

我为“三篇大文章”献良策

大足乡村旅游发展需做好“四个兼顾”

□ 陈奇林

大足区第三次党代会提出要加快做靓享誉世界的文化会客厅、建强链接成渝的“两高”桥头堡，奋力做好“国际旅名城”这篇大文章，全力构建大足文旅发展新格局。其中，宝顶山5A级旅游景区是“太阳”，龙水湖旅游度假区是“月亮”，而遍布27个镇街的乡村旅游就是“繁星”。大足区文化旅游委立足自身职能，扎实开展大调研大讨论活动，组织区旅游协会及区内旅行社负责人，对全区71个乡村旅游资源点进行充分调研，形成此调研报告。

发展现状

一、乡村旅游产业实现较大发展。近年来，全区依托田园风光、绿水青山、村落建筑、乡土文化、民俗风情等资源优势，新增20个乡村旅游休闲观光点，成功创建国梁镇大有田园3A级旅游景区，建成如梦荷棠·山湾时光、隆平五彩田园、棠香人家、老家·观音岩、芳香产业园、雍溪天华百卉园等休闲旅游精品景点，培育市级乡村旅游精品线路4条。2021年，全区乡村旅游吸引游客1150万人次，同比增长17.6%；实现综合效益40.28亿元，同比增长18.2%。

二、乡村旅游配套服务日益完善。全区乡村旅游景区道路交通、标识标牌、停车场、住宿(民宿)、旅游厕所、农家乐(乡村酒店)等配套设施进一步完善。截至目前，共发展农家乐(乡村酒店)396家，乡村旅游民宿近25家，510个床位，乡村自驾游营地3个，乡村旅游产业发展基地196家，乡村旅游从业人数约37500人。

三、乡村文化旅游活动不断丰富。全区现已形成老家·观音岩李花节、红高粱旅游文化节、中国农民丰收节、荷棠旅游文化节、大足黑山羊旅游文化节等“天下大足·醉美乡村”系列活动品牌，常态化开展大足石刻国际旅游文化节、中国·重庆大足川剧文化艺术节等旅游文化艺术活动，基本实现“月月有活动、季季有亮点、年年有盛典”。

四、乡村旅游品牌培育取得成效。大足区获评“全国休闲农业与乡村旅游示范区”，建成中国特色旅游小镇2个(宝顶镇、玉龙镇)、全国十佳生态旅游小镇1个(宝顶镇)、中

国传统村落3个(雍溪镇红星社区、高升镇双牌坊村、玉龙镇玉峰社区)、中国休闲美丽乡村1个(拾万镇长虹村)、全国乡村旅游重点村1个(宝顶镇慈航社区)、市级休闲农业和乡村旅游示范点5个(棠香、三驱、拾万、宝顶、高升)、市级休闲农业和乡村旅游示范点15个、市级休闲农业和乡村旅游示范点10个。

存在问题

一、整体规划统筹不足。目前全区部分镇街都制定了旅游发展规划，但缺乏一个全区性的乡村旅游发展规划。大足区内乡村旅游景区景点发展大都还处于单打独斗的阶段，景区景点之间的联动发展不足，未能抱团形成旅游目的地集聚效应，对外市场竞争力较弱。

二、业态融合发展不够。目前，大足区乡村旅游工作不论是对乡村文旅资源的挖掘，还是农旅融合项目的建设，大多还停留在图纸上、理念上，落实落地还不足，难以吸引现代年轻人，也难以形成“回头客”。此外，涉及乡村旅游的部门配合不足。乡村旅游道路交通、乡村环境卫生整治、乡村医疗急救救助、乡村闲置农房利用等方面涉及的部门信息不完全对称，出现了项目重复建设或建设不足的情况。

三、旅游配套水平较低。从硬件上看，大足区旅游基础设施、景区配套、公共服务方面与我市其他旅游发达地区相比，在特色方面还存在较大差距。从软件上看，智慧旅游、服务管理理念、乡村旅游人才队伍、宣传营销等距新时代乡村旅游发展要求相距甚远。从供需端来看，“吃住行游购娱”六要素不够完善，大部分镇村乡村旅游项目仍以吃喝、棋牌、钓鱼“老三篇”为主，对本土文化内涵的深入挖掘不够，小、散、弱情况突出，产品单一、

形式单一、业态单一等问题也比较突出，缺乏创新设计与深度加工，宣传营销无法吸引游客的眼球。

四、发展机制亟待健全。大足区乡村旅游高缺少行业、审批、评价机制，各乡村旅游目的地普遍缺乏系统管理机构，乡村旅游景区管理没有专职人员，大多由乡镇工作人员兼任，这就导致景区产业发展、景区宣传营销、景区文创等工作不成体系，景区服务还处于低水平阶段。

意见建议

一、乡村旅游资源要兼顾“保护”“传承”“创新”。乡村旅游多属于资源依托型，山水林田湖是乡村赖以生存、得以不息的根本所在，古村落的原生态和风土人情是乡村数代延绵传承的情感寄托，古朴的历史建筑和文化遗存也是吸引游客的最本质最优势的要素。大足区现有各级文物保护单位的不可移动文物111处、可移动文物821件(套)，各级非物质文化遗产代表性项目名录101项，且大多分布在田野乡村。因此，一要重视保护。在发展乡村旅游中，势必要处理好村落环境、文化景观及农村生态环境保护等问题。对有条件开发乡村旅游的镇村，开发前应对可能造成的环境影响、资源破坏等情况做出评估，采取相应的调控对策，做到未雨绸缪。对乡村旅游条件尚不成熟的镇村，应对村内的古建筑、民居、文物等进行调查统计，制定相应的保护措施。二要重视传承。旅游是靠文化来支撑的，乡村旅游也不例外。非遗作为国家和民族的精神血脉，需要薪火相传、代代守护，要探索制定以非遗技艺传承的常态化人才培养长效机制，提升非遗知名度，带动“文化+旅游”产业发展。三要重视创新。要增强乡村旅游的体验与互动，变静态

为动态、平面为立体、消费者被动受教为主动参与。通过开展多种趣味旅游活动，延长旅游产业链，引导人们的旅游情趣，不断满足人们日益增长的旅游需求。同时利用VR、AR等技术开展沉浸式旅游，让乡村旅游真正“活”起来。

二、乡村旅游规划要兼顾“统筹”“融合”“差异”。旅游要发展，规划要先行。一要统筹规划。立足大足区乡村旅游特色资源，统筹各镇街文旅规划，制定乡村旅游发展总体规划，将乡村旅游规划与基本农田保护规划、村镇建设规划相结合，推进旅游产业、城市建设、土地利用、环境保护等多规合一，将“小镇焕新”工程、农村人居环境整治与旅游景观打造紧密结合起来。二要深度融合。实施“文化+”“旅游+”战略，推动文旅与农业、林业、教育、卫生、体育等融合发展，策划包装一批文旅招商引资项目，推动田园综合体、文创园区、康养基地等特色园区(基地)建设。三要差异发展。将镇域自身文化特色作为乡村旅游主打点，实施“景区镇”“景区村”建设，打造历史文化名镇名村、特色景观旅游小镇、美丽宜居乡村，发展乡村文化旅游、精致民宿文化旅游以及红色旅游等特色乡村旅游，满足游客观光游、休闲游、度假游、研学游等多元化消费需求。

三、乡村旅游产业要兼顾“重点”“片区”“全域”。乡村旅游是美丽经济，不可能一蹴而就，需要立足实际、统筹实施、分步推进。一要抓住重点。聚力打造中心城区附近的美丽乡村，聚焦北山、南山和宝顶山沿线，整合相关涉农资金，坚持保留乡村风貌，突出农家气息、彰显田园风光，精心打造棠香人家、老家·观音岩等一吃醉美乡村，让游客看得见山、望得见水、记得住乡愁。二要串点成片。充分利用湖库、老场镇、古建筑、老院子、传统村落等独特资源，推动“石马—金山—拾万”

引领民营经济迈向更大的舞台

□ 张军东

近年来，大足区民营经济创造了优异成绩。如何进一步引领全区民营经济人士满怀信心奋进新征程、建功新时代，做靓享誉世界的文化会客厅、建强链接成渝的“两高”桥头堡，是大足区工商联做好新时代民营经济统战工作的新课题。

举旗定向

引领民营经济人士听党话跟党走

强化政治引领，筑牢信仰信念。大足区工商联深刻把握新形势新要求，以“学讲做”、大走访大谈心、教育培训等活动为载体，在全区民营经济人士中广泛开展宣讲活动，讲党的创新理论、讲政策形势等，进一步打牢忠诚拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”的思想根基。持续推动党史学习教育常态化长效，引领民营经济人士坚定理想信念，争当爱岗敬业、守法经营、创业创新、回报社会的典范。

发挥党建引领，锻造先锋队伍。建立商会党建指导机制，指导各商会规范化开展党建工作，增强基层党组织凝聚力、号召力、战斗力。与全区各镇街党(工)委保持密切沟通联系，加强非公经济党建工作，形成齐抓共管机制，打造靠得住、顶得起的先锋队。如在疫情防控期间，全区各商会党支部自发组织志愿者服务队，做好防疫宣讲、秩序维护、慰问一线等工作；在大足8·20山火之际，各商会党支部闻讯而动，积极组织民营企业捐赠物资计超110万元物资、出动2100余人次志愿者、近30台套工程机械设备，助力打赢山火扑灭战。

突出责任引领，厚植家国情怀。坚持13年打造工商联(总商会)光彩助学工程爱心公益品牌，用正向引导、成长关怀、经济帮助等方式，组织民营企业与贫困学生结对帮扶。已累计筹集助学资金265万余元，帮助超300名困难学生完成学业。引导民企积极参与乡村振兴，通过“万企兴万村”行动，组织超5万家企业及企业与全区45个村结对，从巩固脱贫攻坚、发展产业、消费帮扶、乡村建设等方面，全面推进商会及企业支持乡村发展。引导民企心怀“国之大家”，把企业做强做优、做稳做久，创造更多就业岗位。

精细服务

营造民营经济发展好环境

构建联系服务机制。全力推进助企纾困，协调16个经济服务部门，扎实开展“落实稳企惠企集中攻坚行动”系列活动，创新推出不来即享、免审即享等惠企措施，同时大幅压缩办事流程，让惠企政策直达民企。建立民营企业问题跟踪处理台账，对走访调研收集到的问题，通过非公经济联席会定期向相关部门交办处理，先后解决餐饮服务行业停车配套、产权办理、企业参保等问题，企业反映问题办理回复率达95%以上。

瞄准短板提升创新能力。倾力打造商会大讲堂培训平台，以企业家需求为导向，精准设计培训方案，通过课堂教学与现场教学相结合的方式，常态化开展培训，近五年培训人次超5000人次。激发本土企业家人才活力，创

新打造本土企业家讲师团，首批优选14名讲政治、善管理、乐分享、有专长的企业家进入讲师团队伍，不定期组织讲座、沙龙等活动，持续打造企业家素质提升平台。

强化调研建良策。坚持把调研建言作为工商联常态工作，围绕热点难点问题，深入一线调研，收集一手材料，撰写调研报告十余篇，多次获大足区委区政府领导批示，转化为政策内容，为优化民营经济发展政策环境作出决策参考。

提升民营企业在营商环境话语权。开展“百家企业评部门”，并纳入部门年度综合目标考核，让民营企业有更大话语权。通过以评促改、以改提质，不断优化部门服务，增强服务意识，提升民营企业获得感。

构筑法治盾牌。在与大足区人民检察院、大足区人民法院联合成立的非公经济维权服务中心、民营企业商事纠纷调解中心基础上，进一步与司法、公安及律师事务所联系合作，签订战略合作协议，建立公共法律服务联席会议、涉案企业合规三方委员会等制度。

夯实组织

打造为党政分忧为会员解难平台

坚持把基层商会作为延伸民营经济统战工作、服务民营企业的触角和载体，全力争取各方支持，为商会发挥作用创造条件。

开展商会专题调研。对全区基层商会分阶段开展专题调研，详细了解商会工作情况、总经经验、梳理难点，并及时向当地党委政府及行业主管部门协调解决。对工作停滞、无班子、无存在价值的商会进行清理融合，调整不能正常履职的商会班子，推进商会法人登记注册，促进商会规范化、标准化运行。

增强商会班子工作能力。组织开展专题培训，以听领导及专家讲、看优秀商会建设、论商会工作等方式，提高商会班子政治思想认识，增强社会责任感使命感。鼓励支持基层商会之间加强交流互动，引导商会组织会员与区内外商会加强工作交流考察，促进商会建设协同发展，为促进合作共赢搭建平台。

助推区域经济发展。最大限度发挥商会工商资本、模式、资源、智慧优势，全面融入地方经济社会建设发展进程，带动区域经济发展。大足五金商会以振兴五金产业为己任，抱团成立原料集采平台，每年为会员节省流动资金超500万元，编制《大足锻打刀》等团体标准4个，成立大足出口贸易原产地认证平台，提升大足五金影响力，促进大足五金特色产业整体发展。大足雍溪商会大力倡导回报家乡行动，三年时间为家乡建设捐资超3000万元。广东大足商会全力助推家乡招商引资，在大湾区推介宣传家乡投资优势，牵头投资50亿元回乡打造“大湾区创新谷”，已吸引20余家企业回乡投资兴业。

潮起两岸阔，风正一帆悬。我们将坚持信任、团结、教育、引导、服务工作方针，团结引领民营经济人士始终沿着习近平总书记指引的方向坚定前行，以良好精神面貌和扎实工作作风，迎接党的二十大大胜利召开。

恢复发展昌州“香海棠” 打造地理标志品牌

□ 陈华英

大足历史悠久、山川毓秀，唐代建县以来，海棠奇香，闻名于世，千年不绝。“海棠香国”作为大足八景之一，历代《大足县志》均有记载。遗憾的是，由于明末战乱、湖广移民等多种原因，“香海棠”在清代以后逐渐消失。随着现代科学技术与文化的发展，培育恢复和形成“昌州海棠”地理标志品牌，让“香海棠”在新时代社会主义现代化建设中争香吐艳，既有其重要性和必要性，也有其可能性。

一、恢复种植昌州“香海棠”的意义

(一)弘扬大足“海棠香国”的历史文化底蕴

自唐乾元元年(758)置大足县始，历代史料中涉及大足风物的诗词文赋层出不穷，其中“香海棠”备受文人骚客的青睐。加强培育恢复和种植“香海棠”独特品种，再现“海棠香国”人文、地理风貌，不但有助于深入挖掘大足优秀传统文化底蕴，传承“海棠香国”历史文化，而且能够让更多民众在感受传统文化的魅力中坚定历史自信、文化自信，进一步突出大足城市人文特色和优势。

(二)助力乡村振兴，逐步形成“昌州海棠”地理标志品牌

在“乡村振兴”战略实施中，恢复培育成功大足“香海棠”品种，然后扩大种植形成产业，再申请国家地理标志保护，最后形成“昌州海棠”地理标志品牌。直接引领农业产业结构调整、农村生态文明建设、为农民创造更高经济价值。

(三)助推大足旅游产业发展

尽管“香海棠”在大足的历史发展过程中有所中断，但民众对其喜爱的程度有增无减。时至今日，“香海棠”文化凭借其深厚的历史文化底蕴得到了广泛的社会认同，“海棠香国”已逐渐成为“大足石刻”以外的又一旅游名片。大足目前正深挖海棠文化，打造以观赏海棠为主的农旅融合发展旅游路线，以及打造“海棠香国”历史文化风情城方面已取得一定成绩。在此前提下，加强培育恢复和种植“香海棠”，不仅能够吸引更多游客到大足“看海棠、赏海棠、品海棠”，而且能提升城市文化内涵与品位，提高城市旅游产品的附加值和市场竞争力，为大足旅游业的发展提供强大动力。

(四)恢复城市环境，打造独特市容市貌

海棠集“观花、观果、观叶、观形”多元化的景观属性，使得其在城市生态建设中有着不可或缺的作用。大足地处川东丘陵，属亚热带季风性湿润气候，适宜于种植海棠。因此，恢复和扩大种植“香海棠”，在阳春三月复现“满城春色半城海棠”的壮观景象，重塑大足八景之一“海棠香国”历史风貌，既能够为城市之美增添活力，又让人民有更多获得感、幸福感，为人民创造更加幸福的美好生活条件。

二、具备的相关条件

(一)“香海棠”的品种界定

根据明代王象晋《群芳谱》记载，历史上的海棠主要有四种，皆木本。贴梗海棠，丛

生，花如胭脂。垂丝海棠，树生，柔枝长蒂，花色浅红。又有枝梗略坚，花色稍红者，名西府海棠。有子如木瓜可食者，名木瓜海棠。按照今天植物分类法来看，它们虽同为蔷薇科，但并非同属。其中，西府、垂丝海棠为苹果属，贴梗、木瓜海棠为木瓜属，差异颇大。

(二)恢复和扩大种植的自然环境条件

按南宋地理总志《舆地纪胜》记载，宋代昌州“地宜此花，易植易蕃”“昌居万山间，地独宜海棠”，说明海棠奇香与大足独特地理环境有密切关系。大足地处川东丘陵地区，属亚热带季风性湿润气候，年平均气温16~18℃，最热月份平均气温26~29℃，最冷月平均气温4~8℃。西府海棠性喜温暖，耐寒性强，喜阳，稍耐阴，较耐干旱，对土壤条件要求不高，容易嫁接成活。无论是大足的自然地理环境，还是西府海棠的生长条件，都为以西府海棠为基础、嫁接培育“香海棠”创造了自然地理条件。

(三)恢复和扩大种植的技术条件

恢复和扩大种植“香海棠”在技术条件上也可以达到，目前相关技术已经较为成熟：一是西府海棠种植技术已较为成熟，通常以嫁接或分株繁殖，亦可用播种、压条及根插等方法繁殖。其中用嫁接所得苗木，开花可以提早，而且能保持原有优良特性。二是嫁接技术较为成熟。嫁接技术是植物的人工营养繁殖方法之一，即把一种植物的枝或芽，嫁接到另一种植物的茎或根上，使接在一起的两个部分长成一个完整的植株。嫁接的方式分为枝接和芽接。嫁接时间和方法因植物品种、地域气候和营养状况而异。

总之，“香海棠”作为西府海棠的变种，现有的嫁接、分株等技术的发展为恢复和培育种植“香海棠”提供了技术支持。

三、存在的问题

(一)“香海棠”概念界定不够明确

尽管媒体对大足海棠的报道很多，但目前大足对“香海棠”“海棠香国”等文化概念的宣传还不够，这在一定程度上是因为对“香海棠”的认识不足。在一些新闻报道、学术研究中，“海棠香国”被乐山(原嘉州)大量宣传报道，而大足、荣昌、永川等原昌州辖区的宣传报道或文化研究中也仅以“海棠”笼统概括，较少提及海棠的品种，更不曾突出“香海棠”的品种特色。因此，大足作为近400年的昌州治地，应当率先界定、宣传、种植“香海棠”。

(二)目前海棠种植品种无特色，均无香气

目前大足的海棠种植多为垂丝海棠、贴

“雍溪—国梁”“高坪—中教—高升—铁山”“三驱—季家—龙石—珠溪”等片区串珠成链，建设一批农文旅融合的精品乡村旅游项目，推进乡村旅游、休闲农业蓬勃兴起，打造具有巴渝特色的现代版“富春山居图”。三要贯穿全域。当前，大足区正在创建国家级全域旅游示范区，因此要牢固树立“全域旅游”发展理念，将旅游要素渗透到全域，按照“城乡即景、景即城乡、城景相融”的思路，将各类资源要素整合转化为旅游资源，努力使城镇乡村成为如诗如画的风景，山水田园成为如梦如幻的自然景观，民俗风情成为气象万千的“百科全书”。

四、乡村旅游服务要兼顾“配套”“管理”“服务”。发展乡村旅游，不仅要注重旅游基础设施的建设，还要注重旅游软件服务质量的提升，不断建立健全相应的制度体系。一要完善配套设施。积极开展“绿化、美化、亮化”提升改造行动，新建乡村绿道、旅游步道、自行车道等慢行系统，规范旅游标识标牌，完善A级景区、旅游集散中心、特色民宿、旅游厕所、停车场等服务功能，配套建设特色餐饮、住宿、购物、娱乐、户外运动等服务设施。二要健全管理机制。按照“政府引导、市场运作、农民主体、多方参与”的原则，积极发挥政府的政策引领作用，切实将支持乡村旅游发展政策落地落实，在项目安排、资金预算、土地使用等方面，对乡村旅游项目予以支持，激发企业或个人发展乡村旅游的积极性。同时，探索建立健全乡村旅游景区景点、农家乐、旅游民俗接待服务等乡村旅游各项标准，形成一套完整规范的乡村旅游标准体系，不断提升乡村旅游发展质量和品牌化建设水平。三要提升旅游服务。要不断完善乡村旅游接待服务体系，提高乡村旅游的综合服务质量和水平。重点抓好党支部书记、创业带头人、乡村旅游经营者等人员培训，切实提高其管理水平、经营服务、创新意识、产品研发等方面的素质和技能，逐步建立一支专业化乡村旅游策划、管理、服务人员队伍，培育一批钻研能力强、业务水平高、工作质量优的专业化乡村旅游工作者。