

新旅游 新消费

——迎接今年第一个旅游高峰

本报记者 尹婕

今年国庆、中秋双节叠加，业内预计，“十一”期间，游客的旅游需求将集中释放，国内游市场将迎来今年第一个旅游高峰。

受新冠肺炎疫情影响，自今年1月起，我国出境游按下“暂停键”，出境游消费回流已成市场共识。对于扛起旅游市场复苏“大旗”的国内游来说，这段时期无疑是巨大的发展机遇期。承接游客的旅游需求，并推动文旅消费转型升级，成为当前我国旅游业努力的方向。



▲海口美兰国际机场出发厅里，400余种海南特色旅游商品向来往旅客集中展示和推广。张茂摄（人民图片）

▼浙江湖州长兴县水口乡茶文化景区灯光璀璨，夜经济红火。谭云伟摄（人民图片）



旅游需求集中释放

“十一”黄金周临近，各大旅游平台的搜索、预订数据显示，国庆期间航空、酒店、景区等预订数据均呈递增态势。热门线路的火车票、机票“一票难求”，热门旅游目的地及城市近郊的酒店、民宿等也出现“一房难求”现象。

此外，为促进旅游消费，全国多省市已陆续推出景区门票减免优惠措施。此举对于提升游客的旅游意愿、提振景区人气，将起到积极的作用。

9月中旬以来，各大旅游平台纷纷推出巨额补贴计划，携程启动“旅游会员日”大促活动、飞猪启动“百亿补贴”计划、同程旅行推出10亿补贴计划等。据携程大数据显示，该平台9月会员日的旅游订单均价超过6300元，较去年同期的国内游订单均价上升70%。

利用8天假期深度游中国，被许多游客列入计划。途牛旅游网的预订数据显示，“十一”期间，国内长线游产品预订持续走高，西北方向的“青海湖+茶卡盐湖+张掖丹霞+敦煌莫高窟”“新疆天山天池+喀纳斯+禾木+魔鬼城”和西南方向的“西藏拉萨—林芝大峡谷—鲁朗林海—羊湖—巴松措”等线路受青睐。

“这次假期，我们全家将深度游青海。”浙江游客吴春梅表示，此前她在短视频平台上看过许多关于青海的旅游短视频，被那里的壮美深深吸引，“这次我们带着孩子同去，让他亲身感受祖国大地的不同风光”。

3.0时代产品需升级

日前，以“新旅游、新消费、新机遇”为主题的2020第三届全国旅游消费节暨第四届中国旅游目的地大会在江西南昌举行。如何推动文化和旅游消费提质转型升级，成为与会人士关注的重点。

旅游目的地如何转型升级？北京大学城环学院旅游研究与规划中心主任吴必虎指出，产品升级的核心是内容，旅游已经到了3.0时代，目的地要为游客提供异地地美好生活方式。市场不是铁板一块，要根据人口本身特点及收入的差距分成不同区域、不同消费层级，企业要根据自身面对的市场，有针对性地开发产品。针对当前存在的度假产品不足、观光产品过剩的结构矛盾问题，吴必虎教授指出产品升级要去地产业化、去门票经济、创造新的消费场景、体系化升级景区IP。

推动旅游消费转型升级，旅游购物也是十分重要的一环。

今年7月1日起，新的海南离岛免税政策开始执行，离岛免税购物额度从每年每人3万元提高至10万元，并取消单件商品8000元免税限额，增加产品种类。离岛免税新政给旅游行业带来了实实在在的利好。一个细节足以说明：过去，长约75厘米、宽约66厘米的免税购物特大号打包袋几乎派不上用场，如今在海口日月广场免税店某化妆品柜台日均要用掉近百个。

“我相信新的离岛免税政策红利加速释放，会有效地促进我国居民境外购物的冲动和热情转向海南，从而有力推动海南建设国际旅游消费中心。”上海海关学院海关与公共管理学院院长黄性强说。

着力推广特色产品，也成为各地促旅游消费的一大举措。今年8月，“三亚好礼”首家线下新零售体验馆在三亚凤凰国际机场开业，展销海南省中小企业的特色海岛旅游商品，品类丰富，将其打造成三亚礼物的新名片。

持续加码促消费

近日，文化和旅游部发布《关于做好2020年国庆节、中秋节文化和旅游假日市场工作的通知》，将景区接待游客量上限提高至最大承载量的75%。

为提升黄金周期间游客的出游体验，多地也将推出特色活动。湖北荆州古城历史文化旅游景区将开展“海上明月，天涯共此时”古城画舫赏月月活动，游客可乘画舫游护城河赏月、观看荆州古城光影秀；四川日前公布“安逸走四川、高铁游天府”系列线路，包括川北小环线三日游、高铁西南大环线六日游、高铁西北大环线八日游等，并将在雅安举行“万人赏月诵中秋”集中展演活动；浙江乌镇推出“乌镇雅集游园会”，重现传统雅集，带人们感受传统游园会的魅力……

9月17日，由文化和旅游部产业发展司、国家发展改革委就业收入分配和消费司主办的全国文化和旅游消费工作现场会，在杭州召开。来自杭州、南京、苏州、宁波等文旅消费试点城市的代表共同研讨。“2020文旅市集·杭州奇妙夜”活动、苏州的“姑苏八点半”夜经济品牌等都已成为文旅消费中的亮点。据了解，参会各试点城市积极推动消费发展，依靠国家政策引导，普及应用新型信息技术手段，推动文化和旅游产业的升级，以数字经济赋能，以文化和旅游消费聚集区为载体，成为突出的优势。未来，以新业态、新模式加快引领消费发展，将成为参会各试点城市的重要关注方向。

秋日熏红了山头部分枫叶，红绿相间的景观，丰富了长白山的秋色。我国十大名山之一的长白山，地表红叶衬绿，风情万种；地下松花奇石，气象万千。

长白山地下的物华天宝，包括有惠于人类的松花石。松花石地质名称为硅质泥晶灰岩，形成于距今8亿年前的震旦纪。松花石具有质地温润、颜色俏丽、纹理如画、造型奇特、历史悠久、文化内涵丰富、多用途强的特点。

位于长春净月街高新技术开发区的“八吉”松花石展厅里，陈列着数万件松花石奇石。这些松花石，多是发现、收藏于明、清至今的长白山松花石区。这些奇石形态各异，有的像楼宇、像船舶、像水果，有的像竹、像树、像人物、像动物等。这些奇石，只是清理过泥沙，未经任何人工加工雕琢。形态各异的天然奇石，产生的艺术感染力令人震撼。

长白山松花石博大精深，源远流长。据悉，松花石最早为民间的“磨刀石”，清朝康熙皇帝将这种奇石制成砚，因其砚色如松花，赐名为松花石砚。自此，松花石砚成为清朝的御砚，民间不可用。康熙皇帝亲撰松花石砚铭：“寿古而质润，色绿而声清，起墨益毫，故其宝也”；雍正皇帝留砚铭：“以静为用，是以永年”；乾隆皇帝亲自主编了《西清砚谱》，并在序中写道，松花石，绿色水润细腻，品均端歙。

松花石砚定为御砚后，成了权力的象征，被作为圣物赏赐给重臣和有功之臣，赏赐松花石砚也成为笼络大臣和激励皇子皇孙的手段。

岁月轮回，松花石砚回到了民间。40年前，吉林省在北京荣宝斋首次召开松花石砚鉴赏会，引起轰动。2017年6月13日，在外交部蓝厅举办的吉林推介会上，长白山的松花石艺术品受到驻华大使及中外嘉宾的热捧，松花石国礼印章受到驻华大使们的青睐。2018年8月18日，外国使节走进吉林，近百名外国使节对松花石艺术品赞不绝口。

人们说，吉林有三张全国第一的名片，一是第一汽车制造厂，二是长春电影制片厂，三是松花石。伴随着时代发展的脚步，松花石绽放出奇光异彩。现在，松花石砚品种多、系列多，百花齐放，百争奇辉。

大自然的神工鬼斧造就了松花石奇石，现代科技的手段丰富了松花石的利用领域，初步形成了系列产品：松花石砚、松花石艺术品、松花石实用品、松花石饰品（珠宝）、松花石装饰材料等。特别是通过与中国科学院合作，将松花石加工中留下的碎末或粉尘，用于制作陶用的松花釉，制作用于建筑装饰的松花玉泥（涂料）、松花石墙砖、松花石地砖等，将浑身是宝的松花石的科学利用发挥到极致。有关科学检测报告显示，松花石含有多种矿物质，其中含有的锶为人体必需的稀有生命元素。

科学开发松花石，首先要保护松花石资源。吉林严格把牢生态环境保护，把牢松花石开采审批权。通化县大安镇是全国唯一的松花石特色文化旅游小镇，这里有丰富的松花石资源，但几乎看不到开采松花石留下的痕迹，而是一座风景秀丽、景色宜人的公园模样。

当今，走出地层深处的松花石，正造福于人类，丰富着人们的生活。

多彩松花石

王瑾

阿瓦提秋之味

冯忠文



阿瓦提乡是库尔勒市最大的农业乡，也是“库尔勒香梨”的主产地之一。库尔勒香梨以皮薄、肉脆、汁多、味甜、酥香、爽口、耐贮藏、营养丰富等特点驰名中外。据晋代葛洪撰《西京杂记》记载：“瀚海梨，出瀚海北，耐寒不枯。”此梨指的就是库尔勒香梨，库尔勒栽培香梨已有2000多年的历史。

秋天的阿瓦提，微风吹过双颊，一股成熟的气息扑面而来。秋天就像一把珍贵的钥匙，打开了阿瓦提丰收的大门，一大片浓郁的绿色遮不住晶莹剔透的光亮。金灿灿、脆生生、甜滋滋的香梨高高挂在枝头，远远望去，就像挂满了黄金一样。树枝看上去似乎快要被折断了，又像在向人们鞠躬欢迎，告诉人们“采摘季节到了”。丰收的秋天在阳光的照耀下闪出活泼的光芒，点缀着丰收和喜悦。满园飘香，引得蜂蝶飞舞，乐得果农喜上眉梢，醉得游人流连忘返。如果说，西红柿红了，像红气球，如同孩子开心的笑脸；苹果熟了，红彤彤的，像一盏盏喜庆的红灯笼；那么，梨子熟了，沉甸甸的，压着枝头，是收获的写意，是大自然对这片热土的特殊眷顾与慷慨馈赠。

一望无际的梨园里，金灿灿的香梨像一个个黄澄澄的小葫芦，缀满枝头，格外诱人。放眼望去，层层叠叠的金色，簇拥在一起，张扬着它们的风采。果农阿布来提·孜牙吾东、尤努斯·提力瓦地一边组织人员采摘，一边不停地接听电话

回复订单。抬头，瞄准一个个硕大的香梨，轻轻摘下；低头，将一个个果实放进提篮。采摘、筛选、包装、入箱，周而复始。一枚枚香梨入箱，承载着果农对甜美生活的向往。

我拿起一只香梨，先用手轻轻地掂了掂，还不轻呢。把香梨放到鼻子下面，闻一闻，一股独特的清香扑鼻而来，令人垂涎三尺。难怪人们称它为“香梨”呢，真是名副其实！香梨的外貌与气味真的把我吸引住了，我迫不及待地咬了一口，“嚓”一声响，香梨被咬下了一大块，它的汁水一下子就蹦出来了，蹦得满嘴又香又甜，甜甜的汁水从舌尖一直流到嗓子眼，再到心间。好吃不如香梨，果真如此。据说，香梨还有止咳、润肺之功效，而它独特的香味和美味，则让它更受青睐。

香梨有公母之分，果农教我辨别：母梨的身材比较匀称，端端正正，从底部看，果脐成凹陷状，周围是光滑的。公梨的尾部凸起，周围有好些毛须，身材也不怎么漂亮。所以民间有“梨子分公母，母的更好吃”之说。

香梨赋予了秋天的阿瓦提金黄的主色，与锦簇绣草的多彩风韵相呼应，书写出如诗如画的篇章。历经春天的雨露、夏天的滋润，阿瓦提散发出迷人的丰收之美。这种富有乡土气息的安宁和祥和，让人回味无穷。

图为8月20日，库尔勒市上户镇农民在分拣刚采摘的早熟香梨。新华社记者 丁磊摄

初秋，安徽庐江县矾山镇石峡村，放眼望去，漫山遍野、摇曳多姿的竹子望不到尽头。

在转变经济发展方式的过程中，石峡村发挥“竹优势”，打造“竹链条”，做强“竹经济”，短短几年间，青青翠竹不仅绿化了山林，造福了百姓，也带来了利润，搞活了经济，描绘出乡村美、产业兴、村民富的乡村振兴美好图景。

石峡村是一个典型的山村，竹林资源丰富，但在过去，竹子派不上大用场，经济效益低，村民收入得不到保证。“山上的竹子主要是拉到市场当原料卖，或是简单加工成扫帚、箩筐之类零售，收益甚微。”石峡村党委书记贾敬斌告诉记者。

俗话说“靠山吃山，靠水吃水”，守着漫山遍野的竹子却只能指望为数不多的田地靠天吃饭，石峡人苦恼得几乎连饭都咽不下。

“竹子终生只需种植一次，三年后每年都可以砍伐，平时几乎不需要管理，只要进行合理的开发利用，竹业资源可以说是一个取之不尽的巨大宝藏。但是卖不上价，造成村民抚育竹子的积极性不高。”贾敬斌打开了话匣子，再加上运输成本高，偏远山区的村民要么让竹子烂在山里，要么砍下来当柴烧。

原始的育竹卖竹，不仅产品附加值低，而且销路有限。提高竹子的附加值，让资源产出更多的经济效益，石峡村开动脑筋，将目光放到了竹产品加工上。

循着这样的思路，近年来，石峡村大力推进资源变资金、林区变车间、村民变工人的林业“三变”改革，成功引进6家竹材加工企业，促进“生态美、百姓富”的同频共振。

近日，笔者走进位于石峡村的庐江县矾山竹宇供销合作社有限公司，只见原本一身翠绿的竹子，经过几道工序，就变成了竹篱笆、竹栅栏等各式各样的园艺护栏制品。

“经过加工，一根原本价值10元的竹子，就能卖到80多元。”该公司负责人曾晓红喜滋滋地说，虽然价格居高不下，公司产品却一直不愁销路。

在与竹宇公司相隔不远的林腾竹业有限公司生产车间内，机声隆隆，工人忙碌，一条完整的生产流水线正在飞速运转着。竹子从流水线的这一头“吃”进去，经过断料、冲条、开片、拉丝、筛选等多道工序，最终整齐码放在仓库里。

林腾竹业总经理刘长坤告诉笔者，通过技改升级，扩大产能，从竹竿、竹根到竹叶、竹屑，实现“全竹利用”，不浪费一丝一毫，真正做到了把每根竹子“吃干榨尽”。

据了解，林腾竹业年生产能力1.3万吨，年产值达1500万元，产品销往全国各地，深受用户好评。笔者注意到，进出出的大货车上，装满了该公司生产

竹产业中找到了企业转型升级、高质量发展的新起点。

石峡村一根竹子的嬗变，是矾山镇靠山吃山“吃”出新花样的一个缩影。矾山镇宣传委员丁磊介绍，矾山境内盛产竹子，全镇竹子面积逾4万亩。“一根竹子产生的利润主要由两头决定，就是种植和加工。村民收入成倍增长与竹业产业化发展进程加快密不可分。”

丁磊高兴地说，随着竹子加工附加值的提高，其带动一个产业、搞活一片经济、富裕一方百姓的作用越来越明显。“一根小小竹子挑起了生态保护与快速发展的‘两端’。”丁磊表示，接下来，矾山镇将着力深挖竹潜力，全面推出升级版竹产品，把竹产业打造成环境

安徽庐江

小竹子 大产业

赵德斌文/图



的竹炭、竹丝等成品和半成品。

刘长坤说，下一步，他们将加大投入，扩大生产，引进先进设备，深度开发多元化产品，形成集竹子抚育、加工、销售于一体的综合产业链，在解决石峡村“竹多价贱”的难题、让村民手中的竹子“变现”的同时，带动更多村民实现就近就业。

随着绿色发展理念深入人心，许多企业家看中了石峡村的竹资源优势，在

美化的生态产业、乡村振兴的支柱产业、经济强镇的优势产业。

从卖原竹到卖竹制品、竹商品，让竹子有市场、村民有增收、村集体有效益，石峡村走出了一条生态产业化、产业生态化的“点竹成金”的增收致富之路。

如今的石峡村，满眼翠竹成了百姓持续增收的“绿色银行”。一个个普通农户的幸福与满足就在片片竹林深处。

图为石峡村漫山遍野的竹子。