

国家发展改革委发布《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)以来,各个单位、行业都对此做出了解读,并根据《措施》对相关工作进行了梳理。本期我们将围绕乡村旅游这一版块,邀请在乡村旅游发展中的规划者与参与的文旅企业,聊一聊他们对于《措施》中乡村旅游的解读。

解读国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》之三 美丽乡村内外循环促消费

◎ 记者 王珏

规划者:以文化为桥,构建乡村旅游产品谱系 发言人:善琏镇党委委员 冯彬

认真研读了《措施》,对照这几年善琏在乡村旅游方面的工作,我做了以下的梳理与思考。

近年来,善琏镇以深耕运河文化为主线,打造大运河文化旅游产业集聚区。同时,以4A级景区创建为契机,打造湖笔小镇文创产业集聚区。在做好全域土整后,通过产业导入实现农文旅融合发展。

在此过程中,我们也遇到了很多的困难。比如,虽然善琏镇文化元素很多,但各乡村挖掘利用不足,开发建设不够,文化氛围不浓,业态相对单一,可供游客参与和观赏的不多,游客在这里停留的时间较短,能够带走的多是湖笔和文创产品,创新较少。

结合这次《措施》里“文化产业赋能乡村振兴计划,保护传承乡土文化,盘活和挖掘乡村文旅资源”,我们根据现有工作加紧推动乡村旅游发展。

首先,以善琏古镇农业资源为基础,充分发挥古镇历史文化和自然资源的优势,重点开发、有效整合旅游资源,促进农业及旅游业深度融合。通过对善琏古镇旅游资源的深层次评价与分析,构建出旅游产品谱系研究。同时,采取多种方式整合旅游资源,通过举办当地不同的民俗节事活动,让游客更加深入了解体验当地历史文化,提高知名度,提升旅游吸引力,传承与传播优秀

传统文化;古镇周边闲置房屋或居民住所可开发成具有善琏古镇文化的民宿,可利用本土特色文化,打造慢旅游。只有先带动当地经济,才能真正拉动乡村旅游消费。

其次,盘活善琏乡村旅游。把当地的各种文化带入到所做的产品之中。在做善琏周边特色的农旅融合发展的时候,要充分嵌入善琏乡村的农耕文化、民族文化和乡土民俗文化,引入与上述文化相当的文化业态,让文化要素来为乡村旅游产品开发做提升。同时,拓展度假功能布局,借助现有资源,再整合提升,发展民宿、乡村美食、农业+旅游等体验型旅游项目,打造成为田园休闲、康养度假、非遗文创集聚的高品质乡村未来生活圈。

与此同时,抓牢研学市场。善琏镇是湖笔文化和蚕桑文化的发源地,文化底蕴深厚。随着湖笔小镇研学营地和含山蚕桑研学营地的建成,进一步确定了善琏镇“乡村旅游+研学”的发展方向。要充分挖掘善琏本地的特色文化,依托文化来设置丰富的研学课程,除了传统的文化类课程,还要设置体育类、协作类、智训类等课程,吸引国内外研学团队。除了两大研学营地外,在现有景点、业态或者商户中设置小型的研学体验点,让游客走到哪里都能停下来感受文化、体验文化。



文旅企业:国企联村,用文化催生旅游“爆点” 发言人:杭州富春山居集团有限公司董事长 王昱杰

在乡村振兴战略背景下,乡村旅游发展是乡村振兴的主要推力之一。近年来,富春山居集团一直围绕“一条江、一幅画、一张纸、一批人、一座城”的发展思路,重点围绕党代会提出的富春江“碧玉带”和地铁“黄金轴”两条主线,来布局开发乡村文化旅游项目。作为一家以文旅为主业的国有企业,在推动乡村旅游发展方面做了大量的工作,比如优质资产收购和流转,乡村旅游配套设施建设(停车场、文化礼堂提升、乡村GO培养、乐游富阳平台建设)、整合经营业态(整合分散的新桐皮划艇经营业主)等。一方面积极推动乡村旅游发展,但另一方面却是流量无法变现。如何提升游客消费力,是我们继续解决的问题。

《措施》中提到“支持经营主体开发森林人家、林间步道、健康氧吧、星空露营、汽车旅馆等产品,因地制宜打造一批美丽田园、景观农业、农耕体验、野外探险、户外运动、研学旅行等新业态,拓展乡村生态游、休闲游。”

我们结合富阳现有的乡村旅游资

源,根据《措施》中的指导意见,将持续加速开发、投资、完善有辨识度的旅游项目,投资有文化与生活获得感的文旅项目。以文化丰富富春山居文化的内涵和外延的同时用文创的思维赋能乡村旅游项目。

以今年举办的山乡旅游文化节为例。这是富春山居集团以“突出农文旅特色、助推乡村振兴”为中心内容,与洞桥镇政府联合举办的。这也是富阳“国企联村”行动开展后举办的首个山乡旅游文化节。

这次的山乡旅游文化节主要依托洞桥镇“中国营地之乡”“中华诗词之乡”、状元故里等特色旅游文化资源,将“浙派民居文村”和洞桥镇“营地+”模式结合,打造差异化的乡村旅游产品,形成文村特色旅游文化IP,用文化“爆款”催生旅游“爆点”,让文化变现驱动旅游增值。

这次的活动,符合《措施》中对于乡村旅游工作的指导,我们也会以此为方向继续努力。

基层管理:景村一体,同美共富 发言人:仙都管委会(仙都街道)党工委书记 胡雄俊

我们现在是丽水市首家也是目前唯一的5A景区,熬过了疫情的三年困难时期,真正的考验,在当前和未来。结合《措施》条例,我们审视了自身的短板,将紧扣“景村同美共富”这一发展课题,推动景村共建新高潮。

其中包括不断运用好新媒体,借助抖音、小红书、快手、B站、微博等公众平台,强化多媒体运用,实现全媒体发力,拓宽营销路径。不断丰富仙都黄帝祭典市场化、“研学游”产品的文化内涵,让文化产品更接地气、更具价值。

同时,不断提高消费业态与游客需求的契合度,精心打造岩宕区块夜游产品,丰富游客“夜生活”打开方式。

根据《措施》条例指导,我们将更加积极争取今后更大的项目落地和村庄空间建设。坚持结对帮扶、精准服务,主动帮助民宿、农家乐解决实际困难,动员业主积极参与打造民宿特色街区。大力推进招才引智,通过项目引才、乡贤回归、大学生回乡创业等方式引进各类高层次人才,努力为乡村振兴提供更多人才和智力保障。

文旅企业:从市场出发,打造特色乡村旅游产品 发言人:隐居逸世界·穆沟古村运营总经理 芮淑君

目前,乡村业态主要以短时间、近距离、高频次为特点的“轻旅游”“微度假”为主。但这类乡村旅游目的地普遍存在主题定位模糊、旅游产品同质化严重、业态缺乏活力、留客能力弱等问题。

结合《措施》条例,我认为要从市场角度出发打造有特色、有亮点的乡村旅游产品,从美丽乡村的基础建设到打造一个集休闲、住宿、餐饮、服务功能完善的城市近郊“微度假目的地”的模式转变。这可以以隐居穆沟古村乡村综合体项目为案例进行实践探索。

首先,针对暑期亲子游与企业团建的市场需求,基于穆沟古村荡区水乡文化与自然景观的优势,我们整合非遗项目、餐饮民宿、文创体验、自然科普等业态,推出了与艺术同行——首届穆沟乡野美育研学营、自然农耕研学营、乡野

特色团建等定制化的亲子休闲产品。通过全国性乡村振兴论坛与学习营的举办,以演讲+参观+共创营的形式,引智众创、分享经验、打造影响力,助推穆沟的发展引领和建设找到更好的定位和实践路径。

同时,近期我们还发起穆沟+青年主理人计划,开放户外业态、啤酒精酿、咖啡图书、自然博物等业态吸引有产品、有资源、有内容的城市年轻人与“新农人”回乡创业,更好的赋能城乡人才的流动。

我认为,《措施》中提到的建设宜居宜业和美乡村的内容,不是要复原乡村本来的面貌。在产品打造的同时,一定要熟悉现代旅游商业消费的特点和要素,用符合市场需求的产品去打动城乡的消费者,用服务、用创意给他们惊喜,人才才会纷至沓来。