

田园风光好 游人去复还

——从旅游热看京郊民俗业发展

□□ 本报记者 李庆国 王芳

“久在樊笼里，复得返自然。”这是人们在经历了新冠肺炎疫情的“寒冰”后，释放出巨大热情的真实写照。眼下虽然已经进入冬季，大家旅游的热情依然不减，纷纷到京郊放松心情。

在这波旅游热潮中，有种旅游方式格外引人注目。它使人感受鸟语花香、微风拂面，在诗情画意的田野中畅快呼吸，体验原汁原味的民俗文化，这就是近年来兴起的乡村民俗游。

据了解，北京市自新冠肺炎疫情得到有效控制以来，各区县周边游、京郊游、短途游迅速升温并持续火爆。据不完全统计，中秋及国庆假期期间，精品乡村民俗的出租率达90%。京郊民俗游再次走上可持续发展的健康之路，必将为北京乡村振兴的扎实推进再立新功。

民宿回暖助力乡村振兴

近年来，北京市把乡村旅游业作为推进乡村文化振兴和产业振兴的重要支柱。

今年“十一”前夕，随着北京新冠肺炎疫情逐步稳定，为助力京郊乡村民俗复苏，北京市政府结合本地情况，陆续出台《关于促进乡村民俗发展的指导意见》和《京郊精品酒店建设试点工作推进方案》等文件，首批已有12家位于门头沟的精品民宿品牌办齐“一照、两证、一系统”相关手续，民宿行业也被纳入了北京乡村旅游

政策性保险补贴范围。

除此之外，北京市各区乡镇也相应出台了具体的政策和措施。其中，西城区于2019年一次性出资4亿元，门头沟区将连续3年每年出资1亿元，联合成立乡村振兴绿色发展专项资金，通过以奖代补、贷款贴息、担保费补贴等方式，吸引优质社会资源向门头沟区集聚，打造精品民宿项目；怀柔区出台《怀柔区乡村民宿服务质量等级划分与评定》标准，规定被旅游行业主管部门评定为银宿级民宿、金宿级民宿的经营单位，给予奖励支持。据悉，银宿级民宿一次性奖励10万元，金宿级民宿一次性奖励12万元。通过政策扶持，10月京郊旅客流量不断跃升，民宿入住率稳步向好。

这一系列政策和措施的实施，使京郊民俗游迅速回暖。据了解，目前北京乡村民俗已有699个品牌，日接待量1.7万人次，乡村民俗业真正步入精品化、品牌化发展的“3.0时代”。

民宿扶持带动增收致富

“十一”期间，北京延庆小观头村7个院落全部满房，接待游客500人次，营业收入达21万元。村民贾艳飞告诉记者，自己之前在城里上班，虽然挣得多一些，但是租房花销也很大。2015年，听说村里民宿招管家，她便回到了村里，经过培训做起了管家大姐。“我现在每月能挣3000多元，纯收入和以前差不多，但工作的心

情不一样了，每天和孩子老人在一起，还能呼吸新鲜空气。”贾艳飞说。

近年来，北京郊游越来越热，乡村民俗业也渐渐火了起来，特别是在新冠肺炎疫情常态化防控的背景下，北京市出台了一系列促进乡村民俗发展的政策，为京郊民俗带来了新发展的机遇。越来越多像贾艳飞一样的村民选择回乡发展，在民宿的土壤中生根发芽，创收致富。

长期以来，北京市委、市政府高度重视低收入农户帮扶工作，2016年后，北京市把帮扶工作作为打好三大攻坚战的一项重点任务，深入实施了“六个一批”精准帮扶措施，取得显著成效。2018年进一步加大力度，由市属国企与低收入村开展“一企一村”结对帮扶，发展了一批各具特色的精品民宿，成为带动农民就业增收和村集体经济发展的支柱产业。今年10月20日，北京市农业农村局举办“在那里”低收入帮扶系列推介活动，推介会上，4个区的9个低收入村精品民宿现场做了宣传推介，展示近年来低收入村的产业发展成果。

据了解，9个低收入村精品民宿已带动200余名村民就业，还带动了周边果品休闲采摘和特色农产品销售。

京郊民俗游转型升级势头强劲

民俗业如何发展？是否还有发展的空间？根据木鸟民宿发布的《2020国

庆出游民宿预订数据报告》统计显示，今年“十一”假期，订单较去年同期增长4成，市场增幅明显。房客预订住宿场所的选择从酒店延伸出更丰富的场景，聚会和体验成为房客选择民宿的新需求，网红民宿成为年轻人聚会和拍照的新潮流，打破了民宿只能住宿的认知局限，将新民宿的理念传播给更广泛的受众群体。

由此可见，即使遭受新冠肺炎疫情的重击，北京民俗游的前景依然非常光明。随着旅游消费升级，客群年轻化趋势显现，北京民俗游已经开始在文化和创意领域率先发力，创新开发思路，主动跨界融合，寻找乡村旅游转型升级的新道路。

日前，北京已有7个区被评为“全国休闲农业与乡村旅游示范区”，3个区获评“国家全域旅游示范区”，累计创建了38个中国美丽休闲乡村，32个全国乡村旅游重点村，294个国家级和市级星级园区、274个星级民俗村，共有699家精品民宿品牌、6000余个星级民俗接待户。

据北京市文旅局负责人介绍，在都市快节奏的忙碌中，人们愿意花上一个周末的时间，带上家人到京郊小路、在农场采摘蔬菜、在小院里赏品茶、享受乡村悠闲宁静的慢生活。在北京冬奥会的催化下，未来的北京民俗旅游业逐步在文化和创意领域深度融合，乡村民俗游的发展将呈现更加强劲势头。

“英雄的人民 人民的英雄”全国抗击新冠肺炎疫情先进事迹报告团全媒体宣传即日启动

据新华社北京11月9日电 为深入学习贯彻习近平总书记在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上的重要讲话精神，大力弘扬伟大抗疫精神，广泛宣传抗疫斗争中作出重大贡献的功勋模范人物先进事迹和可贵品质，生动讲述受表彰的先进个人和先进集体的感人故事，根据中央统一部署，中央宣传部、中央组织部、公安部、国家卫生健康委、国务院国资委、中央军委政治工作部和湖北省委联合组建“英雄的人民 人民的英雄”——全国抗击新冠肺炎疫情先进事迹报告团。

报告团由28名成员组成，涵盖了医务工作者、疾控工作人员、人民解放军指战员、党员干部、公安民警、社区工作人员、新闻工作者、志愿者、物资生产保障人员等各个群体，既有钟南山、张伯礼、张定宇、陈薇等国家勋章和国家荣誉称号获得者，又有杜斌、陈尔真、吴浩、蔡哲清、李琦、陈静、张西京、江晓静、李德青、薛荣、白峰、燕占飞、程远州、董倩、尹典、吴科龙、叶九思、陈海建、桂小妹、甘如意等全国抗击新冠肺炎疫情先进个人、先进集体代表及全国优秀共产党员和全国先进基层党组织代表，还有周宇、张宏、刘中砥、叶海兰等“时代楷模——抗疫一线医务人员英雄群体”“疫情防控最美志愿者”代表，很多是“80后”“90后”青年人，他们绝大多数疫情期间工作战斗在湖北武汉主战场、抗疫第一线，为疫情

防控作出了突出贡献。

根据疫情防控实际和全媒体时代信息传播趋势，精准把握广大群众特别是青少年群体的特点和习惯，报告会整合报、台、网、端、微、屏资源，运用文字、图形、图像、动画、声音和视频等形式，开拓“多屏”传播平台，请每位报告团成员以亲历者视角讲述抗击疫情波澜壮阔历程、艰苦卓绝斗争、感人肺腑事迹。突出即时性、针对性、互动性，注重移动化、分众化、社交化，由中央广电总台制作播出专题电视节目，安排多个短视频平台深度参与，进行全媒体传播，推出电视专题片、网络长视频、精彩短视频、平面宣传海报、H5等系列融媒体产品，使主旋律有更高频率，正能量有更大流量。

报告会电视专题节目于9日晚8时在中央广电总台央视综合频道播出，“学习强国”学习平台、中国文明网、时代楷模发布厅全媒体视频平台、央视新闻新媒体中心平台等同步播出。由中宣部宣教局、中国文明网、中央广电总台总编室和各网络平台共同制作的报告团成员讲述视频，将于近日在“学习强国”学习平台、中国文明网、央视网、央视网等平台陆续刊播，系列短视频作品将在抖音、快手、微信视频号、哔哩哔哩等短视频平台上线，各地省级卫视、融媒体中心、新时代文明实践中心和各类公共平台将开展联动传播。

脱贫攻坚一县一业

康乐肉牛

□□ 龙成 9612户。

近年来，甘肃省临夏州康乐县通过实施“畜牧强县”战略和“金牛富民”工程，建立了订单饲草种植、规模养殖场建设、良种母牛繁育、育肥交售、牛肉加工、市场建设、下游产品开发等产业发展链条。全县累计建成百头以上肉牛规模养殖场170个，其中千头牛场17个。

目前，全县肉牛饲养量19.3万头，存栏10.5万头，出栏8.8万头，畜牧业增加值2.6亿元，农民人均畜牧业纯收入达1000元。

在肉牛产业发展中，康乐县探索出了“政府引导、协会组织、龙头带动、基地支撑、科技服务、市场运作”的“康乐模式”。

自全省实施精准扶贫专项贷款以来，康乐县按照“企业统贷、企业统还、农户收益”的模式，直接带动贫困户1226户，贫困户户年均增收4000元；以“订单”形式开展饲料玉米种植，年种植“订单玉米”2.3万亩，带动农户17650户，其中贫困户

20万元。2017年至今，经济效益稳步提高，特别是在受到疫情影响下收益仍取得增长。

“打铁还需自身硬，班子才会硬。为了集体经济的发展支部书记带领两委班子义务管理虾池，他白天黑夜都盯着虾池，外孙女想看姥爷也只能到虾池。有一次夏天晚上下大雨他怕虾缺氧，打着手电查看，一个雷电把手电筒打到水中差点了他的命。”村民冷炳印说现在村党支部深得民心，有事老百姓一呼百应。

如今青天村已成为沟沿镇的党员学习教育模范村，沟沿镇党委书记刘志满说，镇党委坚持抓乡促村、抓两头带中间，优先扩大先进党支部增量，加快提升中间党支部质量，逐步减少后进党支部数量，统筹实现“整村达标、整乡推进、整县提升”的目标。大石桥镇着眼培育和打造“一镇一品、一村一特色”的产业链，建立健全村级集体经济发展保障长效机制。黄土岭镇“辽南食用菌第一镇”，周家镇“大红袍李子之乡”，高坎镇“辽南淡水鱼、虾养殖小镇”，建一镇“寒富苹果之乡”，虎庄镇肉牛养殖小镇，博洛铺镇小米加工基地等特色产业初具规模，把更多的集体经济项目通过优化调整、主体合作的方式拉到产业链上来，把项目做优做强创出品牌和特色，拉长产业链条的辐射带动力，推动村级集体经济项目提质增效、上档次。

党建品牌亮“镁都”

(上接第一版)

大石桥市水源镇新光村是一个以朝鲜族为主的村落，有380多人在韩国务工。今年3月份在新冠肺炎疫情严峻时洪基义等多名村民想回家，“这么多人一旦回来后果不堪设想，将给营口市防疫带来很大的麻烦。”

共产党员、村医金海月勇挑重担，及时与他们联系沟通，每天都发微信宣传防疫政策，告诉他们：“不要慌，最好还是在当地自我隔离最安全。如果要回来一定要三思，慎重考虑后再做决定。”今年新光村发展了两名新党员，将作为后备干部队伍培养。

大石桥市委常委、组织部长陈军向记者介绍，大石桥市实施“抓头雁选能人”工程，通过选准配强带头人队伍，目前“能人型”和“企业家型”的占比达60%以上。他们扭住龙头抓队伍，全面提升农村基层党组织的战斗力。坚持以村党组织书记为重点，以村“两委”班子为核心、以党员队伍为主体，以入党积极分子和后备干部为支撑，按照守信念、讲奉献、有本领、重品行的要求，着力加强基层党组织书记队伍建设，努力建设一支素质优良、结构合理、充满活力的基层党员干部队伍。

丰富载体求实效，创建“示范品牌”

93岁的退伍老兵张凤柏义务守护烈士陵园30年

的故事在营口地区广泛流传。张凤柏1946年参军，和同村8个老乡一同奔赴战场，参加过辽沈战役，经历了无数次腥风血雨，见证了新中国的诞生。但是，同期参军的战友们却先后牺牲。

“如果我能战场上侥幸活下来，将来一定为他们立碑悼念，为他们守陵！”想着年轻时立下的誓言，张凤柏在得知大石桥市政府要在水源镇建设烈士陵园的消息后，就申请当守陵人，自己一卷铺盖，搬到了陵园旁边的小平房，一守就是30年。

为弘扬红色革命精神，水源镇在同志村利用废弃的小学校舍打造“张凤柏式”党性教育培训基地。发扬张凤柏精神，成为水源镇基层党建示范引领的品牌。水源镇党委书记孙战如说，要弘扬张凤柏先进事迹，围绕传承红色基因讲党课，丰富教育内容和形式，从“要我学”变“我要学”，切实增强学习主动性。激励党员干部发扬红色精神，学习革命前辈不怕吃苦、不怕受累、坚定理想信念的品格，积极争做红色基因的传承人。

“村部有廊不是廊，廊是教室；村部有墙不是墙，墙是文化。让我们一看就明白党的一些政策规矩，

非常好！”高坎镇前中村的党员群众都说文化长廊好。高坎镇前中村原先是个薄弱村，他们对村组织活动场所改造升级，新建了党建主题文化广场、室外党建文化墙与室外党建文化长廊。前中村主任王延军告诉记者：“村两委班子团结一心，发展经济致力改善民生，让村民共享发展成果。全村经济和村容貌发生了很大变化，原来进城的村里人也开始回建建设家乡了。”

大石桥市创建“17+N”镇街特色党建项目，目前全市17个镇街都有自己的党建品牌。同时又精心打造了100个示范引领型的党建示范点，黄土岭镇七一村红色驿站、高坎镇前中村党建长廊、水源镇同志村党建红色场馆、周家镇青山岭村党员教育培训基地、永安镇西田村党史纪念馆、官屯镇何屯村党建大舞台等一批党建品牌脱颖而出。

千方百计谋致富，筹划“项目品牌”

从大石桥市村集体经济工作领导小组各成员单位的办公室到各乡镇领导的办公室，都挂有一张“大石桥市发展壮大村级集体经济项目分布图”，从上面

可清晰地看到每个村发展集体经济的项目目标，方便对项目运行情况及时监督、了解，作出正确决策。

大石桥市2016年至2020年落实省、市、县集体经济项目108个，扶持资金总额7640万元。为推动集体经济发展印发了项目责任书、经济项目专家库、项目调整改项和落实扶持资金等壮大村级集体经济文件24个，先后召开各类会议23次，全过程调度、指导、规划村集体经济发展路线。

发家致富就是农民群众最盼望的事，沟沿镇青天村党支部书记王家辉带领青天村党支部一班人想村民之所想，急村民之所急，千方百计为村民谋划致富项目。2015年，在他的提议下，村里抓住土地确权有利机遇，收回群众私自开垦和发到期土地100亩，同村“两委”班子成员带领群众起早贪黑，利用一年多的时间，开发了辽河坝下的河滩芦苇荒地400亩。

利用壮大村级集体经济的200万元，将这400亩地整修标准化虾池300亩、鱼塘30亩、绿色无公害稻田70亩，硬是把昔日的河滩地变成了如今的聚宝盆。2016年，这500亩荒地初见成效，为村集体增加收入

销售倒逼生产，果业迈向了高质量

政府与市场的合力下，品牌和出口打开了运城水果国际化的大门，也为果业发展带来了新动能，在倒逼产业结构调整、生产方式变革的同时，农民的市场化理念培养形成。

“园区里配套了水肥一体化节水灌溉和防雹网，种植上配合实施果园间伐、种草、无公害防治和授粉增产等六大技术集成，同时配备物联网信息平台、土壤养分配方监测、农产品残留检测等管理设施。”临猗县农产品质量安全示范区的技术专家李荣刚说，农产品出口实现了生产有记录、流向可追踪、信息查询、质量可追溯。

以出口需求布局产业，运城市建设104个出口标准示范园区，打造了100万亩优质果品生产基地，建设成苹果、油桃等7个国家级出口农产品质量安全示范区，培育一批本土苹果出口商贸公司，扶持农民专业合作社等新型经营主体，示范引领运城水果生产技术水平提升。

从国际国内两个市场出发，运城市调整种植结构，在苹果之外增添了酥梨、鲜桃、樱桃、石榴、葡萄、

(上接第一版)

政策的规划引导之下，运城开始谋划举办国际果品交易博览会，以晋陕豫黄河金三角农产品交易市场为阵地，打造山西果品外贸交易平台。由此，新科太方、华荣农业、丰海果业等一批专业的本土苹果出口商贸公司孕育而立，引领运城果农开始深度参与外贸。

面向国际市场，运城水果陆续叩开了美国、澳大利亚等69个国家或地区市场，覆盖世界六大洲。运城出口注册果园达到232个，出口水果注册包装厂71个，出口基地面积达35.91万亩。

做好两个品牌，果农驶入大渠道

苹果收获的时节也是运城市临猗县北辛乡卓逸村果农王万保最忙碌的时候，除了果园抢收和采摘，还要忙着准备参加果博会，不亦乐乎。

从事水果外贸的金顺源果业董事长王亚平照例在果博会开幕前花钱聘用了一名翻译，以便能与外商顺利洽谈。

果农的忙碌与企业的自发意味着，做好产品品牌和融入会展品牌已经成为果农生产的双翼，运城

市国际果品交易博览会已经深深植入果农的生产生活。

无论是拓宽内销，还是拉动出口，最后的落脚点是强化市场对农产品的信任，拉近农业与市场的距离，使农业增效、农民增收。而现实往往是，农民在种植生产后找不到市场渠道，企业在产品制造后还要孵化市场品牌，时间和物化成本投入加大。

“第一届果博会上，从临猗苹果、万荣苹果等县域品牌到果农企业自己的万保、秦冠苹果，运城有果业企业、合作社上千家，注册的苹果商标上百个。”潘建祖说，品牌的“多、小、散”拉低了苹果的议价力。

平台引流输出实现量的突破，区域品牌引领产品的市场溢价。这一逻辑下，运城市通过举办果博会，打造会展品牌，为交易引流和输出。深耕“运城苹果”区域公用品牌，通过政府背书增强产品认可度。政府逐渐成为农民、产品走进市场的融合剂，在市场服务体系中发挥有效作用，这也成为该市实施省级出口平台战略的捷径。

自2016年开始，运城国际果品交易博览会连续举办五届。果品展示展销、贸易洽谈、品牌推介、农

超对接、新产品新技术新机械演示、直播带货、苹果价格指数发布、“南果贷”金融产品推介，果博会承载的功能日益完善；农业农村、发改、金融办、银保监会、供销社、税务、海关、各大银行等机构部门参与进来的越来越多；农户、合作社、农企和越来越多的水果品类成为会展主角。

会展品牌赋能下，运城水果出口种类由5种增加到11种，其中苹果、桃、樱桃出口量分别占全国20%以上。

同时，品牌整合也成为进行时。2017年，运城市推出“运城苹果”区域公用品牌。品牌重新定义后，有了明确的地理特色标志，强化了生产标准、食品安全标准、区域特色、核心价值和市场辨识度定位更加清晰。

随之而来的是，苹果的市场竞争力得以提升。“有了品牌，价格上了档次。如今苹果出口论个卖，一个能卖到16.8元。”王万保说。

新科太方果蔬商贸有限公司董事长乔政民也领教了品牌的力量：“公司加工的苹果从国内到国际，从3毛钱一斤，到3元钱一斤，再到15元一斤，品牌溢价引导下，苹果的生产也越来越标准化。”

火龙果、冬枣等，水果种类丰富，从春季持续到冬季，实现了新鲜果品错峰上市、周年生产供应。

“80%是红富士，苹果品种结构单一。”在与市场打交道的过程中，苏小东陆续将苹果更换为樱桃，“樱桃生产周期短，用工少，更迎合市场需求。”同时，果园从施化肥变成施有机肥、高效水溶肥，果树开始间伐减量，树下种草，从大肥大水到营养化施肥，提高土壤有机质的理念慢慢引领着他改变传统生产方式。

政府和市场的两只手之下，从果农到企业，从生产体系、经营体系到监管体系，涉及种植、加工、销售、贮藏、运输、包装等农业产业链逐步升级完善，正在推进运城果业乃至山西特色农业产业提档升级。

立足特色和优势，农业该如何实现高质量转型发展提高竞争力？运城市用数字和实践提供了一条路径：以国际国内两个市场定位调整产业结构和提升生产方式；塑造果博会和“运城苹果”两个品牌，提升品牌价值；强化政府服务市场的能力，与市场携手合力，最终实现了产品匹配需求、产业看得见大市场、农民够得着渠道。