



“最美山水”用活文化“调色板”

广西桂林文旅融合推进国际旅游胜地建设观察

新华社南宁11月20日电(记者王念、徐海涛)“江作青罗带,山如碧玉簪。”在广西桂林市,以自然为底、文化为魂,宜人的山水风光与诗意的历史文化碰撞,不仅装点着游人的记忆空间,也激发了当地旅游经济发展活力。

桂林是世界著名的旅游名城,同时也是历史文化名城。在推进国际旅游胜地建设进程中,当地以文促旅、以旅兴文,推动文化旅游生态融合发展,文旅产业提质升级,“一城文化满城绿”的风韵不断彰显,让诗意更浓,远方如家。

重现经典让历史“活”起来

立冬后的桂北渐增凉意,农妇丁秀珍在家门口仍能遇到外地游客,她家所在的兴安县严关镇江西坪村紧靠灵渠,清澈河水环村而过。村庄民居古色古香,古樟树掩映着青石灰瓦,新修的“三米驿站”古街再现着昔日灵渠码头商贸繁荣的景象。

跨越2000多年的灵渠是中国文化重要的历史遗存。在灵渠沿线,近年结合历史、人文打造起的文旅项目,让这个世界灌溉工程遗产“活”起来,河段经过修缮陆续复航,绿道串联起的“灵渠人家”旅游线路成为游客追捧的新热点。

行走在桂林可以看到,众多历史文化经典正散发着新活力。独秀峰下的明代靖江王城古韵尽显,“逍遥楼上望乡关,绿水泓澄云雾间”的名楼胜景重现,“老桂林街巷标本”正阳路东西巷经过打造,还原明清历史风貌,成为城市的新地标……

在灵川县大圩镇,被誉为广西“四大古镇”之一的大圩古镇将历史文化、古建筑文化、商埠文化等人文资源进一步融合,沿岸青石板街老式作坊、店面林立,年接待游客达120多万人次,旅游消费逾10亿元。在古镇周边的村庄,旅游收入成为村民收入的支撑,同时村集体经济每年增收10余万元。

山水间的历史文化再现,得益于保护工作的跟进。据介绍,2014年以来,桂林大力实施“寻找文化的力量、挖掘文化的价

值”战略,对“散珠碎玉”的历史文化进行搜集整理,加大研究和文化精品打造力度,并成立桂林历史文化研究院,开展桂林历史文化资源调查,整理发掘了9大类12个专题历史文化资源名录。这些宝贵资源逐步在文旅一体战略中显现出重要价值。

挖掘民俗资源展“全景”桂林

唱山歌来,这边唱来那边和……轻轻一哼,一曲刘三姐山歌激荡起许多人记忆的涟漪。每当傍晚,阳朔县田园路附近车流人流便密集起来,方圆两公里的漓江水域,山峰隐现、水镜倒影,山水剧场《印象·刘三姐》让人沉醉。

作为国内山水生态实景演艺项目典范,《印象·刘三姐》以桂林山水资源与广西特色文化资源为基础,将文化和旅游紧紧相融。自2004年正式公演以来,每年演出500多场次,几乎场场满座。

“以前游客主要是白天坐着船看山水,有了《印象·刘三姐》,现在晚上也热闹非凡。”阳朔县阳朔镇木山村村民徐全光白天务农,晚上参与《印象·刘三姐》演出,至今已10多年。融合了文化元素的旅游项目带富了这个漓江边的村庄,“村里田地少,大部分家庭都参与演出活动,户均年增收3万多元。”

“桂林有山水,更有文化。”经典影片《刘三姐》里“刘三姐”扮演者黄婉秋已年过七旬,提到漓江的山水与文化热情不减。“刘三姐现象”是桂林以文促旅、以旅兴文的生动案例。桂林不断挖掘民俗文化,打造出“一批精品文化演艺项目,“演艺之都”的新名片日趋闪亮。

在桂林走访,记者看到,整合民族民俗文化元素的特色旅游项目层出不穷。在龙胜各族自治县,当地将多姿多彩的传统龙胜、民族文化进行深度发掘和包装,村民们带来的梯田耕作、红瑶长鼓舞等项目,让人流连忘返。目前,桂林

全市已有阳朔、龙胜、兴安等6个县(市、区)荣获“广西特色旅游名县”称号。

“旅游+”助推产业融合升级

当前,伴随着旅游产业的发展,桂林文旅融合的文化“调色板”越用越活,红色文化、节庆文化、体育文化、康养文化,各类文旅融合项目在“旅游+”业态下日渐红火,推动当地产业提质升级,文旅资源优势成为发展优势。

据统计,今年以来,以各种形式到桂北参加“游动湘江、弘扬伟大长征精神”和“翻越老山界、走好长征路”等红色主题活动的人员逾100万人次,红军长征湘江战役纪念馆、红军长征突破湘江纪念馆、新圩阻击战史实陈列馆自今年9月开馆(园)以来,接待游客已超过30万人次。

与此同时,“旅游+节庆”等业态也带动着桂林全域旅游、乡村旅游的发展。“现在许多县都有特色节庆,比如阳朔渔火节、恭城桃花节等,我们本地也有美食节,既吸引客流,又有利于打造地方文化品牌。”漓江流域“最后一村”南佛村党支部书记黎长发说。

在康养、体育方面,会仙湿地度假小镇等一批投资100亿元以上的健康旅游项目落地实施,桂林国际智慧健康旅游产业园获评国家中医药健康旅游示范基地,形成“医养游”融合发展新模式。举办环广西公路自行车世界巡回赛、桂林国际马拉松赛等一系列重大赛事,“旅游+体育”硕果累累。

着眼于“旅游+”,桂林实现了文化、旅游“1+1>2”的效果,产业不断融合升级。统计显示,2018年桂林实施文化旅游重大项目110项,总投资1260亿元,全年接待游客数突破1亿人次,旅游总消费首次超过1300亿元,以文化旅游业为龙头的第三产业对经济增长贡献率超过50%。今年预计接待游客量将超1.3亿人次,实现旅游总消费1700亿元以上。

新华社石家庄11月20日电(记者高博、杜一方)河北省邢台县前南峪村地处太行山深处,是中国人民抗日军政大学旧址所在地。自1964年起,每月15日,村里的党员都会聚到一起参加主题党日活动,村里的重大决策,也在党日活动形成。

如今的前南峪村,已从穷山沟变成了花果山,有“太行明珠”之美誉。55年主题党日活动坚持了什么,又带来什么?记者近日在前南峪村进行了蹲点采访。

55年坚守 主题党日活动聚民心

11月15日晚上,前南峪村会议室里人头攒动,每月一次的主题党日活动如期进行。这一次主题是围绕冬季淡季旅游配套上档升级和果树品种更新换代开展讨论。

前南峪村现有村民396户,1456人,其中党员106名。对前南峪村民来说,15日是一个特殊的日子。这一天,不论风吹日晒,党员们都会在晚饭后自发聚到一起,议议村里的大事小情。

前南峪村党委书记郭天林说,1963年8月,前南峪发生了特大洪水,几乎毁掉所有山场植被。1964年1月15日,村里召开党员会议研究洪灾后村里怎么办。最终定下改造山川的20年发展规划:5年垫地,5年上山植树,3年兴水利,7年治山。

“在最艰苦的年代,这样的会议凝聚了人心,当时也没有叫主题党日。会后大家约定,今后无论谁在台上,就要把这个活动和这个规划坚持下去。”郭天林说。

到了1977年,前南峪村修出河滩地和梯田400多亩,栽种板栗万余棵,他们再也不为吃饭发愁了。此后,村里无论植树造林、发展集体经济上工矿企业还是后来砍掉工矿企业走绿色发展之路,重大决议都是在党日活动中讨论出来的。

前南峪村党员张桂书告诉记者,在前南峪村,凡是涉及群众利益的重要事项,都会在党员中进行研究讨论。通过党日活动统一思想,将全体党员群众凝聚在党组织周围,也牢固树立起“全村一盘棋”的大局意识。

与时俱进 坚持一张蓝图绘到底

初冬时节,寒意袭来,但前南峪村张小军家中却暖意融融。“家里今年装了新型秸秆气化壁挂炉,党支部想着咱老百姓啦。”张小军指了指家中的温度计,美滋滋地说,“室内温度超过20度,关键咱们烧气做饭、取暖不花钱,栗树上剪下来的树枝烧成气,足够全家整年烧。”

这是前南峪村新上的秸秆气化碳质项目,以板栗、苹果等果树枝干为原料,经过高温热解反应,生成一氧化碳、氢气、甲烷等可燃气体,由供气系统送入农户家中。郭天林说,“我们村果树枝比较多,用秸秆烧气既改变了烟熏火燎取暖做饭的传统方式,又节约了村民生活费用,村里的环境也得到了改善。”

冬季供暖是事关民生的大事,这是前南峪村党支部为民服务的又一个缩影。55年来,前南峪村主题党日活动的场地从山场上到果园里再到如今的会议室,场地虽有变化,但不变的为民造福的宗旨和一张蓝图绘到底的决心。

新形势基层党组织战斗堡垒作用如何发挥?前南峪村坚持做到学习内容与时俱进,先后与中国农业大学、河北农业大学等科研院所建立联系,利用党日活动指导讲学,实现了村有土专家、家有技术员,同时学党的最新方针政策,确保对上对下政策,在前南峪村生根发芽、开花结果。

“家家户户有果树,科学管理要跟紧。春节前要邀请河北农大专家,到村里为果农开展技术培训。”前南峪村党员郭海庆表示,目前村里山场上一些果树品种较老,我们正利用冬季农闲时节进行更新换代,以丰富采摘种类,提高果品品质。

培养后备力量 增强基层组织凝聚力

近年来,前南峪村积极推动把技术能手、管理人才培养入党,把党员培养成村里骨干。郭天林说,前南峪村采取帮带制度,老中青结合,每年都会发展两三名年轻党员,“既然我把老书记的接力棒接起来了,我也要把接力棒传给年轻人。”

36岁的郭静波是前南峪年轻党员的代表,去年9月,他当选为村委委员。郭静波告诉记者,全村106名党员中,像他这样的“80后”年轻党员有34名,他们成为前南峪发展的中坚力量。

如今,前南峪村走上了红色文化与绿色观光相结合的生态发展之路。现每年村里吸引游客45万人次,全村80%的家庭都在从事与旅游相关的农家乐、生态采摘等行业,林果和旅游两方面收入超过1.34亿元,全村总收入1.99亿元,人均纯收入18600元。

记者蹲点河北前南峪村纪实

五十五年主题党日活动坚持了啥

买前不说、无法关闭、“威胁”涨价

智能电视“开机广告依赖症”咋治

新华社南京11月20日电(记者郑生竹、潘晔、杨洋)伴随智能电视走进千家万户,长短不一、预先植入、无法“一键关闭”的开机广告问题日益成为困扰广大消费者的痛点。今年10月,江苏省消费者权益保护委员会就智能电视开机广告问题,约谈了海尔、创维、长虹、夏普、小米、海信、乐视7家厂商。“开机广告”引起哪些问题?何以成行业通病?怎样有效治理?新华社记者对此展开调查。

消费者:商家各种招,电视机里藏广告

记者从江苏省消保委了解到,当前智能电视预先植入开机广告长度15秒到40秒不等,大多不能跳过或一键关闭,遭到大量投诉。记者在多地调查发现,消费者在选购智能电视时,难以对开机广告情况充分了解。

——开机广告“店无家有”。在卖场,电视开机后是主界面;买回家,开机后却跳出各种广告。“记者在盐城一家卖场见到,一些品牌供消费者挑选的样机并无开机广告,当地消费者徐先生告诉记者,要买回家后才会发现“藏”在自家智能电视中的开机广告。

——导购介绍“闭口不提”。南京市民郭女士说,此前她在苏宁网上商城购买了一款夏普电视,客服并未及时告知有开机广告。回家使用才发现不但有广告且不能取消关闭。记者以消费者身份走访了北京、南京、盐城等数地几家卖场,TCL、创维、海信等品牌导购无一不主动提起有开机广告的情况。

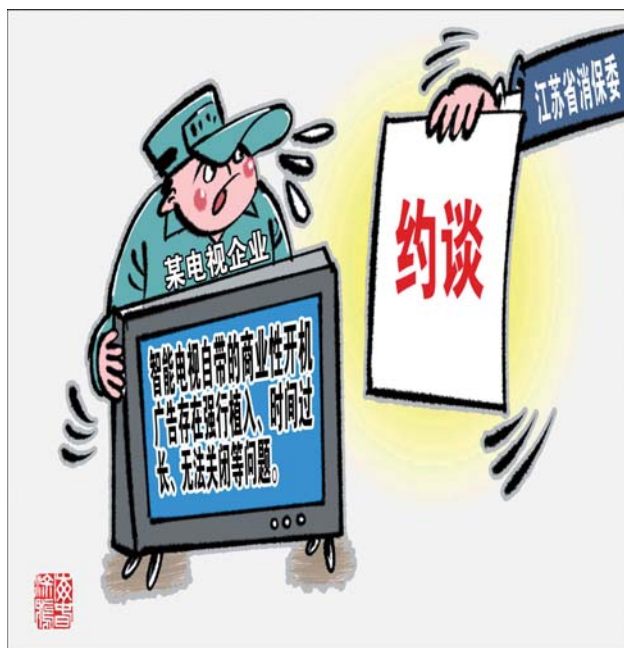
——网站告知“雾里看花”。记者还发现,某电子商务平台小米官方旗舰店中,在不显眼的地方用较为模糊、颜色较浅、字号很小的字标注了小米电视的开机广告政策。为开机广告烦恼的北京消费者胡先生很不理解:“这些是真想让消费者看到吗?”

根据艾媒咨询发布的相关调查数据显示,有超过三成的消费者因为感到权利受侵犯而反感智能电视开机广告。

“电视是显示设备,消费者按标价付款购买电视机硬件,硬件中不应在消费者不知情、不同意的情况下包含开机广告等这些无关功能。”江苏省消保委秘书长陆惜春表示,智能电视机制造商发布开机广告应征得消费者同意。

一些厂商:“不选广告,就选涨价”,“闲着也是闲着,看看广告无妨”

多家智能电视厂商负责人向记者表示,开机广告已成智能电视行业普遍现象,甚至被视为“新型商业模式”。自称是为消费者谋利。“当前,开机广告是智能电视行业



约谈 新华社发 商海春 作

重要的利润来源,如果禁放商业广告,会让企业受损很大,并直接影响消费者利益。”四川长虹电器股份有限公司广告产品总监邵魏说,智能电视的低售价相当于向消费者让利,但如果失去开机广告收入,消费者就要面临涨价的结果。

根据第三方机构奥维云网的数据显示,自去年以来电视单品价格持续下降。2019年1月-5月,国内电视的均价已降至2986元,而到了第3季度,均价则降至2700元左右。

多名业内人士向记者透露,2017年时电视机行业净利润估算已不足1%,当前形势并不比当时好。多家智能电视厂商负责人称,受品牌价格战等多种因素影响,智能电视行业利润枯竭,只能通过“开机广告”增加收入。根据某智能电视厂商公布的数据,开机广告收入曾达170万元/天。

还有些品牌厂商告诉记者,智能电视开机需要几十秒启动时间,消费者“闲着也是闲着”,不如让消费者看看广告。小米集团副总裁卢伟冰曾公开表示,几十秒的开机广告相对消费者几小时的观看时间,占比极小。

拼多多广告部一工作人员称,消费者对智能电视开机广告的反感只是因为还没习惯。

专家:“一键关闭”开机广告应入国标,行业发展不能饮鸩止渴

那么一些厂商口中“不选开机广告,就选电视涨价”“闲着也是闲着,看看广告无妨”等说辞成立么?

中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌认为,智能电视标价格和厂商盈利策略不可混为一谈。电视机可以自主定价,消费者是否购买由消费者自主决定。商家无权通过强制广告来向消费者转嫁成本。而且所谓用开机广告收入“贴补”消费者的说法,具体信息既不公开又不透明,难以取信消费者。

江苏省消保委投诉部主任傅铮介绍,开机广告并非智能电视启动必备功能。经营者有义务向消费者明确告知智能电视开机后加载并播放广告的情况,否则涉嫌侵犯消费者知情权。

“如厂商将必须接受无法自主关闭的开机广告作为购买智能电视的条件,这对消费者显然不合理不公平。”江苏苏源律师事务所律师张明介绍,广告法规定,在互联网页面以弹出形式发布的广告应确保能一键关闭。不能自主关闭的开机广告,无偿占用消费者的时间资源,侵害了消费者权益保护法规定的公平交易权。

“当前开机广告带来的短期利益无助于智能电视行业创新发展,反而可能让行业继续陷入‘低价血拼’的死循环。”家电行业分析师梁振鹏等多名专家均认为,相关部门应加强监管力度,加速出台政策标准,规范开机行为。陆惜春等业内人士还建议,应将智能电视开机广告可“一键关闭”列入智能电视生产经营国家标准或规范性文件要求,根除智能电视“开机广告依赖症”。

邱宝昌还提醒,预先植入开机广告侵权问题有其分散、琐碎的特点,个案通过诉讼等方式维权往往成本过高,导致大量消费者被迫忍气吞声。这就要求行业主管部门和消费者权益保护部门应积极作为,采取措施集体维权、源头治理。

中国电子视像行业协会副秘书长彭健锋认为,开机广告运营应在遵守法律法规的前提下,尊重企业和消费者的选择。他同时强调,当前智能电视内容服务产业还处在发展初期,需要更多的包容、规范和扶持。通过建立健全广告服务规范,保护消费者、终端厂商和广告商各方利益,促进行业健康可持续发展。

据记者了解,海尔、创维、长虹、夏普、小米、海信、乐视7家企业均在被约谈后提交的整改方案中表明:在履行告知义务和投诉机制方面尽快改善,但对于消费者最关心的“一键关闭”功能调整仍需时日。



广西贵港市覃塘区:全域旅游入佳境 荷韵清风更醉人

“壮美湖涌,荷韵清风”是对广西贵港市覃塘区的完美诠释。

覃塘地处郁江平原,旅游资源富集、人文气息浓厚,是一座具有2000多年历史的古郡,因荷而闻名,享有“莲藕之乡”“茶叶之乡”“甘蔗之乡”和“鱼米之乡”的美誉。九凌湖、平天山、七星山、灵龟宝山、平龙水库、八台山、五指山、凤凰山、花山茶海、三里罗村等山水景观引人入胜,布山文化、茶文化、莲文化、“三月三”壮歌节、师公戏、东龙彩灯、木偶戏等民俗文化浓郁多彩,覃塘莲藕、覃塘毛尖、富硒红黑米、金花茶、巨子鸡蛋等产品享誉广西内外。

近年来,围绕“荷美覃塘,布山古郡”的品牌形象,覃塘区创新体制机制,积极培育旅游消费新热点,努力打造业态丰富、品牌集聚、“荷文化”鲜明的广西全域旅游示范区。

推进旅游景观打造,不断丰富旅游品牌。覃塘区大力推进“荷美覃塘”景区建设,新建成“藕遇荷田”精品园、荷家坞广场、游客中心、精品民宿、赏荷栈道

平台等。“荷美覃塘”景区、九凌湖旅游景区获评国家AAAA级旅游景区;古风岩景区、三里罗村景区、花山茶海景区、凤凰山景区、布山古郡景区、五指山景区获评国家AAA级旅游景区;覃塘街道龙凤村被评为全国乡村旅游重点村。灵龟宝山创建广西五星级乡村旅游区、覃塘叁叁茶原宿农家乐创建广西五星级农家乐获自治区文化和旅游厅公示。

完善游客服务体系,统一旅游品牌形象。目前,荷美覃塘景区和九凌湖旅游景区的游客中心、布山古郡的旅游集散中心及广西旅游咨询服务中心已投入使用。此外,覃塘区发布了全域旅游品牌及形象——“荷美覃塘,布山古郡”,设计统一LOGO和品牌形象标识、吉祥物、文创产品等,并摄制旅游宣传片进行大力推介。

推进产业融合发展,“旅游+”格局初步形成。覃塘区大力推进“旅游+”融合发展,目前,覃塘区被评为全国休闲农业与乡村旅游示范点,荷田水乡获评为全国休闲农业与乡村旅游示范点、九凌湖锦绣乡

村获评广西休闲农业与乡村旅游示范点,龙凤江、九凌湖获评自治区级水利风景区。拥有覃塘花山茶海毛尖茶种植园、富伟茶业公司、龙凤建绿茶场、名里茶业有限公司、和顺食品公司等获国家地理标志、专利的名优农产品生产企业。荷美覃塘景区、九凌湖旅游景区创建自治区级生态旅游示范区获自治区文化和旅游厅公示;荷美覃塘景区获评广西中医药健康旅游示范基地。同时,覃塘区大力作好“旅游+文化”文章,至今已成功举办六届“荷花节”;积极探索“旅游+工业”发展模式,开发出覃塘莲藕、覃塘毛尖等具有自主知识产权和鲜明地方特色的商品,并引进华奥等企业进驻石卡工业园,推进工业旅游发展。

覃塘区还采取措施优化旅游发展环境。通过在旅游服务场所张贴《文明旅游公约》、文明旅游“进校园、进社区”系列主题宣传等活动,开展文明旅游意识教育,让文明旅游成为最美风景。

文/覃富、黄雄强 摄/韦东保



灵龟宝山乡村旅游区

国家AAAA级景区—荷美覃塘