

桃花灼灼产业兴

本报记者 赵梅

中小城市应差异化做大文旅品牌

城市成为游客“心头好”。有以烧烤、螺蛳粉等美食“出圈”的淄博、柳州，有凭影视剧“圈粉”的江门、大理，还有依靠英歌舞、放风筝等文化活动火起来的潮州、潍坊。不同的路径为中小城市塑造文旅品牌打开一片新天地，也同时抛出一个问题，在市场竞争日益激烈的当下，是否能有更多中小城市做大文旅品牌？

当前，文旅产业底层逻辑已经发生改变，从狭义游玩玩水迈向广义文旅融合，从传统的自然景象、人文景观发展到万物皆场景、处处皆可游。底层逻辑的改变，极大地丰富了产业的想象空间，为更多中小城市脱颖而出奠定基础。

在通向做大做强文旅品牌众多道路中，中小城市必须树立差异化发展思路，在“千城一面”中回答好“我是谁”，建立独特的城市形象。我国拥有数千年的文化历史，广袤的大地上处处都有讲不完的故事，只要肯挖掘、善挖掘，一定能找到属于自己的城市符号。这种符号是基于城市精神、历史、文化、资源的独特概括，同时也要有鲜活的具象表达。

鲜活在于动人。一个城市的动人之处在于其故事生动，此间的人与事，决定了消费者的认知和期待，构成了文化产品的底蕴和内涵。只有让以城市形象为根基的文旅产品具有更强的社会价值和情感触动能力，才能使其成为连接城市与消费者的桥梁，具备成长为品牌的前提。在文旅品牌建设过程中，中小城市要始终紧扣自身特色持续经营，强化政策支持，用小切口、精服务的运营思路，契合文旅融合新阶段的消费需求，着力提升吃、住、行、游、娱各个环节的体验，不断强化品牌辨识度，实现文旅业态、城市发展和民生建设的多方共赢。

此外，中小城市发展文旅产业，还需要找准发力点，切忌贪多铺大。实践证明，中小城市往往资源不足，大拆大建的资金密集型做法风险大、见效慢。许多地方新建的“仿古街”最终走向冷清，不仅造成了资源浪费，也破坏了城市原本的文化脉络。在这一轮的中小城市旅游热中，更多的城市应该学会“花小钱办大事”，用较少的“硬投资”撬动“软环境”的提升，把钱花在刀刃上，以人为本，从消费者出发，在“烟火气”中经营文旅品牌；还要力戒“花大钱办小事”，真正把资金与政策投入营商环境提升、人文素质提高等需要久久为功又利于长远的事情，从根本上筑牢城市发展的基底。

本版编辑 李静 美编 王子莹

“在那桃花盛开的地方，有我最爱的家乡”——曾流传于大街小巷的歌曲《在那桃花盛开的地方》，充分展示了被誉为“中国鲜桃之乡”“中国优质白凤桃生产基地”的甘肃省兰州市安宁区“桃产业”发展的魅力。

“桃文化搭台，唱经济大戏”。近年来，安宁区深入推进“十里桃乡”再造工程，突出品牌保护，致力保持桃园面积，促进农业与旅游业有机融合，做足做好“桃产业”发展文章，推动“桃品牌”资源不断发展扩大，“桃产业”收入节节攀高。

再造“十里桃乡”

桃红柳绿，鸟语花香。走进甘肃省兰州市安宁区安宁堡街道的桃林，一树树绚烂的桃花营造出春天的美好景象。

4月中旬，以“相约桃乡安宁 在那桃花盛开的地方”为主题的2023年第40届兰州桃花会开幕式暨招商引资项目签约仪式，在兰州市安宁区仁寿山举行。

兰州桃花会始于1984年，从最开始的单纯观景赏花发展到如今集文化交流、旅游推介、招商引资于一体的综合性节会。此次桃花会在观景赏花的同时，以文艺演出、非遗展、美食嘉年华、田园体验游等多项精彩文化活动展示了桃文化、黄河文化、丝路文化的独特魅力。

安宁堡曾经桃林面积很大，但随着城镇化发展步伐加快，桃园面积逐年减少。

“十里桃乡”是安宁鲜明的地域特征，为留住“美丽桃乡”记忆，安宁区提出再造“十里桃乡”构想，从完善政策、增加投入、拓展发展空间、实施保护等方面入手，全力实施桃子“稳川、上山、进沟”项目，重塑因城市开发而逐渐失去的桃产业优势。

安宁堡街道有效利用周边800亩山地，重点发展山地桃林，打造“种养游”为一体的有机白凤桃生产基地，通过利用番坡台、米地沟和深

沟原有山势地形地貌，对原型砂厂取砂后的土地进行恢复治理，建成有机白凤桃种植基地760亩、景观桃园500亩、定植桃苗40000余株。

“我们采取‘稳川、上山、进沟’策略，依托安宁堡原有的1600亩桃园，在山川发展了800亩有机桃基地，在九合镇插花地发展桃产业400亩左右。”安宁区农业农村局副局长吴照用介绍。

打造产业集群

在安宁区安宁堡街道农业服务中心精品园的大棚里，一个个白凤桃长势喜人。

“现在已进入迅速膨果期，再经着色后就成熟了，最迟6月1日可以上市。”安宁堡街道农业综合服务中心精品园负责人刘有硕介绍，大棚白凤桃的种植对温度的要求很高，有一定的难度。

刘有硕说，2013年他们进行了大棚反季节白凤桃种植试验，2016年获得成功。在近几年的不断摸索中，他们总结出了成功经验。大棚反季节白凤桃不仅可以提前上市，而且品质都达到了标准。目前，如何降低种植成本并进行推广是需要解决的难题。

在位于安宁区的范坡台“中国白凤桃示范基地”，安宁堡街道农业综合服务中心技术员朱家旭正在察看黄家滩社区村民朱宗培在基地桃园疏花情况。

“疏果不如疏花，疏花不如疏苗，田间管理水平最终决定桃子的商品率，所以在早期就不能让养分流失。”朱家旭说。

今年66岁的朱家旭祖辈三代人都种桃，19岁就开始种桃的他更是积累了丰富的种桃经验，是安宁堡街道农业综合服务中心聘请的“土专家”。他在管理白凤桃基地桃园，进行新品种引进、示范、推广的同时，为桃农发放自制农药等物资，指导桃农进行科学的田间管理。

提升品质、重塑擦亮“老字号”品牌，是安宁桃产业发展的重中之重。安宁区在推进桃

园标准化建设的同时，聘请辖区土专家、田秀才，对桃农进行桃树选种、育苗、树木定型修剪、田间管理等方面的标准化操作指导。

“安宁‘白凤桃’品牌打出去了，我们的桃子不愁卖！”种植户朱宗龙的桃因品质好多次获“桃王”称号，他有4亩桃园，早在成熟前1个月，桃子就已经被预订完了。

“我现在也通过线上销售，销往北京、上海、广州等地。”朱宗龙说，随着安宁“白凤桃”品牌的不断发展，他的销售版图正在不断扩大。

“我们建成了安宁堡白凤桃产业园。园区占地108亩，有8亩设施温棚、100亩大田，主要针对白凤桃反季节种植和延长采摘期、提升口感等方面进行试验性栽培。园内有桃树6480余株，历年来共引进新品种106个，其中白凤桃、迟白凤、大久保、白龙等16个品种已推广种植形成桃产业主打品种。”安宁区安宁堡街道农业综合服务中心主任晏青说。

吴照用说，安宁区正在持续加大桃产业保护力度，通过不断加强品牌建设，建设现代化产业园；打造种植、康养、旅游为一体的经济实体，逐步打造“桃产业集群”。

升级乡村旅游

在安宁堡街道云锦苑农家乐后院，桃花正艳，老板张树凯在忙碌着采购食材。

张树凯的奶奶是桃农，他在桃园中长大。一次偶然的机会，出租车的父亲看到了农家乐发展商机，便办起了农家乐。4年前，他开始接手经营这个农家乐。

“兰州烩菜、大骨头、糟肉等兰州风味很受游客欢迎。”张树凯说，因为已经开了20多年，他们吸引了很多老顾客。如今，他也常通过微信朋友圈等形式推广农家乐菜品。

每到桃子成熟的季节，顾客不仅可以品尝赠送的桃子，还可以自己体验采摘。

椰子树、凤尾竹等热带植物营造出的东南

亚风情，淘气堡、戏水池、羊驼……与云锦苑传统农家乐不同的是，定位面向年轻群体、装修风格别具一格的南门小院农家院一开业就成了网红打卡地。

“我们精心筹备的套餐五一期间上市后，很受欢迎。”南门小院农家院负责人刘正磊说，他们的餐饮有中餐、火锅、涮羊肉等多种形式，以川菜和陇菜为主，并根据经营情况，不断开发新品。

“我们享受到了发展‘桃经济’带来的红利，邀请更多游客来赏花、逛桃园，让桃乡发展得越来越好。”刘正磊说，因为是乡村生态游，除了观赏桃花和假日周末游外，桃子成熟时，桃农会将一部分桃子放在农家院门口售卖，还会送给游客品尝，不仅很好地宣传了安宁白凤桃，还增加了收入。

“我们的农家乐采用‘农园+农户+旅游+互联网’的运营模式，70%从业人员为本地居民，解决固定就业人员2000余人。在安宁白凤桃盛产的8月，游客数较多，农家乐还为周边高校学生提供勤工俭学和社会实践的机会。”安宁区安宁堡街道农业综合服务中心副主任朱家旺说，近年来，他们依托环境优势，大力发展乡村旅游，成效明显。

为推进“桃经济”和乡村旅游的产业化融合，安宁堡加快“美丽桃乡”建设，充分发挥安宁特色桃品牌优势，大力推进农业与旅游业的深度融合。

“我们充分依托‘桃花会’等节会经济，整合休闲旅游资源，持续开发以农家乐、生态观光游览为主的特色旅游产品。”安宁区文旅局工作人员万梅娜介绍，安宁“农家乐”主打桃主题特色，吸引了众多游客。

安宁区连续举办了40届兰州桃花会，通过举办桃诗咏大赛、书画摄影大赛、评选桃花使者、赛桃会、鲜桃采摘节等活动，极大提高了安宁“桃乡”的美誉度和知名度，推动旅游业全面发展。

宁波的流量密码

本报记者 郝进东

浙江省宁波市宁海县是“5·19中国旅游日”发祥地。400多年前，一代游圣徐霞客在他的游记里开篇第一句便写下“自宁海出西门，云散日朗，人意山光，俱有喜态”而游遍中国。自2002年起，宁海县巧借《徐霞客游记》开篇语已举办20届“徐霞客开游节”。如今，记者再次来到宁海县采访，感受到旅游市场持续升温的喜人态势。

4月15日至16日，在宁海县西门城楼，中国内地唯一加盟勃朗峰超级越野赛世界系列赛的宁海越野挑战赛举行，4500余位参赛选手从这里开跑。宁海城区以及越野赛沿线的部分酒店、民宿一房难求。

“相比今年3月、4月的人住率提升较为明显，提升幅度在10%左右。”宁海喜来登酒店总经理刘德旺表示，“有相当一部分客人在参加完越野赛后续住了一两晚。”

“越野跑”举办后，来村里旅游的人也明显多了起来，村里的农家乐生意也火了起来。”在宁海岔路镇天河村，村党支部书记姜启余激动地说，精彩的越野赛促进了村里吃、住、行、游等各

方面的消费。

与此同时，“2023中国·强蛟海钓精英赛暨浙江省锦标赛”在宁海县强蛟镇举行。众多精英钓手角逐海上竞技垂钓赛，进一步让宁海的酒店、民宿、饭店、特产小店等迎来一波旅游消费热潮，促进了当地旅游经济全面复苏。胡芸潇在强蛟镇经营了一家餐饮店，平常的营业额保持在每天3万元左右。海钓节的举办，让营业额翻一番的目标轻松实现了，“生意挺好的，我们翻台都来不及”。

因体育赛事纷至沓来的“访问量”，极大地推动了宁海文旅产业发展，其中住宿成为最大赢家，按照数据估算，宁海各大酒店在近期时间迎来今年的首个住宿小高峰。“赛事期间，不仅经济型酒店爆满，而且高星级酒店也几乎满房状态。”宁海县相关负责人介绍，今年正值亚运会，为了迎接亚运盛会，接下去宁海还将举行“环中国自行车业余赛”“全国青少年U系列式7人制橄榄球系列积分赛”“长三角滑翔伞邀请赛”“长三角龙舟赛”等大型赛事，进一步提高餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售等方面的经济效益，提升宁海旅游的知名度、美誉度。

“石头古村”轻奢音乐节、露天篝火烧烤、自驾房车体验……宁海县许家山房车露营地吸引了百余名来自长三角地区的自驾游爱好者，他们以巡游形式游览了宁海前童古镇、西门城楼、伍石山窟、十里红妆博物馆等网红

景点，体验轻奢露营音乐会，打卡“宁海式”微度假生活。

这是宁海布局“露营游”新场景带来的热效应。随着市场持续回暖，宁海县聚焦“谁来玩”“玩什么”“怎么玩”，推动消费群体扩面、消费供给提质、消费环境完善，从打造“风景+旅游”到打造“场景+旅游”，进一步激活消费潜能，促进旅游市场复苏回暖。

吸引大量客流的不只是许家村，宁海全域场景合力形成了一股引力。雁苍山旁“小羊皮洞瀑布”的古装大片登上抖音热搜，一市虎头岩房车营地节日期间一席难求，畅享冰雪之趣的第一尖雪山欢乐谷让游客过足雪瘾，“赏花+露营”让来强蛟镇骆家坑乡村旅游的游客络绎不绝。宁海旅游频频出圈，霸占多个社交平台热搜榜。

“这里海水特别蓝，风平浪静，是绝佳的海钓基地。”上海选手俞申武对宁海湾优美的生态环境赞不绝口。强蛟镇峡山村打造集品牌、垂钓、出海休闲于一体的生态休闲游，“蓝湾绿岛”间的滨海美景和良好海钓鱼情，去年为全村带来旅游综合收入超5000万元。

积极开拓潜在新客源，宁海聚焦学生群体，做好“旅游+研学”。联合院校、企业、村社打造国际研学基地、非遗研学体验馆、田园综合体，开发乡根探寻之旅等研学产品，举办农事体验类研学活动，增强研学魅力。如桑洲南

与舍民宿开设“南山文化讲堂”，已接待中小学师生、家长7000余人次。聚焦美食群体，做足“旅游+珍鲜”。摸排美食资源和地方菜系，统筹商务、餐饮协会、酒店推出霞客宴，与童童豆腐宴等共建“霞客宴+乡镇特色菜”品牌，邀请美食群体尝鲜推广。

连续举办20届的“徐霞客开游节”，是宁海精心烹制出的一道旅游盛宴。今年的第二十一届徐霞客开游节以“美好中国，幸福旅程！天下旅游，宁海开游！奔赴山海，喜迎亚运！”为主题，设置了“霞客开篇”“全城开游”“文旅开市”“惠民共享”“火热开赛”共五大板块近20项活动。

此外，宁海精心打造前童童会、胡陈桃花节、岔路葛洪文化节等50余个特色节庆，形成了“春赏花、夏品果、秋运动、冬养生”以及“东美食、南民俗、西温泉、北滨海”的品牌节庆体系。节庆活动数量之多、内涵之丰富、品质之高，在全国地级城市中屈指可数。众多节庆年均均为宁海带来游客800万人次以上，带动消费约80亿元。

截至去年，宁海全县共有447个“微改造、精提升”项目竣工，这些项目串珠成链、以线带面，推动乡村风情、滨海运动、森林温泉、古镇养生、都市核心等旅游板块全域扮靓，让“一处美”变成“处处美”，实现了宁海旅游业高品质提升和高质量发展。



游客着汉服在安宁区仁寿山生态文化旅游景区内游览。(安宁区委宣传部供图)



游客在宁海县前童古镇体验当地“十里红妆”嫁女习俗。(蒋攀摄/视觉中国)