

## 蓄力安康县域旅游“长红”

### ——江苏省溧阳市天目湖旅游发展的经验与启示

周星

美丽安康

近日,读到新华社记者的一篇文章《县域旅游“火起来”,如何“火下去”》,若有所思。家乡安康地处秦巴腹地,青山环抱,绿水长流,被誉为“天然氧吧”,西北的“小江南”。近年来,安康始终坚持走绿色循环发展之路,全力打造生态旅游千亿级产业集群,各县区竞相发展,大放异彩,有的县区“天赋异禀”,自然风光秀美,特色IP令其成为游客“打卡”目的地;一些县城“奇思妙想”,将深厚的文旅资源与特色赛事深度融合,吸引不少游客为了一场赛事奔赴一座城;更有县区“深藏不露”,招引深耕康养度假产业的头部企业,在山水间建精品民宿,用“10分钟”服务迎游客,“努力做游客最喜爱的‘小县城’”,不断为游客奉上最好的产品和服务,备受青睐。

今年五一小长假,全国县域热门目的地排名出炉,江苏常州溧阳市跻身前五,天目湖旅游再次火爆出圈,20年业绩持续盈利的不争事实,令人折服。公司整体收入超过60亿,净利润总额超过12亿,2023年全年营收6.48亿,净利润1.68亿,创造了文旅行业的奇迹。常州和安康开展东西部协作对口帮扶已30年,安康县域旅游和天目湖山水资源有着惊人的相似,“被看见”只是安康县域旅游发展的第一步,在文旅行业竞争激烈的当下,学习借鉴溧阳天目湖旅游发展的先进经验,如何促进安康县域旅游持续稳定发展,保持“长红”效益,将平凡的山水打造成一流的产品,安康县域旅游市场仍有很大发展空间。

#### 以创新复合产品为首要,打通传统文旅场景升级的“新脉络”

天目湖景区内坐落着沙河、大溪两座国家

级大型水库,因属天目山余脉,从空中俯瞰,好似少女脸上的一双明亮的眼睛,故名天目湖。2017年成功上市,是江苏第一家也是唯一一家景区内上市公司,获评国家AAAAA级旅游景区、国家生态示范区和国家旅游度假区。天目湖旅游没有名山大川,也不在世界文化遗产名单之列,如何把小水库变成上市公司,坚持“一站式旅游”是关键。何为旅游的“一站式”?顾名思义,即来了就停下,到这就便是终点。通过对市场的分析和游客的调查,天目湖开发了一系列符合当地资源优势,又相互补充,各有特色的复合产品,满足游客全方位的需求,让更多的过路客成为过夜客,一日游变成多日游,个人游变成团体游。以体验江南山水风光的天目湖山水园和以体验竹文化和寿文化的南山竹海景区相互映衬,让游客全方位拥抱大自然;以体验竹海森林里的御水温泉度假中心和以亲水体验的水世界,让游客冬季、夏季都有项目可选;围绕隐于竹海、伴以温泉两大主题相继开张的9家酒店,不同的定位,不同的档次,满足各个阶层的消费,并围绕夜间经济开发的夜游、夜宴、夜景区系列产品,实现了天目湖全年、全时、全龄、全季的旅游市场覆盖。

安康各县区旅游资源同质化严重,在开发产品时,首先要充分挖掘自身独特优势,弄清楚“我有什么?”“特色在哪里?”要始终坚持每个产品都要具有独特的个性和竞争力,能够保持领先水平,突出引爆力,要以小博大,打造“人无我有,人有我优”的新IP,形成小城的独特标签,以“一枝独秀”引来“春色满园”;其次产品开发一定要突出重点,不能广撒“胡椒面”,做强核心,以目的地引流,选择重点区域和主体景点率先突破,通过核心辐射周边,点与点的理想距离始终保持在黄金半小时,“一

站式”的辐射,而不是“疲惫换乘”,面面俱到。再者复合型的产品注重有所为和有所不为,做多而不做杂,做精而不做滥,每个产品都有自己的定位和特色,产品和产品之间强调共生共荣,相互支撑,做到差异化、错位化发展,选择做休闲度假就不做儿童主题乐园,选择做景区建设就不做旅游地产,“既要还要更要”,结果一样都做不好。

安康县域旅游最大的优势在山水资源,在开发产品时一定要常怀对山水的敬畏之心,如何让山水更美?如何让生活更美好?是我们必须坚守的初心和使命。同时,也要避免为打造流量盲目开发的冲动,为打造网红景点,随意征收古村古镇的老房子进行统一风貌改造或是生搬硬套的“穿衣戴帽”,容易落入“千村一面”的空境,让老村镇过于商业化,而失去乡愁。

#### 以对接游客供需为抓手,打造便利百姓旅游的“新生活”

县域旅游不仅要开发优势的旅游产品,做强服务也很重要。安康的县域旅游在发展中仍面临一些制约因素,承载力与服务水平不够,出现一些减分现象,例如一些景区公厕、停车位、充电桩等配套设施跟不上,“如厕难”“停车难”问题时有发生;从业人员的职业素养不足,服务标准和旅游市场监管的乏力,“宰客”“投诉”现象不能杜绝;酒店、餐饮和民宿等服务设施的储备不足,不能满足游客“吃住行游购娱”全要素保障,体验感差等等,如这些问题长期得不到解决,往往会成为县域旅游“走红”或“招黑”的分水岭。

天目湖打造的一站式服务模式,提出“让服务不断地深入游客的旅游体验中”,从最初的游

客意见调查,到中期的根据不同客户需求提供产品,再到后期的MOT峰值体验设计,游客只需一个电话搞定旅游期间所有服务和活动。创新推出的跟车服务、导游服务、写真拍照服务、送餐配餐以及定期回访等一系列温馨的服务,应对消费者不断成长,旅游需求不断发生变化,供给侧及时调整,真正做到“精准投放”“按需提供”。性价比、轻松自在,是安康县域旅游受到年轻人青睐的重要原因,但凡经历过假期“人从众”,就知道安静自在的时光有多难得;县城并非只有美丽的风景,也蕴含高品质的生活空间;乡村旅居不仅体验慢生活,更是在追寻儿时的记忆,“妈妈的味道”。

这就需要我们要认真分析消费者的需求,从千篇一律到个性化服务,我们可以没有星巴克,但我们有豆腐坊里飘香的豆浆;我们没有五星级酒店,但我们不缺干净、安静、舒适的房间;我们可以没有名胜古迹,但我们不缺故事;我们可以没有名山大川,但村头的那棵古树,县城的古塔古庙仍是最佳拍摄点,用“利他”思维,事事为消费者考虑,提供有温度的服务,让来县域旅游的游客回归生活的本质。

#### 以平台建设为龙头,不断升级县域旅游发展的“新装备”

天目湖的成功经验解析,产品力+服务力+经营力,三者有效组合是旅游项目盈利的法宝,经营需要多元的市场,即多元的消费者市场和多元的经营主体市场。安康毗邻西安、武汉、成都、重庆四个大都市经济圈,通过智慧化手段,进行市场的大数据分析,主动避暑和富硒两个金字招牌,加强科技赋能增效,有针对性地宣传推介,逐步提高影响力和知

名度。在市场经营主体体系建设中,安康稍显乏力,相对单一,而资金不足又是各主体最大的制约因素,如何用有限的财政资金撬动更多的民营资本和金融资本,以此解决基础设施建设和配套服务完善需要的大量资金,往往是县域旅游能否发展起来的关键。“要想富,先修路”,交通的通达和设施的便利,是吸引游客来县旅游的关键,而“钱从何来?”又是老生常谈的问题。

天目湖运营20年来,经历了三次改制,从事业单位到民营企业到上市的国有控股公司,经营主体的市场化、多元化,让资源变资本变资金;基础设施建设从开始各单位“承包制”的行政推动到运用金融项目融资,建设资金不再是问题;成立专项基金招商,做强股权投资,破解依赖土地、税收、财政奖励招商的怪圈,吸引优质工商资本落户天目湖,投资开发房地产、宾馆酒店、度假中心等旅游相关的项目,使得“天目湖”这一地域公共品牌享誉全球,带来无限的附加值。“说一千道一万,关键要有人来干”,人才是最活跃的因素,东部与西部的差距最终还是干部的差距。做强县域旅游,要通过各种途径加强人才队伍建设,培养招引一批留得住、干得来、有热情的人才投身旅游事业。

“道阻且长,行则将至;行而不辍,未来可期”。安康的县域旅游发展前景广阔,基础良好,锚定长期主义,采取培育性发展模式,始终坚持绿色生态优先,紧盯产品复合、服务体系、市场多元三个关键环节,久久为功,持续释放吸引力,绘就一幅陕南县域旅游“诗”和“远方”的新画卷。

(作者系第七批安康赴常州挂职工作组副组长)

## 汉滨区文旅广电局抓好景区防汛

本报讯(通讯员 余迟 马荣志)为了应对夏季强降雨天气,确保暑假期间旅游人员的安全,汉滨区文化和旅游局积极抓好景区景点防汛防涝工作。

局党委组织领导班子成员迅速传达学习省、市、区防汛防涝工作精神,要求从思想上深刻认识到做好今年防汛工作的重要性,强化防灾减灾意识,克服麻痹思想、松懈情绪和侥幸心理,积极做好文旅行业防汛救灾的各项准备。

领导班子成员带队深入各自包抓的旅游镇办、景区景点、旅游民宿、山居酒店、农家乐、重点文物保护单位(点)进行隐患排查,提前防范到位、提前预警到位、提前撤离到位、提前关闭到位。对排查出的安全隐患和问题,督促相关单位及业主安排专人对隐患点进行实时监控,并完善应急预案,制定巡查记录表,认真做好登记。落实汛期隐患排查整改工作方案和防范措施,以重点部位预警监测,现场督导检查等方面为重点,确保汛期文旅行业安全隐患及时消除,监管防范措施科学有效。

通过加强与各部门的沟通联系,建立完善汛期雨情、灾情的预测预报和抢险救援机制,利用QQ、微信工作群、微信公众号、手机短信、抖音、广播等传播媒介,及时发布雨情、水情、地质灾害等预测预报信息,及时采取主动避险等应急处理措施,防范和降低灾害损失。同时持续开展防汛和防灾减灾知识宣传普及活动和应急演练活动,利用各镇办、各村(社区)应急广播,循环播出防汛防灾安全知识、注意事项、应急处置等知识,增强群众防灾减灾意识,提高自救能力。及时提醒广大市民游客,密切关注景区景点的天气变化,加强个人安全防范,不进入未开发的无人区、保护区、私设“景点”“野景点”等区域,不参加高风险、水上娱乐项目,不参与涉山涉水或户外文化和旅游活动,确保个人生命财产安全。



林果丰收



景美人和



环境整治

## 人大助力美丽乡村蝶变

通讯员 张辉

盛夏时节,走进汉阴县城关镇五一村稻油轮作示范基地,错落有致的稻田流淌着诗意的韵律,一望无际,宛如绿色的海洋,轻风拂过,绿油油的稻浪沁人心脾又治愈人心,游客们置身其间,随手一拍都是夏日乡村的田园风光。

“只有把环境搞好了,才会有人来村里游玩,才会吸引投资者到村里办民宿,把村里的旅游经济盘活起来。”五一村县人大代表吴大刚介绍,近年来,在村人大代表联络站充分收集群众意见的基础上,五一村充分挖掘农耕文化资源,发展特色农副产品,融合五一村家风家训文化载体和牡丹、金丝皇菊等“花样经济”,打造农文旅于一体的田园产业,吸引了大量的游客到村打卡观光。

五一村呈现景美、人和、产业兴的气象,是汉阴县城关镇充分发挥人大职能作用,密切联系群众,推动“千万工程”的一个缩影。今年以来,该镇以人大代表“定、晒、评”活动为抓手,组织全镇97名市县级三级代表全参与、盯重点、督难点、献良策、促实效,助推“千万工程”落地见效,通过人大代表组织动员、宣传引导、示范引领等多措并举,使得辖区人居环境实现了美丽蝶变。

为使“千万工程”深入人心,让群众积极参与“千万工程”,该镇人大主席团主动作为,积极发挥人大代表的主体作用,化身宣传员、战斗员、监督员,全力助推“千万工程”落地落实。围绕“千万工程”的重要意义、目标任务、发展举措等内容,通过宣讲会、座谈会、入户宣传等形式,结合各村村情实际,面对面详细解

读“什么是‘千万工程’、为什么实施‘千万工程’、如何实施‘千万工程’、村民如何参与‘千万工程’”,切实加深群众对“千万工程”的了解,将政策理论转化为群众易于理解和接受的语言,让群众听得懂、能领会、可落实。

为营造全民参与“千万工程”的浓厚社会氛围,该镇人大充分利用微信、微博等新媒体平台,通过发布短视频、图文信息等方式,生动展现“千万工程”的成效,让群众感受到实实在在的获得感。同时,邀请群众代表、村干部、乡贤、致富带头人、企业负责人等,开展“我为‘千万工程’代言”,依托人大代表联络站,建立“千万工程”宣传栏,定期发布工作动态、经验做法和先进典型,引导群众关注和支持“千万工程”。截至目前,全镇共开展各类宣讲活动53场次,覆盖群众35000余人,有效提升了群众对“千万工程”的知晓率和参与度。

群众有期盼,党委有部署,人大有落实。发挥人大作用,深入一线调研是推动“千万工程”提质增效的重要举措。“村容村貌如何改变?集体经济如何壮大?产业如何发展?各村面临的困难是什么……”不能只看“窗口门面”,不进院落角巷,更不能泛泛而谈、坐而论道。今年以来,该镇人大先后29次深入各村与群众面对面座谈交流,了解民意,收集意见建议,并召开专题会议,研究工作方案,制定具体措施,全镇梳理归纳了6大类23个问题清单“点对点”交到各职能办公室。“‘知表、知里’才能发现问题,一一对应制定可操作性的措施才能解决难点。”镇

人大主席徐平表示,村民群众的意见每日督办,一线调研的情况每周汇总,推动“千万工程”才能顺民心、见实效。产业兴旺是“千万工程”的重要基础。二季度以来,该镇人大深入田间地头,积极为产业发展出谋划策、牵线搭桥,结合各村资源禀赋和产业现状,引导群众发展特色产业和优势产业。在果品产业管护工作中,镇内13名人大代表组成“技术指导联盟”,定期到各林果产业园开展技术服务,通过代表的引领带动,辖区蜂糖李、黄桃、猕猴桃、葡萄、西瓜等产业同比去年增加26%的产量,果品产业超过300万的纯收益,有效带动了群众增收。

人居环境大整治,乡村面貌增“颜值”。为助力村美人和、共富的乡村画卷在城关镇徐徐展开,该镇人大代表积极响应号召,与群众一起清理垃圾、整治乱搭乱建、美化绿化环境等,推动村庄人居环境向美丽宜居、规范有序、文明和谐转变。今年以来,该镇人大组织人居环境集中整治13次,出动人大代表563人次,整治河道3公里,排查整改问题163处,有效改善了全镇环境卫生,全面提升了群众的幸福感和获得感。

“千万工程”,万象更新。在新的起点上,汉阴县城关镇人大广集民智,用实际行动擦亮了宜居宜业和美乡村的幸福底色,有力推动了锦绣汉阴魅力城高质量发展生动实践,奋力谱写深化“千万工程”、助力乡村振兴的人大篇章。



田园风光