

发掘市场潜力 补齐供给短板

创休闲产业中国品牌

本报记者 陈 然

“国际休闲品牌论坛暨中国会稽山黄酒休闲文化交流会”日前在香港盛大召开。论坛以“打造休闲品牌、推进产业发展”为主题，汇聚近百位海内外休闲产业领域的专家学者和行业精英，结合国家“一带一路”发展战略，为“休闲生活全球化”出谋献策。

休闲经济一枝独秀

世界经济目前正处于转型过渡期，发达国家面临着长期的经济调整，中国也正在经济领域推进供给侧改革。在此背景下，休闲经济前景如何？国际休闲产业协会主席、中国人民大学休闲经济研究中心主任王琪延致辞认为：“休闲经济一枝独秀，正逐渐成为各国经济发展中最耀眼的领域。”他举例表示，美国3/4的就业岗位与休闲产业相关，未来，低端劳动力将被智能机器人取代，生活的中心将从劳动转为休闲。

王琪延分析中国供给侧改革时说，在“三去一降一补”的改革任务中，“一补”即是补短板，而休闲设施、休闲



首届中西旅游论坛在京举行

本报电（记者高 炳）近日，西班牙第一次面向中国行业B2B推介论坛——首届中西旅游论坛（FOTEC）在京举行，活动由中西旅游论坛组委会、西班牙驻华大使馆旅游处、德安杰环球顾问集团联合主办。参加本次论坛的西班牙机构和企业包括各大旅游胜地方政府、航空公司

十一出行预测大数据报告发布

本报电（记者高 炳）9月27日，百度与人民网舆情监测室共同举办《2016十一出行预测大数据报告》发布会。双方整合资源，利用百度地图自身大数据，从国民假期出行最关心的“避堵”、“旅游”等问题入手，在出行路况全览、出行目的及趋势分析、人群画像描摹等核心领域进行多维度预测，在黄金周到来之际为受众假期出行提供指导。

在出行方面，报告显示，十一出行时间呈现规律性的集中现象，假期头尾两天均十分拥堵，假期中间时段路况相对较好。细化到具体时间节点，10月1日8时和10月7日16时的道路拥堵程度最高，建议民众错峰出行。

对于高速公路，报告预测，广州、四川、京津冀的高速公路或将最为拥堵，出城拥堵时段涵盖白天全天，返程拥堵时段集中在15时到22时。对于收费站，京津冀收费站出城方向和江浙沪地区收费站返程方向预计拥堵程度最高，其中，上海徐泾收费站为拥堵之最。此外，公共交通依然保持节日期间客流增大的常态。不过，郑州、南京、西安火车站在本次黄金周期间客运量将会大幅增高。十一期间，郑州火车站、杭州东站、广州南站的客流较大，其中郑州站和西安站假期客流增长率将明显高于其他枢纽。

在旅游方面，大数据报告显示，在全国热门景区前20城市中，北京占比最高，可见国民对首都的向往最甚。古镇游今年热度或将有所减退，自然景观景点更受追捧，自驾游目的地也多以自然风光密集的西南地区为主。其中，九寨沟、稻城亚丁、西藏林芝等位列自驾游最受欢迎目的地，青海湖、长白山、黄果树等自然景观热度同样不低。

此外，大数据报告通过对北京、上海、成都、西安等重点城市排位靠前的特色餐饮类别比较得出，日本料理和川菜在多个城市中成为最受欢迎的餐饮类别。纵观大数据报告对用户出行趋势的分析，相比起传统的把5A景区作出游首选，国民如今更倾向于特色深度游，深入旅行目的地感受人文风情。在休闲娱乐活动方面，密室逃脱、油画体验等类型的休闲娱乐项目热度上升。

据介绍，拥有5亿用户的百度地图作为“基于大数据的人工智能出行平台”，将继续助力公众智慧出行。本报告详情可在“中国智慧交通云服务平台”网站下载。

产品的供给就是短板。中国休闲产业发展起步晚，休闲品的数量质量都是短板，远不能满足消费者的需求；但从另一角度看，休闲产业潜力巨大，是一个可开采的富矿。

作为后工业化社会的产物，休闲产业的崛起对国家经济发挥着“助燃”和“引擎”的作用。香港大公文汇传媒集团副总经理盛一平表示，中国旅游市场正迎来一次大的发展机遇，在目前扩大消费升级、促进经济提质增效的关键时期，旅游业将带来更大影响。

他举例论证，中国目前是全球最大的客源输出国，内地赴港旅客占香港整体接待旅客的八成。内地旅游市场规模庞大，发挥两地资源及人脉可实现互补合作，前景广阔。

鉴欧洲经验 创休闲品牌

当人民对旅游的需求越来越普遍，旅游产业和休闲经济的发展自然也随之腾飞。中国旅游局原党组成员王军在论坛交流时认为，休闲可推动人们改变观念，从而改变社会生产、流通、交换、消费的内容和方式，所以某种意义上说，休闲是社会发展的一个综合动力。

他倡导打造休闲品牌，“这既是一种状态，也是休闲经济发展水平的标志”。近年来，中国在东南亚地区推广了许多历史文化景区，发展出优秀的民族文化与宗教文化，而中国黄酒也是其中不可或缺的休闲饮品。通过黄酒休闲小镇，使休闲与黄酒文化品牌有机地结合，有效提升影响力和受众面。

论坛特别嘉宾、奥地利中欧发展促进会会长斯蒂芬·劳奇则以奥地利旅游为例，向与会者讲解休闲产业发展的“奥秘”。奥地利只有0.1%的世界人口占比，却拥有世界2.3%的旅游

▲ 休闲产业如今撑起了全球经济和就业的约10%，拥有越来越高的“含金量”。

徐 骏作（新华社发）

产业，劳奇将其成功归因于品牌与定位、创新及产品开发、教育与培训等三大因素。

国际休闲产业协会副主席张北英将中国乡村休闲品牌提上议程。他认为，中国乡村旅游休闲度假市场发展较慢，原因在于对品牌培育的重要性认识不足、资金投入不足且缺乏基本标准。张北英建议，旅游行政管理部门、旅游行业协会及专家应积极帮助乡村休闲度假旅游经营者制定服务产品标准，推进乡村休闲度假旅游品质的提升。

“一带一路”促海外合作

在主题演讲过后，论坛举办了题为“‘一带一路’下的休闲旅游品牌之路”高峰对话，进一步解读和讨论中国休闲旅游的品牌化发展之路。

国际休闲产业协会副主席孙长泰认为，打造品牌必须立足百姓，只有良好口碑才能将品牌根植人心、传于历史；借着“一带一路”契机，经沿线经济体“环环相连”，把中国休闲旅游品牌带进欧亚非大陆，进而走向世界。张北英表示，打造品牌需以“诚信为本、服务至上”，兼顾企业文化，才可在市场中有所突破。

国际休闲产业协会副主席王坚分析品牌的产品与服务时，以会稽山黄酒、中国国旅和招商局集团为例，称中国品牌必须重视质量和内涵，否则无法在中长久生存。他说，未来在经济全球化的发展前提下，中国13亿人口可沿着“一带一路”的路线，大力推广自身品牌。

同日下午，中国会稽山黄酒休闲文化交流会、中国休闲旅游品牌项目推介会如火如荼地展开，与会嘉宾各抒己见，反响热烈。王琪延总结道：休闲产业的发展还需依靠休闲理念的宣传、产业标准的建立、全球官产学研交流平台的搭建等，国际休闲产业协会对行业发展责无旁贷，将进一步加强海内外合作，共创国际休闲产业的未来。

旅游论坛将在2018年初举办。

据统计，2015年，超过32万中国游客访问西班牙。未来5年，这一数字将升至100万。去年，西班牙共接待6800万世界各地游客，在全球旅游目的地中排名第二，仅次于法国。与此同时，作为全球最大出境游客源国，中国去年出境游客总数超过1.1亿人次。

岳阳楼下君山碧

方文国

朴实无华岳阳楼

岳阳楼高踞于湖南岳阳古城西门城墙上，下瞰洞庭，前望君山，素以“洞庭天下水，岳阳天下楼”而闻名。北宋著名政治家、文学家范仲淹的名篇《岳阳楼记》更让它名满天下，与湖北武昌黄鹤楼、江西南昌滕王阁并称为“江南三大名楼”。

虽为江南名楼，岳阳楼显得很朴实，一点没有滕王阁、黄鹤楼那种略带跋扈的张扬。它黄瓦绿脊，东倚巴陵山，西临洞庭湖，在蓝天碧水间静静矗立。

公元1044年，被贬儒官滕子京来守巴陵郡。他勤政为民，次年就实现“政通人和”，于是筹集款项，重修当地名胜岳阳楼，同时请同科进士、远在河南邓州做官的范仲淹为岳阳楼题记。范仲淹与滕子京是老友，两人仕途

颇为不顺，平生豪情自负，却罕受人言。在收到老友《求记书》后，范仲淹想起滕子京坎坷的为官路，万千思绪萦绕脑海，文思如泉。顷刻之间，书成传之千古的《岳阳楼记》。

岳阳楼内，一层二层都立有刻着《岳阳楼记》全文的木雕屏。游客可充分享受在岳阳楼内读《岳阳楼记》的愉悦。一篇题记，使一座楼阁不仅名闻遐迩，更有一种直贯千古的精神，“不以物喜，不以己悲”；“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”。

一读再读，人们还可读出范仲淹对老友惺惺相惜之情。好文章就是这样，放大了可济苍生，缩小了可悟人情世故。《岳阳楼记》对朋友既规劝安慰，又赞许鼓励。

名篇名作满名楼

《岳阳楼记》横空出世，使其他题咏岳



诗念岳阳楼。资料图片



陈晓东

如皋，“如”古语意为去，“皋”意为水边高地，“如皋”即“去水边高地”之意。千百年来，勤劳善良的如皋儿女在这片水边高地创造了厚重灿烂的历史文化，拥有古色、绿色、银色、红色和金色“五色如皋”的美誉。

金秋时节，徜徉于江苏如皋城乡，触摸五色如皋的脉动，感受不一样的精彩。

古色如皋：丰富厚重的历史印记

中国古代园林灿若繁星，但称得上“孤本”的当属如皋水绘园。“此一区建筑之妙，实为海内孤例”，古建筑园林艺术大师陈从周教授曾如是评价。

水绘园，园如其名，以水为贵，以倒影为神。它是“明末四公子”之一冒辟疆和“秦淮八艳”之一董小宛的栖隐处。辟疆、小宛以园言志，以园忆故国，融琴棋书画、古今曲艺于一园，使此园成为饶有书卷气的“文人名园”。

得益于城市规划章法得当，将大隐于市的水绘园环抱入怀的如皋东大街历史文化街区，自然肌理和传统风貌留存完好。民宅、店铺、深港、小桥、寺庙、街市组成了如皋古城区情韵悠远的空间氛围，搭配源远流长、包容性强的民俗文化以及三国军事家吕岱、北宋教育家胡瑗、大词人王观、明末清初戏剧理论家李渔等一批“繁星”点缀，“古色”如皋从不同的层面折射出厚重的历史光泽。

绿色如皋：沁人心脾的畅快呼吸

“云头雨足美人腰，左顾右盼两弯半。”拥有独特造型的如皋盆景，屡次在国内外大赛中摘金夺银。蟠扎为主，辅以修剪，如皋盆景清、奇、古、朴，寓小于大，寓近于远，静中见动，虚中见实，神形兼备。宋代词人王观曾称赞之“盗天地之功”。

生态立市，绿色崛起，如皋人

善做善成。“如皋盆景”被国家工商总局确认为“中国地理标志证明商标”，成为华东地区最大的花木盆景出口基地，50多万盆盆景远销意大利、新加坡、法国等20多个国家和中国香港地区，形成年产3.5亿株绿化苗木、100万盆盆景、400万盆盆花的生产能力，花木种植面积达28万亩，年销售近200亿元。

徜徉在如皋城乡，呼吸着清新的空气，饱览着满眼的绿意，感受着“中国花木之乡”的魅力，已成为社会各界朋友的追寻。

银色如皋：竞相探寻的长寿密码

世界知名的长寿乡不是在高寒地带，就是在偏远山区；而地处江海平原的如皋人口稠密、三业繁荣，其独特的“都市文明型”长寿现象吸引了世界关注。央视大型纪录片《长寿密码》，就将大量镜头对准了如皋，对这里长寿现象进行深度探秘。

截至今年初，如皋145万人口中百岁以上人338位，总数高居全国县市之首。源远流长的如皋长寿文化，其根基究竟在哪里？其实，深厚的长寿民风、特色的长寿饮食、神秘的长寿基因，都是如皋人长寿的重要印迹。如皋的深层土壤中富含人体所需的硒、铁、锰、锌等固定微量元素；如皋人每天一千两稀的饮食习惯，主食除大米、面粉外，还兼有玉米、麦类、薯类等本地杂粮，如皋俗语“掺儿粥米打底，常吃能活九十几”就透露出健康饮食的秘方。此外，如皋人对孝、敬、爱、善、睦、淳、勤、乐等精神财富的追求更成为长寿密码的重要内容。

红色如皋：坚贞不屈的昂扬斗志

如皋是江苏境内唯一一支中央序列红军——红十四军的诞生地。这支英勇顽强的军队开辟了以如皋为中心的通海如泰革命根据地，并培养造就了张爱萍、黄火青、刘瑞龙等一批为新中国诞生和建设事业

作出杰出贡献的领导人物，谱写了无数可歌可泣的英雄故事。

作为国家革命纪念设施和红色旅游景区的红十四军公园，8个主题展厅生动再现了如皋儿女在那血与火的年代，打土豪，分田地，在江海大地播撒武装斗争的火种，为新四军东进和苏中七战七捷打下坚实基础。置身其间，红十四军将士那种富于理想、忠于人民、甘于艰辛、勇于牺牲的精神，无不激励着后人为国家富强和民众福祉而拼搏前行。公园建成开放6年来，已接待参观者350多万人次，发挥了很好的教育作用。

金色如皋：持续腾飞的真实写照

如皋古城内外有两道城河，外圆内方形似古钱，在乾隆年间有“金如皋”的美誉。西汉渔盐之利，东晋垦植造田，明代纺织桑蚕，清代贾贾云集会馆林立，“金如皋”声名远扬，在民国时已成中华第一大县。

综观今日之如皋，无不续写着“金如皋”的辉煌。从全国县域经济基本竞争力百强第26名，到城乡面貌焕然一新，从教育、卫生、文化、养老等社会事业全省领先，到群众幸福指数大幅提高，都是如皋抢抓机遇、持续腾飞的真实写照。

“十三五”大幕初启，如皋阔步迈入一个新的发展黄金期。如皋已成为中国东部沿海大通道和长江黄金水道的交汇节点，一步步迈入高铁时代，融入上海核心圈。拥有国家一类口岸、国家级经济技术开发区、保税物流中心、农业科技园区核心区等载体平台的如皋，正厚植现代产业新优势，扎实推进大智造、大物流、大数据、大健康、大旅游、大农业加快发展。悠悠时光中，长江与黄海的激情交汇，将再度见证如皋追江赶海的金色华章。

五色如皋，精彩不容错过。

（作者系中共江苏省如皋市委书记）

王勃的《滕王阁序》是身在阁中“把酒临风”写的，范仲淹的《岳阳楼记》则对着一幅《洞庭晚秋图》写就。范仲淹一生也未曾到过岳阳楼。对着洞庭晚秋图，一般人很难看出“去国怀乡、忧谗畏讥、满目萧然”来。而范老先生未登岳阳楼，竟能将洞庭美景写得如此生动。更绝的是，他为岳阳楼写记，可只字未为楼染色，而着重写从楼上看到的景物，通篇写景，实乃抒情。

丹青画出是君山

下了岳阳楼，又见君山碧。

过去只能乘船上君山，现在如长虹般的洞庭湖大桥已将岳阳城与君山岛连在一起。君山景区大门口有诗仙李白的塑像，石墙上刻着他的名诗：“帝子潇湘去不还，空余秋草洞庭间。淡扫明湖开玉镜，丹青画出是君山。”诗仙用传说美景极尽渲染，最后烘托出君山来，足见这个湖上的小岛何等美丽。雕像后面，就是青螺一样的君山岛了。

君山原名洞府山，意指洞庭湖中神仙居住之府。后因舜帝的两个妃子娥皇、女英葬于此地，屈原在《九歌》中将她们称为湘君和湘夫人，后人将此山改名为君山。李白咏君山，首句就托出这个美丽的传说。

相传4000多年前，舜帝南巡，二妃坐立不安，南下寻夫来到洞府山，得知舜帝因劳累驾崩于湘南的九嶷山。娥皇女英悲痛万分，攀竹痛哭，三天三夜不止，泪血滴在竹子上，竟成斑竹。斑竹一枝千滴泪，留下了传颂千古的爱情故事。

离开湘妃祠不远，是规模宏大的洞庭庙。出了庙门，放眼望去，环岛都是绿浪鹅黄，洞庭湖在草浪那头，一片苍茫，隐约可见岳阳楼的巍峨楼影。风从君山吹过，留下多少美丽的传说。美丽多情的妃子随风而逝，空余连天衰草满洞庭。

擦亮旅游地标⑬
湖南·岳阳楼