

旅游消费淡季不淡

红色资源带来“金色”效益

本报记者 刘兴

“楼梯岭会议旧址是红军共同前委‘三月分兵’发布地、‘农村包围城市’军事思想的成熟地、‘批评与自我批评’的早期实践地……”近日，位于江西省赣州市章贡区沙石镇的楼梯岭会议旧址又一次迎来客流高峰。大批游客聆听着导游讲解，追寻红色印记。摆满了茶叶、油茶、蜂蜜等当地特产的楼梯岭会议旧址旁的商店内，游客同样络绎不绝。

经营商店的楼梯岭村民陈文灿告诉记者，自己曾长期在外务工，由于没什么手艺，既没赚到钱，又照顾不了家庭。“村里大力发展红色旅游，吸引的游客越来越多。这是个商机，于是我选择回家创业。”陈文灿说。

近年来，赣州市立足红色旅游资源禀赋，充分挖掘红色文化，大力探索“红色+研学+旅游”发展路子，拉动内需，让红色资源转化为“金色效益”。今年以来，仅楼梯岭会议旧址已累计接待游客上万人次。

在龙南市龙南镇的省级红色名村红岩村烟园围，许多党员干部和中小学研学团队前来开展活动。“1932年，中国工农红军曾进驻此处客家围屋，期间刷写了大量红军标语，烟园围也被称为红军围……”志愿讲解员向一群小学生介绍。以举办第32届世界客属恳亲大会为契机，龙南市加快实施综合提质提效项目，对红色研学、客家文化研究、团建拓展、户外体验业态及旅游配套等进行提升打造，为中小学生研学及广大游客提供更好体验。

在赣州市石城县，连日来，红色旅游景点成为市民出游的热门打卡地。石城县立足“小而精、小而全”的标准，不断夯实红色旅游基础。一方面推进红色旅游与生态体验融合，深入挖掘景区景点背后的红色故事和红色人物，打造“红色旅游+生态体验”融合发展模式；另一方面推动红色旅游与现场研学融合，做好“红+古+绿”结合文章，将红色资

源与人文、自然资源串珠成链，红色引领、古色添彩、绿色辉映，吸引本地和外地师生纷纷前来研学培训。

得益于红色文化和红色旅游融合的带动，“红色赣州”金字招牌吸引了大批游客前来感受赣州独特的文化魅力。今年下半年以来，随着红色游持续升温，赣州市各大红色景区游人如织，带旺了人气，也促进了消费。

在瑞金共和国摇篮景区，来自各地的党员干部纷纷到此寻根溯源；在赣州市博物馆，“筑梦红船 童心向党”“寻迹千年 宋城拓影”等主题社教活动受到中小学生追捧；在赣州方特·东方欲晓主题公园，观看《东方欲晓》《岁月如歌》等大型剧场表演项目，体验《铁道游击队》《突围》等身临其境的互动项目……10余项独家打造的大型高科技红色主题项目让游客全方位感受红色文化魅力。

目前赣州共有红色旅游A级景区10处。赣州“红色摇篮·革命赣南”红色旅游线路纳入“建党百年红色旅游百条精品线路”，“新时代下‘红色旅游+’的新路径探索——江西于都打造中央红军长征出发地红色旅游发展典型案例”被评为全国红色旅游发展典型案例。赣州还全力推进红色名村建设与红色旅游、乡村振兴等工作融合发展。2021年，赣州市高标准打造120个市级以上红色名村，把红色名村建设成为乡村振兴示范村，红色名村共发展致富产业371个，推出乡村旅游线路122条，创建省级3A以上乡村旅游点12个，培育党员创业致富带头人756名。如今，红色名村建设累计带动3.2万余名群众就业、致富，平均村集体经营性收入达58.44万元。今年前8个月，赣州全市红色旅游接待人数3177.49万人次，实现红色旅游收入312.27亿元，约占全市旅游总接待人数和收入的45%左右。



游客在位于沙河口区的大连圣亚海洋世界游玩。 本报记者 温济聪摄

多彩活动玩转冬日

本报记者 温济聪

携家人一同参加位于沙河口区的神圣海洋世界“圣亚2023暖冬计划”，参观工业文化旅游新地标——冰山慧谷，来普兰店区的鑫玉龙公司参加海参冬捕，到中山区青泥洼桥街道悠游南山文化旅游休闲街区来一次复古骑行……大连文旅消费淡季不淡。

记者见到鞍山游客刘荣辉时，他正在大连圣亚海洋世界海底隧道游玩。“真没想到在淡季，大连的旅游项目还这么多。除了海洋馆外，我还对海参冬捕、市集消费感兴趣。”刘荣辉说。

为了让旅游淡季不淡，大连圣亚在今年冬天发起“圣亚2023暖冬计划”，策划了一系列精彩又暖心的室内活动。大连圣亚旅游控股股份有限公司总经理褚小斌介绍，深受游客喜爱的《海豚湾之恋》《功夫海象》《白鲸传奇》三大王牌演艺节目在冬季继续精彩绽放。圣亚还将于12月推出首届“SOW圣亚杯·海洋探索挑战赛”，以圣亚为背景，海洋生物科普知识为核心，家长陪同孩子一起寻找线索、寻找答案，勇闯珊瑚世界、海洋世界、极地世界三大主场馆，完成海洋世界的科普挑战赛。

大连鑫玉龙海洋生物种业科技股份有限公司总经理赵树全表示，鑫玉龙立足普兰店区平岛，让辽参全产业链、平岛自然景观、参文化主题、海洋牧场等多种资源融为一体，形成了多门类、全业态的产业发展布局，打造出生态深度融合的产业化集群。同时，打造“百亿级国家辽参数字产业园”和“渔光互补示范区”项目，创优“辽参看大连，大连辽参看平岛”的特色农业品牌。“我们要实现集品牌化、差异化、数字化、规模化、生态化、集约化、特色化为一体的一二三产融

合发展。”赵树全说。旅顺口区尝试网络营销，各大景区在淡季利用各种新的营销手段吸引游客，通过拍摄短视频、直播等方式，让游客实时了解景区情况。

初冬，来悠游南山文化旅游休闲街区观赏彩叶的游客络绎不绝。青泥洼桥街道坚持文商旅融合，积极打造悠游南山品牌，着力推动街道提质升级取得初步成效。“很多游客观赏完彩叶后，来到我们店里喝喝咖啡，坐在窗边欣赏山景和建筑之美，享受难得的惬意时光。”“山”品牌创始人赵思维说。

在大连东港商务区西北侧，东北首个光储充一体化充电站正在为来自各地的游客带来便利的电动汽车充电体验。东港商务区作为大连文旅经济的重要增长极，电动汽车充电需求也大幅增加。为此，国网大连供电公司也在充电站内建设配网柔性直流系统，在实现周边商务区电源切换“零感知”的同时，也为充电站带来了更加稳定可靠的供电保障。

庄河市的休闲观光农业资源丰富，素有“草莓之乡”的美誉，其中又以光明山镇种植的草莓最为出名，游客对这里的草莓大棚休闲采摘很感兴趣。农行大连庄河支行创新“金穗草莓贷”信贷产品，今年已累计投放4100万元惠农贷款。在金融活水浇灌下，当地草莓产业已具规模，吸引了不少游客。

为进一步提振文旅消费，全面增强文旅市场活力，建行大连分行借助“建行生活”平台开展“美丽家园 多彩生活”活动，通过发放热门景区商户满减优惠券覆盖周边餐饮、商超，助力广大游客及市民朋友享受冬日多彩生活。

近年来，不少地方市场监管部门开始发布餐饮红黑榜，定期对餐饮服务单位进行检查评价，表现优秀的进入红榜，自然赢得更多消费者的青睐；不达标的则被列入黑榜，不仅被责令限期整改、实施重点监管，还将失去许多消费者的信任。

红黑榜评判标准包括食品安全、环境卫生、人员管理、制止餐饮浪费行为、消费者投诉情况等，较为全面地反映了餐饮服务单位的真实情况。在消费者“用脚投票”的餐饮市场，红黑榜的评定进一步强化了守信激励和失信惩戒，督促餐饮服务单位落实食品安全主体责任，增强文明经营、诚信经营的自觉性。

对于消费者来说，想要评估一家餐馆是否符合规范，主要通过监管部门公布的奖惩信息，其他消费者的评价和自己的现场观察，但能获得的信息十分有限。餐饮用具卫生情况和服务人员健康状况等更是难以直观判断。当市场监管部门当起“探店主播”，红黑榜成为消费者了解餐饮服务单位的官方窗口，为消费选择提供更具公信力的参考，消费者的知情权和自主选择权才能得到更充分的保障。

餐饮行业监管常常面临违法违规易反复、整治成果难维持等问题，红黑榜的设立能够发挥长效监管作用。红榜示范、黑榜鞭策，市场监管与舆论监督同向发力，既激发出餐饮服务单位提升服务质量和商业信誉的动力，又起到“曝光一家、整改一批、教育一片”的效果，倒逼餐饮服务单位规范经营行为。

要注意的是，监管监督的目的是促进行业规范、提升。红黑榜评比只能反映当期检查情况，对餐饮服务单位的监管则是动态化、常态化的。如果发现红榜单位不再符合规定要求，就应将其从榜中剔除，督促红榜单位持续发挥示范作用；对黑榜单位要及时处置、重点监管并开展“回头看”，给足其更正改进的机会，在规定时间内完成整改并验收合格的，要及时向社会公示整改效果。让红黑榜的评比“动起来”，强化配套机制支撑，不流于形式，才能实质性解决问题的同时提振消费信心。

监管监督不能违背公平竞争的市场原则。红榜单位不等于得到政府背书，黑榜单位也不能被施加不合理的歧视性限制。评定标准应是客观、平等、一视同仁的，对于餐饮服务单位等就红黑榜提出的异议，也要畅通反馈和核实通道，确认内容有误的，应该及时予以更正并公布，消除不良影响。

打造诚信经营、放心消费的市场环境，需要构建行政监管、行业自律、社会监督、公众参与的共治格局。目前一些地方推出了餐饮“安心码”，消费者扫码即可对商家进行满意度评价，还有一些地方探索开展执法直播，让更多公众了解监管一线。一期期榜单、一次次扫码、一场场直播，潜移默化地增强了公众对餐饮行业监管工作的参与感和获得感。期待更多创新举措出台，推动共治格局加快形成。

让红黑榜动起来

曾诗阳

动起来



赣州市石城县推出的研学游活动广受游客欢迎。

本报记者 刘兴摄

灵武长枣为啥这么“红”

本报记者 许凌

今年，宁夏灵武长枣太“红”了：国庆节期间，因长枣热销全国各地，往年银川人走亲访友常带的伴手礼长枣竟然成为稀缺品。

“全市有长枣种植基地6.83万亩，枣农3万余人，年销售量2300万公斤，产值过亿元……”灵武市自然资源局林果中心副主任王贵云告诉记者，线上两广电商蜂拥而至，线下上海采购商一次性运走几十万公斤，本地商贸大户将长枣出口至泰国、荷兰、迪拜……

灵武长枣为啥这么“红”？记者来到灵武一探究竟。

“国庆节前后我们这里的交易市场，来买长枣的人流、车流络绎不绝。”灵武市临河镇上桥村村民马国力告诉记者，“要想了解灵武长枣为什么卖得这么火？来，我给您介绍几位全国各地的采购商。”

上海华荣市场的采购员王鹏说：“今年7月我抱着试试看的心态来到灵武，第一次采购1000多斤灵武长枣运到上海华东超市，市民们不仅对这种红褐色果皮、长椭圆

形状的长枣很好奇，尤其对其绿白色果肉、酥脆酸甜的口感非常喜欢，不到一周就抢购一空，于是8月份我又一次性采购19万斤长枣分销至上海大小超市。”

“这几年灵武长枣热销广州深圳市场，消费者还是看好长枣的营养价值。”广州电商刘永奇说，“灵武长枣含糖量低、酸度适中，特别是维生素C、蛋白质、钙、磷、铁等矿物质含量都高于国内其他枣产品。”

王贵云告诉记者，灵武长枣已有1300年的栽培历史，鉴于它的抗逆性强、果实营养丰富、药用价值高、发展潜力大等特质，十几年前灵武市确立长枣种植业为当家特色产业。经过多年发展，目前发展格局业已形成，在“协会+公司（经济合作社）+基地+农户”的运行模式基础上，正加速对临河、东塔等传统产区品种优化、树形改良，对白土岗等新兴产区扩规增容、提质增效。“近年来，灵武长枣的品牌效应凸显。”王贵云说，2006年灵武长枣被认定为地理标志产品，近几年集中打造“灵丹”“沙漠鲜”“塞上胭脂”三大核心品牌，培育特色商标15个，建立全国绿

色食品基地标准化生产基地1个，发展绿色食品认证企业2家。

“灵武长枣销售红火的原因很多。”宁夏西域沃土生态农业有限公司总经理张中亮说，“首先得益于灵武持续狠抓规范化、标准化高质量发展体系。2008年‘灵丹牌’‘灵武红’等7个产品通过了ISO9001:2000国际质量管理体系认证；2019年灵武长枣被国家九部委联合认定为第二批中国特色农产品优势区；2021年我们公司首次出口泰国市场1吨、迪拜市场6吨、荷兰市场3吨。”

被誉为“设施长枣之王”的灵武大泉林场副场长万仲武说：“新技术带来高效益。”万仲武递过来一本厚厚的宣传册，里面介绍了灵武市近几年与宁夏农林科学院、宁夏大学等科研院所研发的新品种。围绕长枣组选、稳选、补选、延选、强选，他们先后开发出长枣优系2号、优系4号等品质好、产量高的畅销品种。万仲武告诉记者，长枣种植期，从发芽、开花到水肥，关键是要控制温度，经过与科研单位反复研发攻关，

他们终于实现反季节种植错峰上市，提前6个月上市的长枣售价是大地种植的4倍。

“灵武长枣今年卖得这么好还得益于近两年积极拓展高端市场。”北京电商杨佳英说。灵武反季节设施长枣种植面积达1200亩，产量达55.1万公斤，鲜食枣品质好、价值高，供不应求，远销广州、深圳、上海、北京、天津、南京、成都等多个省市50多个地区中高端市场。自2020年以来，灵武长枣4月底前平均售价300元/公斤，5月底前150元/公斤，9月底前20元/公斤，全年平均售价40元/公斤，实现了产值从千万元到亿元的跨越。

“从种好到卖好，十几年来灵武走过艰难曲折的路。”银川市副市长、灵武市委书记刘国强说，“目前灵武长枣已成为全市发展现代农业、推进乡村振兴的特色优势产业，未来几年将加大优质基地、示范基地创建，加快技术成果转化应用，使灵武长枣走上基地化、规模化、品牌化的高质量发展之路，丰富市场供给，争取更高经济效益。”



灵武长枣挂满枝头。 赵惠摄(中经视觉)