朱晓玉、星辰国际酒店的林娜、泗洪虹洲宾馆的庄天天获得中餐摆台的前三名，星辰国际酒店的郭莉莉、宿迁大浪科技有限公司的李盘分别获得西餐摆台和调酒项目的第一名。

下一步，市旅游局将对每个项目的前三名组织饭店英语测试，综合实操和饭店英语得分，每个项目各选拔 1 名选手参加省饭店服务技能比赛。

（宿迁市旅游局）

苏州吴中区对央视报道涉事旅游购物店 开展联合执法检查

10月24日晚,央视新闻频道报道了“失信的苏州‘一日游’”,其中涉及吴中区“吴苑丝韵”购物店。10月25日上午9时,吴中区政府办召集区宣传部、旅游、公安、市场监管、物价、交运、税务和开发区社会事业局、综合执法局、越溪街道等相关部门举行会议。会上,组织观看了央视10月24日晚《东方时空》的相关报道;分析了报道中涉及吴中区的相关情况;研究了综合监管的对策措施。会议要求相关单位认真贯彻落实市政府相关会议精神,从严、从快、从重依法调查处理央视报道中涉及吴中旅游经营单位的违法违规现象,市场监管部门要对“吴苑丝韵”购物店涉嫌商业回扣的经营行为及商品涉假等进行调查,税务部门对“吴苑丝韵”购物店的纳税情况进行调查,旅游部门牵头组织为期一个

月旅游市场秩序专项整治活动,开展联合执法大检查,严肃查处旅行社、导游、旅游购物店等违法违规行为,进一步规范旅游市场秩序。

会后,由区旅游牵头,公安、市场监管、交运、税务、物价等部门和吴中经济开发区综合执法局,到吴苑丝韵购物店进行了现场检查。市场监管局对央视报道中“买一送一”的四件套进行抽查,对所销售的商品进行检测;物价局查看了明码标价情况;公安部门就强买强卖情况进行问询和调查;税务部门对纳税情况进行跟踪检查;旅游、交运等部门和吴中经济开发区综合执法局分别对照各自职责进行了检查。目前,吴苑丝韵购物店已停业自查整改。

(苏州市吴中区旅游局)

连云港迎来史上最大规模境外旅游团

10月14日下午,由连云港友好国际旅行社接待的韩国观光旅游团300余名游客乘坐云港和谐号来到连云港市,展开在连一天半的观光游览活动,感受连云港独具魅力的山海文化。这是今年以来连云港迎来的最大韩国观光旅游团,也是连云港迎来的史上最大规模境外观光旅游团。

10月15日,在连云港友好国际旅行社导游的引导下,300余名韩国游客有序进入海上云台山景区、连云老街和花果山景区观光游览,在欣赏连云港山海相拥的魅力景色的同时,体验连云港的徐福文化、

西游文化,韩国客人对连云港古老而又年轻的城市文化和特有美食赞不绝口。

近年来,连云港旅游部门不断加大旅游推介活动。今年7月,连云港市旅游局在韩国首尔、釜山举办了2场大型旅游推介会,与韩国最大旅行商、最大直营旅行商签署合作协议,并设立连云港旅游(韩国)推广中心,积极拓展入境游市场,提升连云港旅游国际知名度,进一步稳定和巩固韩国的客源市场。

(连云港市旅游局)

徐州荣膺“联合国人居奖”

10月1日,“联合国人居奖”在联合国人居署总部所在地肯尼亚首都内罗毕举行颁奖仪式,徐州市委书记、市人大常委会主任周铁根从肯尼亚总统肯雅塔和联合国副秘书长兼人居署主任谢里夫手中领取“联合国人居奖”,徐州也是获得本届“联合国人居奖”的唯一城市。

“联合国人居奖”是联合国人居署于1989年创立的全球人居领域的最高奖项,主要表彰为人类居住条件改善作出杰出贡献的政府、组织、个人和项目,一直受到各国政府的重视。今年的“联合国人居奖”,共有全球58个国家和地区官方推荐的城市或自行申报的项目参与评选。经过联合国人居署专家组评审和筛选,徐州以“近年来持续加强生态修复和固体废物处理,以及推进固废智慧管理和源头控制、网络收

集和转运、循环利用,改善民众生活环境方面做出的突出成就”,成为唯一一个获得“联合国人居奖”的城市。

徐州作为全国重要的煤炭基地和资源型城市,近年来高度重视人居环境改善工作,围绕“建设美丽徐州,打造生态宜居环境”的总体目标,加速推进人居环境创建工作,不断加大生态环境保护和修复力度。大力开展塌陷地修复,治理采石宕口,创造全国先例,形成独具特色的徐州模式。2017年初,徐州市以总分第一的综合奖成绩获取“中国人居环境奖”。今年8月,徐州市以国内第一名的评审成绩,被中华人民共和国住建部向联合国人居署推荐参评“联合国人居奖”,并一举荣膺奖项。

(徐州市旅游局)

盐城举行红色文物保护公益宣传活动

10月12日是新四军成立纪念日,“永恒的丰碑——2018盐城·红色文物保护公益宣传活动”在盐城市举行。全国人大财经委员会副主任委员刘源,北京新四军研究会名誉会长陈昊苏等出席,盐城市委书记、市人大常委会党组书记戴源,中国文物保护基金会理事长励小捷参加。

盐城是新四军重建军部所在地,新四军在这里进行了4700余次战斗,留下了抗大五分校、华中党校、鲁艺华中分院等248处革命遗迹遗址。近年来,盐城市委市政府高度重视红色文物的保护利用工作,先后对众多革命遗迹遗址进行修缮提升,

新建盐城新四军干部学院,新四军纪念馆等一批革命遗迹遗址和纪念场所已经成为全国重要的党性教育基地和爱国主义教育示范基地。

此次活动由北京新四军研究会和新四军纪念馆联合举办。当天上午,在新四军纪念馆举行了向先烈敬献花篮、《东方主战场》国内首场巡展、红色文物故事宣讲等活动。下午,举行了革命文物、口述史、老战士手印捐赠仪式,表彰了2018年度保护红色文物感动人物。

(盐城市旅游局)

潘安湖婚礼小镇项目



一、项目介绍

该项目位于徐州市贾汪区潘安湖风景区西侧中国民俗文化村—马庄村，总占地面积300亩，项目建设总投资为2.5亿元。该项目依托潘安湖湿地公园丰富的风景资源及景区优势，立足于马庄村深厚的民俗文化，挖掘乡村文化内涵，展现博大精深的地域文化。在潘安湖湿地公园的自然地形和原生态景观等资源的基础上，结合项目发展和客观的需要，构建独具特色的婚礼小镇，打造区域文化旅游标杆品牌。由徐州市潘东旅游发展有限公司开发建设。项目建设周期三年（2017~2019年），已开工建设。

二、项目现状

徐州作为最新公布的国家信息消费试点城市，为潘安湖婚礼小镇项目的运作提供了

较好的政策基础和发展空间。经过反复论证、研讨和考察，公司决定全面开发婚礼文化旅游项目，修建集大型中西婚宴服务综合区、婚礼博物馆或爱情邮局、高科技含量婚庆用品研发基地、微电影情景体验等融为一体的高标准综合性的婚礼小镇。先后荣获省十佳婚庆品牌、省30强团餐品牌、省宴会品牌。

东宴会厅总面积5000平方米，可接纳500人同时就餐。既有“江南水乡”的韵味，也有“丝绸之路”的风情，12星座包间田园装修，彰显自然、回归。

西宴会厅共有三个分会厅，室内挑高12.8米，总面积5200平方米，可同时容纳2000人就餐。长12米、宽6米的舞台配置了灯光、音响设备及超规模LED大屏，宏伟而震撼。三个分会厅独立运营、各具特色：地中海主题清爽的蓝色基调、哈佛印象主题

高贵典雅的西式风格，普罗旺斯主题温馨浪漫的爱情色彩，令人心动；宴遇潘安是小镇设在潘安湖景区内的美味鱼村，是赏景聚会的理想之地，别具匠心的装修风格，温馨典雅的就餐环境可同时接待500人；户外烧烤区位于郁郁葱葱的槐林之中，特色内蒙古烤全羊、烤羊腿，露天烧烤，让您在大自然的清新中享受美味，1500平方米的园林草坪，是迎春踏青、消夏避暑、金秋赏月、冬觅清幽以及举办中西式草坪婚礼的上佳之选。

主题酒店共有120间客房，每一个房间都有独特的主题和动人的故事，也为婚拍取景提供了鲜明的素材。另有200多个车位的大型停车场，为宾客出行提供了更多的便利。不同风格的会议室，能满足各种会议所需，多媒体灯光设施，服务人员随时提供热情周

到的服务。一号会议室3000平方米，容容量3000人；二号会议室380平方米，容容量260人；三号会议室的田园风格更加适宜小型会议和商务洽谈。

三、经济效益

潘安湖婚礼小镇建成后，试运营期间，已接待大小婚宴约100场，参加婚宴人员约5000人，婚纱摄影取景约1000次。另外，“我要上春晚”复选赛、徐州各大公司年会活动在此举行，现已接待人数50000人，经济收益约500万元。2018年，预计年营业收入1个亿，年接待海内外游客人次100万以上，平均每年上缴税收约500万元，项目完成后，将为社会提供200多个就业岗位。



泰州观光休闲两日游

推荐理由：泰州古称“海阳”，西汉初设县，当时地处海边高地，故称“海陵县”。东晋设海陵郡。因地形像凤凰，自古被冠为凤城，南唐时始为州治，名“泰州”，沿用至今。泰州汇聚江海之风，兼容吴楚越之韵，有“水陆要津，咽喉据郡”之称，是一座集文化、养生、医药为一体的休闲城市，非常值得驻足留恋，品味其不一样的慢生活。

泰州文化底蕴深厚，历代诗词描写泰州或与泰州有关的不胜枚举。千百年来，泰州风调雨顺，安定祥和，被誉为祥瑞福地、祥泰之州。马可·波罗盛赞“这城不大，但各种尘世的幸福极多”。溱湖湿地、凤城河、千垛菜花、水上森林、天德湖公园、古银杏森林等自然生态景观，风光绮丽，名闻四海；中国溱潼会船节、梅兰芳京剧艺术节、郑板桥艺术节等民俗节庆活动大放异彩，吸引着众多游客。各种人文古迹、自然生态景观、红色旅游景区以及民俗节庆活动等使泰州旅游方兴未艾。

主要景点：稻河景区、周氏(吴氏)古宅、梅园、老街、凤城河景区、溱湖风景区、古寿寺、泰兴银杏养生旅游风情小镇。

一、推荐路线

第一天游览内容

上午浏览稻河景区；
下午参观周氏(吴氏)古宅、梅园、老街；
晚上游览凤城河景区；

第二天游览内容

上午游览溱湖风景区、览古寿圣寺；
下午游览泰兴银杏养生旅游风情小镇

二、行程亮点

1、稻河景区

稻河景区是泰州最重要的历史文化片区，也是泰州率先保护复兴的历史文化片区。形成于元末明初，距今已有600多年的历史，为泰州最大的泰式民居建筑群。涵西和五巷分居东西，稻河和草河贯穿南北，江水和淮水相会其间。空间布局井然有序，泰式民居别具风情，历史积淀深厚，文物古迹众多，但房屋年久失修，生活设施匮乏，人居环境亟待改善。2009年，泰州市委市政府立足长远发展，着眼改善民生，作出对区域进行全面保护复兴的重大战略决策。2012年，被列为江苏省文化创意产业重大项目，项目规划范围16.8公顷。



这是泰州中心城市建设和文化名城建设的重点工程，也是实现城建新提升、建设人民满意幸福城市的重要载体。

稻河景区文昌水秀、古今交融。这里

曾经依附旧城，管控北关，盐粮转运，舟楫相连，街河并行，桨声桥影，布局形态独特，街巷肌理鲜见，俗谓“进了五条巷，如吃迷魂汤”。景区内旅美华人杰出代表曹俊的作品展示馆；有创办于清宣统元年的五巷小学；有从汉唐经两宋直至明清前后两千多年延续不断的古水井群；有上海世博会中国馆总设计师何镜堂先生设计的国家三星级绿色建筑泰州科学发展观展示馆。

2、周氏(吴氏)古宅



位于稻河古街区东南角，是一座经历了150多年风雨的古民居一周氏(吴氏)古宅。民间更喜欢称它为“九十九间半”，因为它占地3000平方米，建筑面积2000多平方米，是当时苏中苏北地区大名鼎鼎的第一豪宅，如今则为泰州现存古民居之首。该建筑始建于清代，由晚清商人周文涛建造，后由于周的家道中落，被时任两广盐监使吴希彭所购买成为宅子的第二代主人，吴希彭遍访江南豪宅，亲自规划设计，且用料上乘。院内小桥流水，砖雕精美，具有中国古代传统建筑风格，除去在旧城改造中已被拆除的建筑群，仅剩周氏(吴氏)住宅能够完整代表泰州传统民居特色，可以称得上是清代泰州第一豪宅。周氏(吴

氏)住宅大门北侧原沿街部分，为佣人房、灶房、草房、水井、小厢房及便门等，向西依次有4条轴线。第一条轴线从南往北为账房、东花厅、照厅、小堂屋；第二条轴线为前厅、大厅、中厅、大堂屋；第三条轴线为西花厅、客房、西厢屋；最西边第四条轴线是花园、假山、葡萄架、蝴蝶厅、小花厅等。整座建筑群由14个天井组成各自完整的十多个院落。建筑规模宏大，建筑材料优良，青砖黛瓦，精工细作，木雕、石雕、砖雕美轮美奂。

3、梅园

梅园坐落在泰州市区东郊、有着美丽传说的凤凰墩上。凤凰墩，三面环水，丛林相拥，完全体现中国园林建设的特点，院内种植多棵梅树。

进得梅园，沿着石径小路，可先参观梅兰芳史料陈列馆，里面陈列着大师大量生前活动照片和实物。馆前为半圆状广场，门厅前檐下悬挂前国家主席李先念题写的馆名匾额。馆内多处建筑为市区明清建筑迁移至此。



梅园于2007年进行了新的改造。改建后的展区分为梅开中华、梅香四海、梅骨铮铮、梅德如玉、梅根泰州5大展区。5大展区浓缩并提炼了梅兰芳属于中国、属于世界、属于泰州的光辉人生，反映了他

高尚的人格和爱国主义情怀以及他与泰州血脉相连的渊源。

4、泰州老街

在凤城河畔桃园景区外，一个麻石铺就的明清小巷，穿梭在深深的四合院落，长度大约 600 米，是一条青砖黛瓦的仿古建筑带，距今已有 300 年的历史。现在的泰州老街并非真正意义上的老街，包括与此毗邻的桃园的地块，原都是东郊鲍坝村的一片农田和村民住宅地。随着东城河风



景区的规划和开发，泰州老街才于 2007 年正式动工兴建，历经两年时间形成了现在的规模。是一处在农村土地上拔地而起的仿古旅游景点。

5、凤城河景区

凤城河风景区位于泰州城区中心，国家 4A 级旅游风景区，四面环水，因水成趣，将江南水乡的特色展现得淋漓尽致。凤城河畔，“江淮第一楼”望海楼与其特有的戏曲等文化艺术更显城市的文化底蕴。景



区以望海楼为中心，四面辐射，与桃园、老街交相呼应。是现存的为数不多的较完整的千年古城河。凤城河畔，望海楼、桃园景区内 30 多个景点汇集了泰州历史、戏曲、民俗、商贾四大特色文化。

6、溱湖国家湿地公园

溱湖国家湿地公园地处江苏中部、江淮之间，景区规划总面积 26 平方公里，自然资源优越，生物类型多样，有国家一类保护动物丹顶鹤、麋鹿，国家二类保护动物白天鹅、白枕鹤、白鹇等等。为国家 5A 级旅游景区，风景区湖泊、河流等面积占到总面积的 37% 左右，其中溱湖规模较大。溱湖又名喜鹊湖，因“昔多喜鹊飞集”而得名。溱湖东西长 1.4 公里，南北长 1.5 公里，形似玉佩，面积约 3500 亩左右，登高而望，四面八方通达湖区的主要河流有九条，自然形成“九龙朝阙”的奇异景观。



风景区内湿地类型多样，包括沼泽、湖泊、河流、人工湿地等生境，其中沼泽湿地以苔草及禾本科植物为主的沼生植物群落组成。湿地内生物多样性丰富，生态系统完整性相对较高，为多种动物提供了良好的生境，特别是为鸟类的栖息、觅食、繁衍提供了理想场所。

7、古寿圣寺

古寿圣寺始建于宋朝，距今有七百多



年的历史，时为泰州佛教界“十四大丛林之一”。寺院坐落千年古镇溱潼，时为溱潼九大寺院之首，历史悠久，文化底蕴深厚。寺院之藏经楼又名水云楼，临湖而居，凭栏极目，水天一色，波光粼粼，水鸟嬉戏。其时文人墨客云集，吟诗诵词，人文气息一派浓厚。文革期间，寺庙不幸被毁，后又恢复重建。



8. 泰兴银杏养生旅游风情小镇

泰兴市宣堡镇号称“中国银杏第一镇”。银杏风情小镇现有定植银杏 13800 多株，其中千年古银杏 3 株，200 年以上的银杏树 1600 多株，百年以上的银杏树 3800 多株，是全国乃至世界罕见的古银杏群落。古银杏枝繁叶茂的巨大树冠和矮干形成了泰兴银杏的独特姿态，片片大树或围于村庄，或分布于沟边、路旁，浑然天成，映衬成趣，犹如华盖云集，四季景色各有千秋。林水相依、林路相依、林村相依的城镇森林网络空间格局，呈现出“雾在林间绕、村在树中显、绿在水边生、人在花中行”的生态景观。



澳大利亚国家公园的建设与运营

高舜礼

国家公园在全球范围已比较成熟，但在我国还是一个新生儿。新挂牌的国家公园局将统管原来分散在林业、农业、国土、城建、水利、海洋等各部门的自然保护地，有利于解决交叉重叠、多头管理的问题，它将坚持自然生态系统保护的原真性、完整性，以实现国家所有、全民共享、世代传承为目标，逐步过渡到国家公园内全民所有自然资源资产所有权由中央政府直接行使。

目前，三江源、神农架、武夷山等首批10个国家公园已经挂牌，海南建设热带雨林和海洋国家公园的步伐正在加快。到2020年，国家将整合设立一批国家公园，基本完成建立国家公园体制试点。

那么，从世界各国国家公园的建设实践看，与中国风景名胜区、自然保护区、森林公园、地质公园等开发利用相比，有哪一些是值得借鉴的呢？

今年7月，我考察了澳大利亚西海岸的几处国家公园，如南邦国家公园的尖峰石阵，卡巴利国家公园的“自然之桥”、“自然之窗”，鲨鱼湾国家海洋公园的贝壳海滩、哈林浦等，感觉有这几方面比较突出：

其一，品位独特。国家公园的设立地，都是具有代表性的国家级自然资源。有的国家公园拥有绝佳的风光名胜，如尖峰石阵是一望无垠的淡黄色石林，像中国的兵马俑方阵，威严屹立在广阔的荒漠中，每当夕阳西下时，成为辉映海滨落日的绝美风光；大西洋岸的“自然之桥”，则是亿万年海浪侵蚀掏空的危崖“仙桥”，那儿惊涛拍石、漩涡激荡、声响如雷；那在丹岩红崖上历经沧桑风化雕凿的“自然之窗”，让人望而生发出自然造化、鬼斧神工之叹；鲨鱼湾则是众多海洋动物的栖息地和观赏地，站在海岸就可观赏游弋海洋的海牛、海豚等；那深达十多米厚、一眼望不到头的贝壳海岸，从恐龙灭绝时代就一直在生长的 Hamelin pool 海中礁

石，则具有极高的科研价值。

其二，不收门票。即免费参观。有的国家公园对进出车辆只收取停车费，每车13澳元，有的公园则不收费。至于国家公园是否享受国家财政补贴，这就不清楚了。这种免费不仅是对澳国民众的，对全世界的入境旅游者也是如此。因此，公共资源的“全民共享”，它们是在全球公民之间都做到了，实现了一种“世界大同”。

其三，极少开发。这些国家公园强调资源主体的原真性保护，尽量减少人为的开发痕迹，仅是“勉强”做到了可进入。景区内道路普遍较窄，以就地取材的土石路、沙石路为主，很少见到水泥路、沥青路。

例如，尖峰石阵的景区内，汽车行走的是一条习惯碾压出的路面，没有异样的硬化痕迹。架设的桥梁以金属材质为主，没有永久性的石质或水泥桥梁，也没有钢筋水泥的立柱，只是为了解决通行不了的障碍。

景区内的步行道，一部分是“人走多了”形成的，一部分是就地取材的沙土石路，台阶则是就地取石或以少量木材搭建，但在涉及主体风景部分，即使地形很陡，也不去铺设台阶，以免影响主体的原真性。

例如，在 Pot Alley，有一座土石裸露的丹岩丘岭，游人习惯攀上去观赏海岸惊涛以及大型海洋动物，但攀登上去没有任何的台阶，也没有任何栏杆或扶手，一切都是岩石裸露的自然状态；在那著名的“自然之窗”景观区，四周都是悬崖和陡坡，只有几个警示和指引的铁桩，没有设置任何台阶或栏干。

其四，精简设施。这些国家公园里除了厕所、饮水和说明牌以外，其他设施都一律精简，能不设就不设，包括垃圾桶。

大多数的国家公园都有标识清晰的厕所，不论大小厕所都有免费卫生纸供应；厕所建设强调实用性，不追求豪华和档次，正面墙体都是密闭的，背面墙体则散风透气，

以窗、栅栏、程派的小木棍遮挡，并配有靠自然风力带动的排气扇。多数厕所都有供残疾人使用的厕位，便坑是直排的方式，有一桶清洗马桶的水，有洗手池和供水。这些厕所虽未做到无味无蝇和水冲，但在缺水的荒漠地带已属不易，更重要的是从实际出发。

只有在 Hamelin Pool 一个汽车营地，有一告示牌说管理部门不提供厕所服务，请你自便。这个营地的四周没有任何居民，长满了漫无边际的灌木和乔木，将这样的地方开放为露天厕所，对草和树来说是“掉馅饼”般的幸事，但难免空气中会弥漫一股淡淡的农家肥味道。

一些公园的停车场有饮水设备，供游客免费饮用，有的公园还提示饮水的重要性。

这里的停车场也强调实用性，没有那种碾压平坦的大片场地，而是以沿路的环型停车带为主，路边设置或木或铁的倒车杆，一片停车场大约可停数十乃至上百辆车。

供游客休憩的遮阳棚和座位，有时也可以看到，但数量不多，以环保与节俭为主。木栈道是很少铺设的，只在极为险要的必经地段，或是海边的栈桥上，如去观赏 Hamelin Pool 海中仍在生长的礁石，就有一段延伸至海的五六百米长的木栈道，在其核心的“三角形”观赏区，木栈道只在一侧设有围栏，不知是否是为了节省建材。

在这些国家公园里，看不到很多“中国式的”景观与服务，例如，赫然而立的景区大门；建筑宽敞的游客中心；翻崖越沟的长长索道；景区自营的通勤车和电瓶车；成排的商亭、商铺、摊位；有的公园还看不到垃圾箱，游客需要把产生的垃圾自觉带走。

由于在国家公园里见不到管理人员，所谓的“服务”都是静态和自助的，想买一瓶水或一包食品都不可能。或许正是这个原因，游客也可以在此过夜，可以住房车、搭帐篷、观星星。

其五，标识细致。国家公园的标识系统是完备的，有各种各样的牌子，大小、颜色、形状都不一样。

指示性的牌子，指示行进方向、景观、厕所、急救等，在 Eagle bluff 就有指示牌子说，哪个方向可以看到海洋动物，距离大致是多

少米远。

警示性的牌子，提示要注意大风吹、烈日晒、蚊虫叮，在 Z Bend 大列谷，有一些警示牌就画了蝎子，提示游客谨防被蜇伤；在贝壳海岸，一些牌子提示游客勿带走任何贝壳。

还有一些牌子是说明性的，讲述这个地方历史、资源特征、科研价值等，带有很强的解释说明和科普特征，如贝壳海滩的说明牌，就讲了这里的历史变迁和形成根源；去 Hamelin Pool 观赏仍在生长的礁石，也有很多图文并茂的解说牌，讲这儿海底变迁、礁石种类、生长原因、科研价值等。

澳大利亚国家公园的上述特色，显然是不能照搬到中国来的。如果没有管理人员、没有景区收费、没有垃圾箱，那么我们很多的国家公园、5A 级景区都将很快满目疮痍、惨不忍睹，并造成万劫不复的生态灾难。

但是不论是世界遗产地的保护，还是国家公园的建设，全球范围应有一定之规，应有共性法则，这就是我们应该学习借鉴别国经验的主要原因。

从澳大利亚国家公园的建设上，还有三点值得我们思考：

第一，轻开发、重保护。我们必须在对待资源保护与大流量游客参观方面，解决一个谁先谁后的问题，解决不以破坏行为为破坏的问题。

第二，减少开发、降低收费。这既是一个大的方向，也是破除这两者密切关联的关键，只有设法把收费降下来，让公共资源全民共享，才能把开发的动力真正减下来。

第三，减少各类达标性创建、加强软件服务。这是各类景区转型发展的重点，例如，能否把大门口、游客中心、游步道、索道、缆车、景区车辆的投入减下来，把游客所必需的说明、警示、指引系统健全起来，把游客消费引入自觉自愿的轨道上。

期望我国的国家公园建设能够走出一条既遵循国际通行规则、而又符合中国国情的发展道路，并逐步将积重难返的景区开发模式拖拽出泥潭。如能做到此，乃中国资源保护之幸、子孙后代传承之福！

（作者系中国社科院旅游研究中心特约研究员）

乡村精准扶贫：关于闲置农居改造的六大运作模式

崔宴芳

根据城市化进程的资料估计，全国每年约有 1200 多万农村人口要转移到城镇地区。按照目前我国农村居民人均用地 153 平方米计算，每年将有约 18 亿平米的农村宅基地可能闲置不用。面对如此大规模的闲置资源，如何有效盘活用活这些土地资源，成为进军乡村的企业、资本等多元主体面临的一个难题。

1、扶贫基金会和企业公益支持模式

以南峪村为例，其争取到了由中国扶贫基金会和三星集团联合启动的“美丽乡村——三星分享村庄”项目，获得 1000 万元人民币的资金支持，用于村庄规划、建筑设计、旧民居改造和旅游开发。目前运营的民宿有 8 幢。

村民合作社组建：将全部村民纳入其中。按照普通村民每人一股，贫困人口每人两股的规定，每位村民年可分红 500~1000 元，贫困户每人可得 1000~2000 元。

民宿委托管理：与专业公司签订了托管协议，每幢民宿年保底收入 10 万元。

村民就业管理：村里流转户家里有 30~45 岁人口可经过礼仪、烹饪、卫生等规范培训后择优上岗，贫困户可以特殊照顾到 55 岁。每幢民宿配备 1 名管家。基本工资是 1950 元，每月零投诉奖励 100 元，每接待一拨儿游客还有绩效工资 50 元。

利润分配机制：除各项运营成本外，50% 用于给全体村民分红；30% 用于合作社发展基金；10% 用于乡村公共事业或帮扶弱

势群体；最后的 10% 作为公益传导基金，捐赠给扶贫基金会，用于帮扶其他乡村。

2、政府公建配套 + 企业示范引领 + 社会资本招商引入合作开发模式

以遵义余庆坊为例进行说明。

企业示范改造：由村集体统一收回闲置资产，自主选择四户作为示范户，按照宿、食、业的精品标准进行打造，从户型类型选择上尽可能的一户纯手工木屋、一户全混砖结构、一户独立院落、一户两层楼阁的不同特色。可以返聘村民作为员工，同时村民可以获得房屋租金以及分红。

社会资本招商引入：与其它企业联合选择愿意参与的四户院落进行再改造，并建设苗族木楼特色民族建筑。

政府公建配套：基础道路配套、市政道路连接线建设、梯田观光木栈道环线建设、旅居农家污水处理配套的硬件设施与小型湿地完成。

3、企业 + 合作社 + 农户的开发运营模式

以北京延庆区左邻右舍乡村民宿为例，其紧邻龙湾国际露营公园。

村民合作社组建：农户以闲置房屋或出资入股合作社。通过房屋入股的农户，不论房屋大小和地段，获得同等收益；出资入股的农户则根据年底收益和出资多少，按股份获取分红。

企业与合作社权责划分：企业与合作社签订 15 年合作协议，主要负责规划设计方案编制和后期运营管理。合作社负责安装设

计方案对农户的闲置房屋进行改造。

利润分配机制：企业与合作社之间按照 30% 和 70% 的比例进行分红，合作社以整体收入的 70% 作为基数与农民进行再次分红，前 3 年合作社占 70%、农户占 30%，第 4 至第 5 年合作社占 60%，农户占 40%，第 6 年至第 15 年合作社占 50%、农户占 50%。

4、品牌连锁合作开发模式

以首旅寒舍品牌为例。首旅集团（占股 51%）、山里寒舍公司（占股 49%）合作成立北京首旅寒舍酒店管理有限公司。提供全权委托管理合作方式（包括前期技术咨询服务、开业筹备支持服务、开业后运营管理和特许经营合作方式）。

首旅寒舍品牌开发的要点：距离中心城区车程 2 小时以内；有文化和历史内涵的古老村落、美丽乡村重点打造村落；村落独立且 70%~80% 院落空置，不低于 30 套院落；配套设施完善；自然风光优美、生态环境好；景区周边、国家公园、湿地附近。

按照首旅寒舍的标准商业模式，以 30 个院落为测算单位，包括 30 个院落的装修改造，预计投资在 1000 万元左右，不包括经营区域以外的道路、水电等投资，5 年内收回成本。

5、民宿集群战略开发模式

起源于莫干山的 5 大民宿品牌：茑舍、大乐之野、过云山居、Kanra 紫一川、千里走单骑，以“5+N”的基本形态进入特色村落，进入消费需求日益多元的文旅市场——以期用集群化的能量密度，带动区域旅游市场。

“5”指的是已经达成战略共识的 5 个核心成员，核心成员之间的关系是联接且连续的，共同制定关于项目区域开发、销售联动、集群发展的联盟公约，也共同评估新进入品牌并为其搭建资源、资金渠道。

“N”指的是目前正持开放态度欲吸纳的更多合作成员，既可以是民宿品牌，也可以是文旅产业整个链条上的配套业态（如餐饮、娱乐、文创、养生、农业、亲子和户外、运动等）。这些成员的组合有更强的灵活性，可以跟随民宿集群的总体战略而产生相对长期的合作关系，也可以针对某个项目的性质和需求实时进入。

6、村级农家乐 + 农户开发模式

以篱笆园·篱笆驿站为例。江苏宜兴市有个很有名气的“篱笆园”，已拥有风格各异的民宿 38 户，采用“微商”的销售模式，统一在网上经营、统一定价，具体风格由游客在网络上提前选择。与农户的合作方式采取“裸租、合伙、代管”等多种形式，使存量资产得到有效开发利用，促进了村民资产性收入的增长。以篱笆园为代表的篱笆驿站，户均收入超过 30 万元。

“裸租”，即引进人才租用农户的闲置房屋，由经营者投资装修装饰与经营管理，向房屋产权所有人支付租金，产权所有人不干涉、不参与经营管理，篱笆园农庄提供客源信息及帮助提供管理指导与服务，不收取任何费用。

“合伙”，即由房屋产权所有人提供房源，由篱笆园农庄负责经营管理，所得收入按 7 : 3 比例分成，其中“7”归产权所有人，并采取保底分红的方式，以保护农户利益，保底收益为 3 万元 / 年，使农户更有激情、更加支持休闲农业与乡村旅游发展。

“代管”，即由农户产权所有人自主经营，篱笆园农庄提供信息服务，经营者向村农家乐协会定期支付会费用于环境卫生建设与管理。

第一江山春好处

葛水平

在先秦中原文化的东部有一片土地，那就是被清代乾隆盛赞为“第一江山春好处”的江苏宿迁。

宿迁是一幅中国的山水画，皴法也有了，渲染也有了，墨色也有了，山也有了，水也有了，树也有了，花也有了，人也有了。

宿迁风韵经过历史文化的萃取，已演变成一帘令人难以描摹的梦幻，以至于远来的客还是久住的人，错把宿迁当故乡了。

宿迁的时光停滞在骆马湖上，比之于西湖之瘦，秦淮之小，骆马湖惹人怜爱的景致既矜持又极富挑逗，典型莫过于湖上的景观，水天之间相依相傍，尽可远观而放纵视野，又可细赏别具风姿，既连成片，又恰到好处地转折。倘若是在无落霞的黄昏，都会带给你难以抗拒的美艳，只因为她的湖岸上诞生过一位“王”，那个“王”裹拥着你的情绪无处发泄，最好的方式就是开一只快艇划入湖心，让随之而来的白月亮，或是偶尔婉转高拔的鸟语来淡化对历史的伤感。

骆马湖岸上有几株茁壮旺盛的琼花。“洁白全无一点瑕，玉皇敕赐上皇家。”花开八朵，共拥一蕊的琼花，其实姿色并不怎么出众，但与骆马湖的景物倒十分的相配。历史关于琼花，传说纷纭，因其洁白，象征了清纯、操守；因其丰满，代表了盛世繁华；因其一个“宁为玉碎，不为瓦全”的“琼”字，又暗含了忠贞、亮节；这又让我想到了“王”的女人“虞姬”。以一腔清高孤标不流俗于那姹紫嫣红，宁肯自赏芬芳，过尽千帆，也要陪伴一位真正的“王”死去，我霎时觉得宿迁让我忘记了世界。

当我在项王故里看见那棵老树和马槽时，心中咯噔了一下，秦末楚汉争雄的盛况在项王故里上演，它让我穿过一片时空，那个时空如此近切，却已是历史。

二千年前，垓下残晓的晨光透过帷幔的帐篷，项王手把泛着琥珀流光的酒盏，抚摸着那秋波流溢的女人，脉脉含情地说：在这清明如镜的秋天，我们回不去故乡了。这个在蛮荒世界得宠的叫做“虞姬”的女人，燥裂的大黑眼睛急促地翼翼扇动着，双膝如木跪在这个坦白和固执交织将被命运杀戮的男人面前，平静得半带幸福地想：从前我以为一切都远着呢，现在似乎并不很远了。蜡烛的光亮有点惨白。这个时候，女人看到她自负的“王”没有一丝霸气，他的面容因为苍白而显得十分英俊。这个时候，楚国小调影幢幢地在背景下流溢开来。女人紧凑明倩之眉眼里分明就有了一种横了心的锋凌。项王转过身徒然吁出一丝无奈的叹息。此刻，面对喧嚣纷扰的世界，他无措地浮躁。王的女人感受着这个男人困锁的悲伤。

“刘邦尽得楚地了。”他听到了破出幽幽山谷的风送来的“楚歌”，逝者如斯，来者如斯。人生如雨后的晴天，朗朗地纤尘不染，透明着宁静极远的蓝。

秋的清涼和那些熟了的果实在秋风不息中传来谷粒灌浆，果实爆壳或酥甜的信息，人生的秋天就这样与项王擦肩而过了，他失落的不是风的凋零，而是自己不经意地被遗弃，青山翠岭迤迤无头无尾，生路迢迢，还在秋天界碑外千里之遥，四时代谢倏成千古，

今生行猎，如今，项王要做被猎的了。

晨光远天的亮色里，女人周身泛着微火煮粥样的鼻息。心在伤痛，她看见项王倔强的嘴唇转成了白色，涩凉的笑容带着玻璃刺目的光芒。

“王”也是会流泪的动物。

谁又能知项王灵魂深层的伤痛呢？江东父老在他罗愁绮恨的身后是山阔水长的背景，他走得很辽阔，天限制了他的力量，幽风冷雨之晨，他听着骆马湖汨汨水流的声音，想着风眼里的水该是满涨着从砖砌的喉咙里翻卷而来的楚水了。塔石，那个忧伤的村落，楚水冲出山谷村前村后萦绕流转，炊烟渐杳，苍茫落日，情爱于马背上成就姻缘，飞鸟栖宿在天空中如一幅万古长青的图画里，爱成为一种局限，成为不能超越的宿命，好时光，都该在项王故里的梧桐巷安然呀！

项王曾力能举鼎，一生士气旺盛，在一条通往“王”的路径中，他赤裸着心披荆斩棘，寻找着“王的权杖”。与另一个“王”刘邦相比，他不过是一匹英勇好战的马，而刘邦才是挥鞭的御者。

我在菊花盛开的“项王故里”看到了那年冬天的王。屯军新丰鸿门。他是应该进戏的，“亚父”再三示意他进入高潮，他却叹息着，他在绕弯子吗？不是的。眼前的一切使他激动，他不知道这种激动标志着极度狂喜后的不能逾越。一个“王”忘记了自身存在的时刻，那个时刻既“无情”，更应该“无义”王犯下了天大的过错。周围呼吸出的热气冉冉上升，然后停滞在寒冷的空气中，他闻到了寂无声息的血腥。生命的感觉有时候就差那么一点点，幸福的“王”就要锦袍加身，不再是“穿不住衣服的沐猴”，就要回归故里了。当樊哙带兵闯入军门，当面指斥他，诛杀有功之人是：“亡秦之续”，他顿觉失了“王”之霸气，他明白他是有血有肉的“人”。这样的结果，导致了那个挥鞭的御者，在欲望满足的时候，回头给了他一个惊心而灿烂的微笑。

项王的女人看到她的“王”双手交叉抱着头，像是要用那粗壮的手遮挡来自骆马湖凉冽的寒风。

十面埋伏，低矮的乱丛棵子里发出沙沙的声音，那是接近目标的声音啊。

成者王侯，败者寇。生命有时候真是可以作为失败者最后一道防线的武器，当一个人的精神走尽边缘时，是可以用生命去做一个扶梯的，扶梯之上精神与道德如履坦途。一个“王”的生命就要在阳光再一次降临人间时，像风中的尘一样自由飞去，飞往万物的覆盖之下。这是必然到来的对自己命运的承担，项王将在这绝无依靠的世界中承担自己使命所为之承受的痛苦。

“他没有尺寸之地，乘势起事于田野之中，三年之间，竟能成为五国诸侯之统帅而灭秦！其势位虽未能终久，而千古之后，是不会有此人物了。”

他一生都生活在激情中，他矜矜自许成功自大，惟自信一己智能，而不师法古人，他自号霸王，威服诸侯，他虏走刘邦父母，于霸上，大叫烹杀，最后因刘邦无赖一句“分我一杯羹”叫他心痛喷血。项王的真诚在于不遮挡他的欲望，当他拼完一切资本后，生命将成为一次性武器。

旷野上的风真大，寒冷而无依。没办法，有些东西是避不开的，比如现在。它来自记忆，或所谓的“未来”的死亡，人人都在避着它，避着它是时间有限和空间的无痕，是简洁，

是锋利，是再生！

让生命在最后发挥到极至吧，爱、忠贞，这是一个英雄最后的力量。人固然需要饱满的生命激情作动力，也同样需要一种博大的宁静作底气。项王的女人，安静、朴素、从容、慈爱。她手舞双剑，手舞从心底弥漫开来的幸福，以及藏匿在平静之中的疼痛，那剑在天地灵光之中飞舞。“王的乌骓马”是她的伴舞，它发出冽天嘶鸣，“王”听到了从时间深处传来的喧响，他感到永恒在以强有力的节奏在自己周身律动，犹如潮汐和季节所受的制约一样——搏击。

这些都与项王心中一种隐秘的痛不谋而合。不愧是江南的好女子呀，她明白，舍身，比齐心协力的爱更真实，更能给她的“王”最后的托举。

我在宿迁“项王故里”触摸那亘古不变的一种精神年轮，大多旷世英雄都具备了足力的才华，项王没有，因为他少了无赖。历史上把“无赖”当作“足智多谋”，一个在婚姻中到死都没有修成正果的女人，在四面楚歌里舞蹈的女人，和着泪把英雄末路的项王抬成了旷世枭雄。天下爱情有多少？历朝历代寥寥的几例，虞姬行动着项王的事业，她让死亡也变得无上光荣。

死亡，什么样的生命到最后也不过是一腔热血，虞姬死得好啊，四面楚歌中，她与乌骓马一起蹄音如鼓。

千百年来，我们喜欢项王，是因为项王粗鲁却是讲义的，刘邦谦和，却是不讲义的。历史上讲义的都失败了，不讲义的都胜利了。虞姬那样的女子，不说多余的话，是崖也跟着跳，着实叫人欢喜。

宿迁拿骆马湖和项王故里做旅游，是叫天下人去一个慕名已久的地方看一场情景剧，有意想不到激动。把记忆中的历史呼唤出来，让“王”的爱情和大自然朝夕相处，走出“项王故里”走出“宿迁”，回过头再看，令我几乎要惊呼了：真是“第一江山春好处”！

【作者简介】葛水平，山西省长治市文联党组书记、副主席。代表作散文集《心灵的行走》，中篇小说《甩鞭》、《地气》、《天殇》、《狗狗狗》、《喊山》等。荣获第四届鲁迅文学奖。

运河的桨声 —— 码头镇随想

红 孩

京杭大运河是因南北通航南粮北运而得名的（这有点像今天的南水北调）。在全长一千七百多公里的流水中，其拍打的浪花要惊醒沿途三十五个城市。此时，2014年12月11日下午五时，当我站在夕阳中的枚乘故里，望着眼前平静的运河，我不由得思绪万千，许多古今之事浮现在我的眼前。

我是喝运河水长大的。我的家乡在北京的东郊双桥农场，这里一九五四年前曾归属通县，也就是现在的通州区。我考证过，我们所说的双桥，在通州北运河到北京东便门之间的通惠河上，其中靠东端有座桥曰八里桥，靠西端有座桥叫花园桥，在这两桥之间的两岸地区统称为双桥。众所周知，通惠河是连通京城与运河的重要河流，乃明朝水利专家郭守敬所建造。从通州的运河北关码头，到京城东便门，这一通惠河水陆要经过五闸二坝。我所居住的双桥中间就有杨闸、花园闸和高碑店三个闸。传说过去的运粮漕船在经过五闸二坝时都要留下一定的粮食给驻守的官员，否则别想顺利通过。

运河沿线城市我是到过一些的。譬如沧州、德州、济宁、台儿庄、无锡、苏州、杭州等。从2009年起，我所兼职的中国散文学会与淮安市淮阴区共同开展漂母杯全球母爱散文征文活动，便每年都要去淮阴颁奖。淮安是江南运河漕运的中心，其淮阴区码头镇更是古代漕运咽喉，治水重地。码头镇境内水网纵横，京杭大运河、淮沭新河、张福河、古黄河四河相汇，构成一片水乡泽国。洪泽湖大堤亦是起于码头镇，境内有惠济、通济、福兴三闸遗址，为码头烙上深深地运河文化记忆。

首届“漂母杯”散文大赛颁奖仪式就在码头镇的漂母祠前的广场上举行。当时，漂母祠景区还没有完全落成，偌大的漂母墓像小山一样，显得很突兀，也很肃穆。或许是已经多年没有来过这么多人，十里八村的乡亲从四下里云集漂母祠前，看着我们一双双陌生的面孔，他们似乎在问，你们这些人到漂母祠来干什么？

说实话，在来淮阴之前，我只知道一饭千金（也称一诺千金）的典故，但并不知道韩信的恩人漂母——那个在淮阴城下终年浣纱为生的老妇人就是淮阴人。当地的朋友告诉我，相传在秦汉时期，韩信少小家境贫寒，常遭他人欺辱，偶尔到城下钓鱼，以改善生活。某日，韩信又来钓鱼，饥饿难捱，险些昏倒在河里。这时，恰逢老妇人到河边浣纱，见状，她急忙把自己带来的粥让给韩信吃。韩信吃饱后，看着慈祥的老妇人，联想到一直以来的被人欺辱，暗自发誓，将来自己一旦混出个人样，一定要加倍报答这个像母亲般的老妇人。多年后，跟随刘邦打下江山的韩信被封为楚王，率领大军驻扎在合肥。想到自己当年的承诺，他于是派人带着千两黄金去淮阴寻找老妇人。可惜，此时的老妇人早已仙逝了。韩信闻听非常悲伤，遂命令十万将士，每人带一包黄土，赶赴淮阴，将黄土堆撒在漂母坟上。从此，人们开始记住了漂母。

立足传统，开展母爱主题教育，这也许在很多的党政官员的业绩中算不得什么大事，可淮阴区却坚持了下来，而且已经被越来越多的大众所接受。如今，在淮阴区城区还修建了母爱主题雕塑公园，看着那一尊尊根据母爱故事雕塑成的形态各异的雕像，你能不为之赞叹吗？

韩信是属于码头镇的，也是属于淮阴、淮安的，更是属于中国的。据说，国外有机构把世界上的军事家做了排行榜，韩信高居榜首。虽然我们尚不知他们的评比标准，但韩信在世界军事史上的地位是谁也动摇不了的。比这个排行榜更为人们津津乐道的是根据韩信的故事而形成的象棋以及京剧名段《萧何月下追韩信》。至于韩信的“胯下之辱”，更是人们卧薪尝胆、励志图强的典范。

码头镇的历史从秦朝开始历经两千三百多年，名人雅士众多。同样是在汉代，继韩信之

后，还曾出现了汉赋的代表人物枚乘、枚皋父子。特别是枚乘的名作《七发》，首开汉赋之先河，同时开创了赋体文学中的“七体”。2010年夏季，我曾到四川的蓬安采风，那里是另一位汉赋大家司马相如的故里。对于汉赋，我没有具体的研究，但对于前人所创造的任何文体，我都是佩服之致的。记得在1995年，我在北京南郊的北普陀影视城游览，无意中碰到河南新乡的作家张心豪先生。晚上在席间，他急性高声朗诵了他的几首赋文，我听后感为之震，发出多么讲究的词句的感慨！几天后，我专门采访了张先生，写出了《众里难寻一赋人》的专访。文章在《北京日报》发表后，引起了极大的反响，很多的古典文学爱好者、企业家、文化机构纷纷通过报社和我寻找张先生，有一家文化公司还为此专门为张先生成立了新赋文学研究院，每个月为张先生开三千元工资。张先生逢人便说，我是他的伯乐。最近几年，赋体文学盛行，很多城市、景区都不遗余力的请文人们写赋。我深知，当今用白话写赋是很困难的，更对那些文白不分之赋感到尴尬，我真想请枚乘、司马相如先生出世，能在中央电视台百家讲坛来个说赋讲座，说不定听众之多比易中天、于丹还要火呢！

码头镇之所以以码头命名，想必与漕运有关。近些年，随着大运河申遗成功前后，许多以运河文化为着力点的机构、项目纷纷诞生。我所供职的中国文化报社也顺应这个潮流，成立了大运河文化研究院和大运河文化专刊，由我负责。平心而论，我虽出生在通惠河畔，又在通州居住八年，可要是真的说起运河来，还真的道不出个所以然。要说研究运河，写运河，有两个通州籍的作家不能回避，一个是刘绍棠先生，另一个是王梓夫先生。刘绍棠先生是神童，少年成名，蜚声海内外，一辈子写运河，被誉为大运河之子。王梓夫先生是绍棠先生的晚辈，在通州出生工作，后来调到北京人民艺术剧院担任编剧。人虽然到了京城，但心却一直在通州。他早些年写作以乡土为主，后来在其他题材有多有尝试。退休之后，他把所有的精力都放在写大运河上。我们相交二十年，彼此很了解，我总觉得他要继刘绍棠之后成为写运河的标志性作家，一定得有大部头作品。还好，我这种期待并没有等待太长时间，大约在2003年，王梓夫突然之间推出了六十余万字的长篇历史小说《漕运码头》，好评如潮，很快就获得了第二届曹雪芹长篇小说奖，并改成了同名电视连续剧。王梓夫在接受采访时说，他为写这部书准备了将近二十年，他几乎走遍了大运河沿线所有的城市。我问他到过淮安吗？王梓夫说，他多次到过淮安，写运河漕运史，淮安是无法逾越的。聊起码头古镇、河下古镇以及运河漕运博物馆，他说的头头是道。他还说，《漕运码头》只是他运河三部曲的第一部。

2014年11月28日，我带领一批作家到通州采风，专门到漕运码头公园进行了参观。站在运河的源头，凝望着燃灯佛塔，我的脑海不禁把我所去过的运河城市连接起来。刹那间，我的心潮起伏起来，美丽的大运河，千余年来，你该承载华夏子孙多少的艰难与困苦、富庶与繁荣啊！

我这次到码头镇，很想写一篇散文。尽管来之前，从省里到区里、镇里很多的朋友都希望我能为码头镇写点什么，可我始终不敢动笔。因为，通过几年我与淮安市、淮阴区以及码头镇人的联系与交往，我早已把这片土地看成是我的家乡。不是有那句话吗？近乡情怯，越是熟悉的越是充满感情的反而不好下笔。这天下午的三个小时，我又重新来到我多次到过的漂母祠、韩信故里、枚乘故里、御码头，不仅如此，我还参观了蝴蝶兰生产基地、金针菇生产基地，尤其令人不敢相信的是，我还看到了台湾农民创业园。请允许我在这里必须再次提到“漂母杯”散文大赛，经过我们多方的努力，这个母爱主题已经叫响祖国大陆，甚至走进我国台湾以及德国。我不知道这个台湾农民创业园的建成是否与漂母杯有关，不过我深信一点，海峡两岸的人民一定有一个共同的母亲，她的名字就叫中国！我还深信，运河的桨声将继续承载着历史的辉煌，伴着中华民族伟大复兴的春潮，定会奏出世界的交响。

【作者简介】红孩，现供职于国家文化和旅游部中国文化报社，中国作家协会会员。代表作散文诗集《太阳真好》、长篇报告文学《月儿弯弯照九州》和散文集《阅读真实的年代》。

水龙吟·登建康赏心亭

宋·辛弃疾

楚天千里清秋，水随天去秋无际。
遥岑远目，献愁供恨，玉簪螺髻。
落日楼头，断鸿声里，江南游子。
把吴钩看了，栏杆拍遍，无人会，登临意。
休说鲈鱼堪脍，尽西风，季鹰归未？
求田问舍，怕应羞见，刘郎才气。
可惜流年，忧愁风雨，树犹如此！
倩何人唤取，红巾翠袖，搵英雄泪！

【游目骋怀】

这是一首借景抒咏期盼祖国统一，报效国家，却难酬壮志的爱国词篇。全词通过写景和联想抒写了作者恢复中原国土，统一祖国的抱负和愿望无法实现的失意的感慨，深刻揭示了英雄志士有志难酬、报国无门、抑郁悲愤的苦闷心情，极大地表现了词人诚挚无私的爱国情怀。是千古传诵的名篇。

“楚天千里清秋，水随天去秋无际”，是写作者在赏心亭上所见的景色。“楚天”泛指长江中下游一带，这里战国时曾属楚国。“水随天去”的“水”，指浩荡奔流的长江。“千里清秋”和“秋无际”，写出了江南秋季的特点与大江向天边流去的气势和壮观景色。

“遥岑远目，献愁供恨，玉簪螺髻”。是描写远山有的像美人头上插戴的玉簪，有的很像美人头上螺旋形的发髻；景色虽然很美，但只能引起词人的忧愁和愤恨。这是移情及物的手法。词篇因此而生动。北望江淮前线和中原旧疆，收复无日。南望山河虽好，无奈仅存半壁；朝廷主和，志士不得其位，无法效力。借言远山“献愁共恨”抒写内心抱负，感情由平淡而渐趋强烈和升华。

“落日楼头”六句意思说，夕阳快要西沉，孤雁的声声哀鸣不时传到赏心亭上，更加引起了作者对远在北京故乡的思念。他看着腰间空自佩戴的宝刀，悲愤地拍打着亭子上的栏杆，可是又有谁能领会他这时的“登临意”呢？作者用“落日”二字，比喻南宋国势衰颓。失群的“断鸿”孤雁，比喻自己作为“江南游子”飘零的身世和孤寂的心境。

“把吴钩看了，栏杆拍遍，无人会、登临意”。也是直抒胸臆，词人心潮澎湃，淋漓尽致地抒发自己报国无路、壮志难酬的悲愤。第一个动作是“把吴钩看了”。“吴钩”，本应在战场上杀敌，但现在却闲置身旁，这将作者虽有沙场立功的雄心壮志，却无英雄用武之地的苦闷烘托出来了。第二个动作“栏杆拍遍”。把胸中有说不出来抑郁苦闷之气，借拍打栏杆进行发泄。这又将作者雄心壮志无处施展的急切悲愤的情态宛然显现在读者面前。“无人会、登临意”，慨叹自己空有恢复中原的抱负，而南宋统治集团中没有人是他的知音。

上片写景抒情，下片直言言志。下片十一句，分四层意思：“休说鲈鱼堪脍，尽西风、季鹰归未？”这里引用了一个典故。这三句既写了有家难归的乡思，又抒发了对金人、对南宋朝廷的激愤。“求田问舍，怕应羞见，刘郎才气”，是第二层意思。求田问舍就是买地置屋。这里泛指有大志向的人。

“可惜流年，忧愁风雨，树犹如此”，是第三层意思。流年，即时光流逝；风雨指国家在风雨飘摇之中，“树犹如此”也是一个典故。这三句词的意思是说，我心中确实想念故乡，但我不贪图安逸。我所忧惧的，只是国事飘摇，时光流逝，北伐无期，恢复中原的夙愿不能实现。年岁渐增，恐再闲置便无力为国效命疆场了。这三句，是全首词的核心。至此，作者的思想感情发展到了高潮。

“倩何人，唤取红巾翠袖，搵英雄泪”是第四层意思。在宋代，一般游宴娱乐场所，都有歌妓在旁唱歌劝酒。这三句是写作者自觉抱负不能实现，世无知己，得不到同情与慰藉。这与上片“无人会、登临意”义近而相呼应。



湿地花季

摄影：张波