

政策联动破局 浙江文旅供销双向赋能,激活乡村振兴新动能

◎记者 刘青 供图 浙江省文化广电和旅游厅

记者从浙江省文化广电和旅游厅获悉,近日,该厅与浙江省供销合作社联合社联合印发《关于充分发挥文旅、供销优势共同服务乡村全面振兴的通知》(以下简称《通知》)。此举旨在深入贯彻落实习近平总书记关于文化和旅游工作、供销合作社工作的重要指示批示精神,充分挖掘文旅与供销系统的特色优势,通过资源共享、优势互

补实现深度合作,为全面推进乡村振兴、高质量发展建设共同富裕示范区注入新活力。

《通知》全面结合两大系统的职能定位,聚焦活动联办、场景打造、营销推介、品牌培育四大重点,力求以实打实的举措推动融合发展,让乡村资源“活”起来、乡村经济“火”起来。

节庆+赛事双轮驱动,打造“文旅+供销”标志性活动IP



▲“浙BA·运河潮”市集

《通知》明确,要以节庆节点与热点赛事为纽带,整合文旅与供销资源,打造具有广泛影响力的活动品牌。每逢元旦春节、国庆中秋、中国农民丰收节等重要时段,各级文广旅与供销部门将联合策划系列活动——文旅系统牵头组织文旅消费季,推出景区优惠、民俗展演等内容;供销系统同步开展“庆丰收、促消费”金秋消费季,集中展销粮油、果蔬、手作等农特产品,让群众在节庆氛围中感受“文旅之乐”与“供销之惠”。

更值得关注的是,《通知》提出借力

浙江城市篮球联赛(“浙BA”)的流量效应,探索“观赛+逛集+消费+助农”的创新组合模式。此前试水的“浙BA·运河潮”市集便是典型案例:在篮球赛事场馆周边设置展销区,供销社组织农户带来新鲜蔬果、特色干货,文旅部门则邀请非遗传承人现场展示竹编、剪纸等技艺,观赛观众可一边为球队呐喊,一边选购农特产、体验非遗,实现“赛事引流、消费助农、文化传扬”的多重效果。

《通知》强调,未来将继续深化此类模式,打造一批辨识度高、记忆点强的“文旅+供销”标志性成果。

盘活“沉睡”资产,构建多业态乡村旅游新空间



▲宁海县诗路竹韵馆

“用好闲置资源,就能为乡村旅游开辟新赛道。”《通知》中,“盘活供销社‘沉睡’资产”成为打造乡村旅游场景的核心思路。各级供销社需全面摸排辖区内的闲置房产、腾退仓库、老旧网点等资源,联合文广旅部门进行活化改造——在宁波宁海县,当地供销社已将一处废弃的老厂房改造为“诗路竹韵馆”,馆内以“竹文化”为主题,陈列纸鸢、空竹、竹马等传统民俗物品,还设置竹艺体验区,游客可亲手制作竹编小物件,如今这里已成为宁海乡村旅游的

“网红打卡地”。

除了闲置房产,供销社的市场、商超也将变身“文旅载体”。《通知》要求,在文广旅部门的统一指导下,供销社旗下的线下场所将嵌入非遗展示、文创销售、文化主题餐饮等业态——例如在绍兴某供销社商超,专门开辟“越文化专区”,展示黄酒制作技艺、销售黄酒文创产品,还推出“黄酒宴”简餐,让市民与游客在购物时就能沉浸式感受地方文化。

此外,双方还将整合优质资源设计乡村精品旅游线路:以供销社的农产品基地为起点,串联周边的乡村民宿、乡村博物馆、红色景点,打造“采摘体验+民宿住宿+文化研学”的一站式旅程。同时,符合条件的供销社网点将叠加旅游咨询、行李寄存、游客集散等服务,实现“一点多能”,进一步提升乡村旅游的便利性与舒适度。

人才+平台双向发力,助推农文旅产品“跨界出圈”

“让好产品走出乡村,需要‘宣推官’与‘推荐官’的携手。”《通知》提出,要强化“文旅宣推官”与供销社“土特产推荐官”的协同联动,通过“资源互补、流量互导”打开农文旅产品的销路。具体而言,“文旅宣推官”通过短视频、直播、游记等形式,推介乡村的自然风光、历史文化与旅游线路;“土特产推荐官”则同步走进直播间、参与线下活动,讲解农特产品的种植故事、品质优势,例如在一场“浙西乡村游”专场直播中,文旅宣推官带观众“云游”梯田美景,土特产推荐官则现场煮制高山茶、介绍茶产业,直播当天便带动茶叶销量突破500斤。

平台资源的整合更是关键。《通知》明确,将充分利用文广旅系统的“百县千碗”“浙韵千宿”“浙派好礼”等平台,为供销系统的产品搭建“出山通道”:“百县千碗”平台将农家小吃、特色菜肴引入景区餐厅、城市商圈,让游客“吃遍浙江乡村味”;“浙韵千宿”平台推动民宿与供销社合作,在民宿内设置“农特产货架”,游客入住时可直接购买当地的笋干、菌菇等产品;“浙派好礼”则将供销社的区域公用品牌伴手礼纳入推荐清单,提升产品的知名度与认可度。同时,供销系统的“供富大篷车”所收购的农产品,还将进入企业食堂、学校餐厅,实现“从田间到餐桌”的直达供应。

政策赋能品牌升级,激活供销社文旅资源价值

“品牌是乡村文旅的‘金字招牌’,需要政策与资源的合力培育。”《通知》强调,各级文广旅部门将针对供销社的优势领域,加强政策引导与培育指导,支持其申报文旅品牌项目。例如,供销社旗下的乡村民宿可申报“浙韵千宿”星级民宿,特色街区可创建3A级旅游景区,农产品基地可打造“休闲农业与乡村旅游示范点”——在湖州,当地文广旅部门便指导供销社将一处茶园改造为“茶旅融合示范基地”,不仅配套了采茶体验、茶叶制作课程,还申报成为市级乡村旅游点,年接待游客量突破10万人次。

与此同时,文广旅部门还将助力供销社的文旅资源提质增效与活化利用。对于供销社的乡村博物馆,将指导其优化展陈设计、丰富互动体验,让“老物件”讲好“新故事”;对于工业遗产,如老旧的供销社仓库、加工厂,将支持其



▲绍兴市越茶博物馆

改造为文创园、艺术空间,保留历史风貌的同时注入现代文旅元素;对于非遗资源,将推动供销社与非遗传承人合作,开发非遗主题旅游产品,例如将竹编、刺绣等技艺融入纪念品设计,让非遗“可看、可玩、可带”。在绍兴,文广旅部门与供销社联合打造的“越茶博物馆”便是典范——馆内不仅展示了绍兴茶叶的发展历史,还设置了茶艺表演、茶叶品鉴区,成为传播“越茶文化”的重要窗口,也带动了当地茶产业的升级发展。

三项保障机制护航,确保合作落地见实效

为让“文旅+供销”的融合发展真正落地见效,《通知》明确了三项工作要求,构建起完善的保障机制。

其一,加强沟通协调。各级文广旅与供销部门需提高政治站位,将合作服务乡村振兴纳入重点工作,建立常态化沟通协调机制,定期研究确定重点合作事项,及时向上级部门反馈对接情况。在联办重大活动、推进重点项目时,需强化协同配合,明确责任分工,避免“各自为战”,确保各项举措有序推进。

其二,鼓励创新探索。《通知》支持各地结合自身实际,充分发挥运营主体作用,在活动举办形式、场景打造方式、营销推介手段、品牌培育模式等方面大

胆尝试。对于创新实践中形成的好经验、好做法,如“供销社+民宿+电商”的线上线下销售模式、“节庆活动+公益助农”的特色形式等,将及时总结推广,以点带面推动整体工作提升。

其三,加强信息共享。省文化广电和旅游厅产业发展处与省供销社现代流通处被明确为双方日常工作联系的责任处室,各市、县(区)的文广旅与供销部门也将同步建立日常工作联系机制。文旅部门需及时共享文旅政策、节庆活动安排、宣传资源等信息;供销部门则需主动提供基层网点分布、特色产业状况、可合作开发资源等情况,推动双方资源互联互通、高效利用,为合作奠定坚实的信息基础。

未来,随着合作的不断深化,“文旅+供销”模式或将成为浙江乡村振兴的“新名片”,为全国乡村如何激活内生动力、实现高质量发展提供有益借鉴。而在这一过程中,浙江也将持续以创新为笔、以实干为墨,在全面推进乡村振兴、建设共同富裕示范区的画卷上,描绘出更加绚丽的图景。