

# 推进通山县康养旅游产业高质量发展

○ 阮仕词

近两年,康养旅游作为新兴旅游产品,越来越受人们的青睐。山水灵秀、生态良好的通山发展康养旅游正逢其时。

**一、通山发展康养旅游的基础条件和存在问题**

通山发展康养旅游条件得天独厚。

一是康养资源富集。通山森林覆盖率64.75%,森林资源非常丰富。九宫山、太平山、太阳山、大幕山等一众名山,加上燕厦河、横石河、厦铺河、通羊河、黄沙河等众多河流,以及独具特色的古民居,丰富多姿的民间文化,不断涌现的生态农庄、生态果园,为康养旅游产业发展奠定坚实基础。

二是品牌效应凸显。通山拥有国家级风景名胜区、国家级自然保护区、国家4A景区九宫山,国家级地质公园、国家4A景区隐水洞,国家级水利风景区、国家级湿地公园富水湖,国家级文物保护单位闯王陵、王明璠府第等一批国字号文化旅游品牌,加上通山生态天堂、华中绿肺的美誉,旅游强县已成为通山的新名片。

三是市场前景广阔。九宫山7月份日平均气温22.10℃,比北戴河、鸡公山各低1℃,比庐山低0.7℃,全年平均气温11℃,是国内知名的避暑胜地。通山还拥有华中最美溶洞隐水洞,华中唯一的冬季滑雪场,湖北第二大水库富水湖等等。由于区位优越,交通便捷,近年来,到通山避暑休闲、康养度假、运动健体的游客不断增多,每到旺季节假日,旅游景区酒店入住率居高不

下。2019年全县接待游客900多万人,实现旅游综合收入70多亿元。

虽然通山发展康养旅游条件优越,但还存在诸多问题和不足。主要体现在旅游规划不配套,旅游特质不突出,产业业态不健全,旅游服务质量不高,以及文旅融合做得不够等等。

## 二、通山发展康养旅游的对策与建议

康养旅游作为一个新兴产业,需从顶层设计、业态布局、产品生产、人才培养、品牌营销、政策保障等多方面发力。围绕高质量发展主题,打造集旅游观光、养生疗养、休闲度假、山地运动、文化体验、自然教育、地质科考于一体的以绿色生态为核心竞争力的新兴增长极。

一是抓规划编制。必须从一开始就有明确的发展定位,做到高端策划,科学规划,精心编制康养旅游产业发展规划,兼顾区域经济、市场、文化和习俗等要素,因地制宜,确保康养旅游产业布局、产品开发、基地建设等有规可依,规范、有序发展,并将康养旅游产业发展纳入“十四五”总体规划,统筹布局、精心组织、精准实施。

二是抓政策支撑。坚持“政府引导、市场主体、社会参与、共建共享”的发展机制,政府部门重在指方向、出政策、定规划、立标准、搭平台、强监督,为康养旅游发展创造良好的综合环境。鼓励和欢迎民营企业和民间投资积极进入,建设配套设施,提供相关服务,发展产业联盟。政府引导需要

文旅、发改、财政、卫计、国土、旅游、农业、林业、水利、交通、市场监管、教育及生态等职能部门的共同努力。建议打破部门界限,设立协调机构,并在养老、医疗、基础设施建设等方面出台政策,形成合力。

三是抓示范带动。建议选取资源丰富、基础设施完善的九宫山风景区开展试点示范,分阶段、分区域建设一批符合标准、定位精准的康养旅游基地,以吸引游客和留住游客为主要目标,开发一批以森林避暑、林间运动、林区探险、林间采摘为主体的森林康养项目,打造一批以水上观光、水上娱乐、湖边垂钓、湖滨运动为特色的水上康养项目,创作一批以“白云深处”为代表的民俗表演项目,创造一批以养胃养颜美食产品和医疗保健产品为主体的康养旅游产品,建设一批独具风格的民宿风味“康养旅游型小镇”,树立一批集农业观光、农耕体验、生态采摘、习俗展示为主要产品的乡村生态康养典型,引导带动其他康养旅游基地规范发展。

四是抓产业培育。开发中医药养生理疗等医养项目,建立康养旅游客户健康检测中心、养生体验中心、医学美容中心等,培育集医疗、康复、保健、养生等为一体的高端产业,让游客休养身心。开发以横石汤水菜为代表的康养膳食品类、康养食疗特色菜单,打造舌尖上的康养品牌,让游客吃得放心,吃出健康。打造高山人家、森林木屋、高端农家乐等特色民宿,让游客住得舒心,看得见山水,记得住乡愁。构建以环

湖自行车、漂流、滑雪、攀岩为核心的“强运动”,以户外拓展、露营活动、森林探险、溯溪徒步为代表的“常运动”,以禅修、瑜伽、太极为主的“微运动”三大康体运动体系,让游客玩得开心,强身健体。推动通山黑山羊、枇杷、柑桔、杨梅、葡萄、中药材、有机蔬菜等生态食品产业形成规模,让游客购得称心,买得满意。

五是抓宣传推介。目前,不少人对康养旅游及其功效并不熟悉,需要多途径、多层次、多形式地宣传康养旅游知识,使公众对康养旅游有正确而全面的认识。要利用各地旅游推介会等平台、互联网和手机等宣传媒介,以及推行“康养旅游日”和“康养旅游月”,倡导广大群众体验康养旅游方式,提升市民群众康养旅游意识,推动康养旅游全域发展。

六是抓人才培养。实施康养旅游人才培养计划,建立健全康养服务人员资格考试制度和培训机制,不定期开展培训和考核,着力培养康养旅游管理、服务、营销人才,提升康养旅游普及推广和产业推进专业化水平。

(作者系通山县人大常委会党组书记、主任)

观点 参考

## 世界减贫贡献之最是中国

2020年,我们将迎来全面小康社会建设目标的实现。那么,14亿人口的“全面小康”,意味着什么?这意味着中国“伟大民族复兴”现代化战略,在“三步走”的第三步中,如愿达到了一个重要的时间节点。中华民族要实现“中国梦”的现代化“新长征”,将由全面小康的实现,树立起一座新的继往开来的里程碑。

这意味着中国为全世界的减贫事业和全人类的物质文明提升,做出了无与伦比的巨大贡献。中国为人类减贫事业所做出的贡献,为全球瞩目,并且有望较快地进一步减少国内于世行标准贫困线以下的人口数。前面几十年间,世界减贫贡献之最,正是中国。

这意味着中国作为当今世界最大的发展中国家,有望在新的起点上跨过“中等收入陷阱”,在未来十年左右时间段内经受历史性考验成长为高收入经济体。

这也意味着我们将更清楚地认知中国现代化之路上“行百里者半九十”,承前启后奋力拼搏进取的要领。奋斗正未有穷期,仍然任重道远。我们唯有“思想再解放、改革再深入、开放再扩展、工作再抓实”,勇于涉险滩“冲破利益固化的藩篱”,在改革的深水区“啃硬骨头”“不忘初心,牢记使命”,义无反顾万众一心,经受住未来关键性的十年和三十年的历史性考验,从而使人民美好生活向往的“中国梦”,在现代化的伟大民族复兴中梦想成真。

## 扩大区域竞争过程中的“竞争主体”规模

中国可以被看作是一个大规模经济体,这其中包含多重含义。一是指绝对经济总量大,可以容纳比较完备的产业结构在经济体内部存在,各行业规模足够容纳多个企业在不牺牲规模经济效应的情况下相互竞争,从而同时收获规模经济效应、集聚经济效应和竞争效应;甚至可以容纳不同区域相互竞争创造更为适宜且有差异化的营商环境来吸引优势资源。第二层含义可以是指占据全球经济比重大,有助于在全面开放的格局之下,对全球优势资源产生足够引力,也有利于规模经济效应明显的经济活动以国内市场为基础形成国际竞争力。

发挥大规模经济体的作用,一方面需要商品以及生产要素在内部各地区间实现比较充分的自由流动。但是另一方面,多年来促进中国经济迅速增长的一个重要制度特征是“区域间竞争”。虽然在促经济高速增长的同时,也带来了“地区分割”“区域间产业结构雷同”等负面影响。随着经济从高速增长阶段过渡到高质量发展阶段,这种“区域竞争”制度的“收益”逐渐下降,“成本”开始凸显,但是这并不能完全否定这种制度的“优越性”,而是应该对其进行一定的调整来更好地发挥其作用,降低其负面影响。其中一个调整方向大致就是将区域竞争过程中的“竞争主体”规模扩大。因此,应当深入推进京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设、长三角一体化发展,通过发展区域经济一体化,既可以加强商品和生产要素在国内的自由流动,又可以更好地发挥区域竞争的制度优势。

## 群众路线与技术路线不可偏废

党建引领城市基层治理工作要融合群众路线和技术路线,交互应用于城市基层治理实践中。近年来,规模不一、情况各异的城市,都已普遍地将种种崭新的技术手段,投入到基层治理中,如移动互联网、大数据、人工智能、云计算、物联网、人脸识别、指纹录入等。与时俱进地应用新潮技术,确有其必要性和便利性,但也要注意将它们和群众路线等传统优势共融并用,不可偏废。相较于冰冷僵硬的技术,走访、深谈、坐下来、面对面等群众工作方法,具备人情味、情感性等独特优势,能够使居民更加直观地感受到党对自己的关心和挂念。深入群众,和群众打成一片,多与群众亲密接触,才是党建引领的题中之义。同时,要重视和强调技术手段的“党性”和“群众性”,防止各类商业行为、广告宣传、盈利冲动等侵入,做好数据安全和信息保密,确保技术为党所用、为群众所想。另外,要打破对群众路线、技术路线的教条化认知。既继续坚持老人老办法、新人新办法,即对年长群体多运用传统群众工作方法、对年轻群体多运用新型网络工作方法;也鼓励尝试老人新办法、新人老办法,即耐心协助年长群体运用新的信息工具、针对年轻群体打造新的群众工作方式。

## 用规则呵护好直播带货

今年以来,直播带货异常火爆,为企业复工复产、促进产品销售作出了积极贡献,同时也暴露出部分虚假宣传、信息公示不全以及售后没有保证等问题。对此,有些地方的消协建议直播带货应纳入社会诚信评价体系,主播应有“黑名单”机制。

截至目前,直播带货已经从最初的“去库存”“冲销量”应急之举,转为发展数字经济的新业态。人社部已将“直播销售员”作为一种新职业纳入管理,首部全国性直播电商标准也将于7月份出台执行。这也提醒各地相关部门积极探索有关管理制度和办法,加大对平台、商家和主播等各方主体的监管和处罚力度。

比如“黑名单”制度,效果比较明显。据报道,现在请普通主播带货,费用给付分为两种类型。一种是按直播期间的订单来分成,分成比例双方协商确定;另一种是按小时计费,一般一小时300元至800元,一天2小时。如果主播被纳入“黑名单”,几个月甚至几年不能再当主播,损失很大,主播必然小心翼翼。

又如,直播带货相关平台、商家与主播之间的责任与利益划分问题。随着直播带货竞争加剧,流量成本越来越大,可能网红主播赚得盆满钵满,商家却赔本赚吆喝,这种情况显然很难持续。同时,直播带货商业模式与佣金比例、坑位费以及品质控制机制也需要适时改变。这都需要通过利益平衡进一步划分责任与收益,需要有更加科学合理的指导规则加以规范。

# 加快推进我市文旅特色小镇高质量发展

○ 方卫兵

核心提要:加快推进我市文旅特色小镇高质量发展,对于我市如期实现精准脱贫与乡村振兴、促进文旅产业高质量发展具有重要意义。为了真正把我市文旅小镇打造成“既赢得了情怀,又赚到了钞票”的高质量发展重镇,一要精准定位,推动文旅小镇从“资源+土地”的资源型向“投资+情怀”的产业型转变,打造高质量发展的新平台;二要进一步做好“五情”工作,深化与小镇消费者的情感关联,以满足人们多角度、多层次的差异性消费需求;三要强化融合,凸显产业、文化、旅游和社区四大功能的聚集,有效推进文旅小镇的创新发展。

如果说未来5年文旅产业是个风口,而文旅特色小镇如何站在这个风口上趁势而为,这对在特色小镇中占到80%的文旅小镇而言,将是一个严峻的考验。

咸宁有着独特的自然生态之美,多彩人文之韵,是闻名远近的香城泉都。近年来,推动我市文旅特色小镇发展其力已聚、其势已成,各地的特色小镇建设,取得了明显成效,积累了成功经验。作为精准脱贫与乡村振兴的重要载体,不少成功的小镇样本,既有望成为促进文旅产业高质量发展的新平台,又有条件成为推动城乡融合发展的新载体,必将为实现我市文旅强市目标作出重要贡献。

为了深入了解我市在推进文旅特色小镇创建工作中的问题与困难,我们深入走访了全市各地文旅小镇,形成了关于推进我市文旅特色小镇高质量发展的对策建议,以期真正把文旅小镇打造成“既赢得了情怀,又赚到了钞票”的小镇。

### 一、精准定位,努力打造高质量发展的重平台

当前,我市文旅小镇创建工作集中主要存在五个方面的问题,即市场定位同质化、民俗历史概念化、经营资源碎片化、场馆打造静态化、场景体验表象化。为此,要精准定位,推动文旅小镇从“资源+土地”的资源型向“投资+情怀”的产业型转变,打造高质量发展的新平台。

特色小镇的定位者主要分为地方政府、规划机构、企业三个主体,这些主体在进行特色小镇定位时,都有自身的局限性。这些局限性也是导致特色小镇定位偏差的主要原因。地方政府的局限性表现在对消费趋势的把握不够精准,有些地方政府官员习惯把小镇建设与城市建设等同起来,把城市里的“套路”搬进小镇,这样就导致了小镇失去了自身的本色,规划设计机

构的局限性表现在对小镇所在区域的了解不够充分,对于规划设计机构来说,与甲方零距离沟通是弥补自身局限性的一个重要方法。投资者的局限性表现在急功近利。文旅特色小镇不是一个能够快速变现的投资产品,而是需要精耕细作、长期运营的产品。由于在小镇定位上出现了偏差,有的地方在创建过程中,把特色小镇当成框,什么都往里装,结果形成“百镇一面,特色不特;运营不活,品牌不响”的局面。

事实上,特色小镇不是行政区划意义上的“镇”,也不是产业园区的简单复制,

是按创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念,依托相对开放独立的区域空间,挖掘产业特色、人文底蕴和生态禀赋,形成的“产、城、人、文”四位一体、生产、生活、生态深度融合发展的功能平台,是一个有明确产业定位、文化内涵、旅游特色和社区功能的发展空间。

今后,我市在文旅特色小镇创建工作,应该努力做到:立足产业定位“一镇一业”,突出“特而强”;功能集成“紧贴产业”,力求“聚而合”;形态打造“突出精致”,展现“小而美”;运作机制“破旧去僵”,做到“活而新”。

### 二、做足特色,精心塑造文旅特色小镇的灵魂

文化特色是文旅小镇的核心元素,特色产业是特色小镇的支柱产业。没有形成特色产业的小镇,在热闹过后将只剩下一堆堆砖瓦块。在调研过程中,我们发现,让很多文旅小镇领导们头痛的是,在传统小镇发展路径中,小镇的支柱性产业往往并无特色;一旦这些传统产业退出之后,小镇又面临经济增长动力转换落空、新兴特色产业青黄不接等问题。如何快速培育、创新特色产业成为规划、策划文旅小镇的头等命题。根据有关专家的分析,按构建基础来源不同,可以将特色小镇产业体系分为两类:一类是依托当地资源的内生式产业体系;另一类是无中生有的导入式产业体系。依托当地资源的内生式产业发展主要有三个方向:产业升级、产业链延伸和产业生态打造;无中生有的导入式产业体系主要包括:IP移植类、技术创新类和产业拓展类。(参见陈光义主编《大国小镇:中国特色小镇顶层设计与行动路径》[M].北京:中国财富出版社,2017.20.)

进入新时代,我国文旅特色小镇的发

展已经发展到4.0阶段。在这一阶段,首

先,从专注“特”转向注重“色”上,即更加注重本土色彩、文化色彩、产业色彩;其次,从资源特色升级为“文化主题”,即对自然资

源、历史文化进行提炼,赋予更深刻、更时尚、更人性的文化内涵。目前,文旅小镇如

何深入挖掘本土特色文化,把文化资源优

势转化为产业发展优势,真正找准特色产

业的合理定位呢?我们认为,特色小镇要主

攻最有基础、最有优势、最有前景的特色产

业来建设,而不是“百镇一面”、同质竞

争。即便是主攻同一产业,也要差异定位、

细分领域、错位发展,而不能丧失本土性、

独特性。产业定位应该是综合的,既要考

虑资源,也要考虑需求;既要考虑经济,也

要考

虑生态;既要考虑当下,也要考虑长远,如

此产业指向的特色小镇定位才是科学合

理的。我们发现,缺乏文创能力,不能

很好地把文化资源转化为文旅创意,这是

目前我市在特色小镇创建工作非常缺失的

环节。独特的文化主题和精神内涵,是

吸引游客到此一游甚至故地重游的最本

质原因。为此,今后要结合资源禀赋和发

展基础,根据不同发展阶段、地域特征、资源

优势,精心打造独具特色的文旅IP,找准特

色、凸显特色、放大特色、做足特色。

IP不仅是指“知识产权”,其含义可以

理解为“核心吸引力+全产业链”。

核心吸引力是IP的主体内容和品牌基础,

全产业链则是后续研发的延展性。

调研发现,阻碍游客深度体验的往往不是时间成本,而

是搜寻成本。本土特色的可达性是实

现深度体验的关键环节,而文旅IP打造要

保障特色文化的可达性。一方面,要善待

历史的馈赠,切实发掘好、保护好优秀农耕

文化遗产,积极培育乡土文化人才,支持农

村地区优秀戏曲曲艺、少数民族文化、民间

文化等传承发展;另一方面,要积极运用现

代文明的价值理念去滋养农耕文明,推动

农耕文明创造性转化、创新性发展,让文旅

产品真正“落地”,使之既有显著的地域特

点,又有吸引眼球的视觉效果,真正做到让

游客来到小镇在文化上有说头、景观上有

看头、休闲上有玩头、购物上有买头、餐饮

上有吃头。

根据上述分析,我们认为,推进我市文旅

小镇高质量发展,可以进一步做好“五情”

工作,深化与小镇消费者的情感关联,

以满足人们多角度、多层次的差异性消费

需求:一是强调小镇的情愫,让他们心有所

动;二是创造小镇的情境,让他们心有所

托;三是塑造小镇的情境,让他们心有所