产品单调雷同、特色不足，无法满足人们观光、度假、康养等多样化需求——

森林深度游还缺啥

经济日报·中国经济网记者 黄俊毅

透视

发展森林旅游是将绿水青山变成金山银山的有效“转化器”，有助于带动偏远地区脱贫攻坚。但是，目前大多数森林旅游产品单调雷同、特色不足，只能满足“走马观花”“到此一游”的观光式旅游需要，无法留住游客深度旅游。下一步，森林旅游亟需从“看风景”向“过生活”转变，以满足人们观光、度假、康养等多样化需求

“五一”劳动节期间，无数游人慕名来到广西罗城罗东村，享受喀斯特水上森林旅游乐趣。这里曾是远近闻名的贫困村，通过发展森林旅游，20多位建档立卡贫困户在景区实现了就业脱贫。“以前种地，全家辛苦一年只有几千元收入。现在每月有稳定收入，生活越来越好。”村民银桂梅高兴地说。

“发展森林旅游是将绿水青山变成金山银山的有效‘转化器’。”国家林业和草原局国有林场和种苗管理司司长程红告诉经济日报记者。

据统计，2018年全国森林旅游接待游客超过16亿人次，同比增长超过15%，创造社会综合产值接近1.5万亿元。森林旅游目前处于什么样的发展阶段，进一步增长的潜力在哪里？

河北省塞罕坝机械林场通过发展森林旅游产业，每年仅门票收入就超过了4000万元。 本报记者 黄俊毅摄

带动百万人口脱贫

在国家林业和草原局定点帮扶的国家级贫困县广西龙胜，龙脊梯田国家湿地公园以独特的稻田、森林、河流景观，吸引了世界各地游人。龙胜平安村村支书廖元壮告诉记者，全寨200多户村民开办了120多家农家乐，人均年收入达5万多元。“保护好生态环境，才能吸引更多人来旅游，百姓才能持续增加收入。”龙胜县委常委、副县长敖孔华说。

广西林业局局长黄显阳表示，力争到2020年通过发展森林旅游带动3万名贫困人口脱贫。数据显示，全国依托森林旅游实现增收的建档立卡贫困人口约35万户110万人，年户均增收3500元。

程红告诉记者，目前我国共有各类自然保护地11000多处，占国土总面积18%以上，是开展森林旅游的最主要载体。过去这些自然保护地分属林业、环保、城建、国土、水利、农业、海洋等不同部门管理，不仅不利于统一监管，也制约了森林旅游发展。2018年，国务院实施机构改革，明确由国家林草局负责管理各类自然保护地，既破解了自然保护地“九龙治水”难题，也为统筹抓好森林旅游创造了有利条件。

仍局限在“走马观花”

程红表示，目前我国森林旅游产品最突出的问题是单调雷同、特色不足，只能满足“走马观花”“到此一游”的观光式旅游需要；难以满足人们观光、度假、康养等多样化需求，无法留住游客长时间深度旅游。

程红认为，大多数森林旅游地很少围绕主要景观延伸开发，没有形成完整的产业链条，特别是缺乏特色鲜明的森林浴、森林运动、森林探险、森林教育、森林研学等参与性强、特色鲜明的内容，缺乏具有生态特色的自然风景与生态文化、室外游憩与室内娱乐、感官享受与心境享受、冬季项目与夏季项目有机结合等内容。

同时，基础设施落后也是森林旅游业的一大薄弱环节。我国森林旅游地大多处于偏僻山区林区，交通条件相对落后。比如，前往大兴安岭林区要花费大量时间，导致森林旅游长期不温不火。此外，很多森林旅游地缺乏食、住、行、游、购、娱等服务设施，以及游步道体系、解说系统、标示系统等功能性设施。还有一些地方服务设施粗制滥造，既没有与自然环境融为一体，也无法满足游客需求。

程红告诉记者，森林旅游是投入高、产出慢的长周期产业，门槛高、限制多。很多企业虽看好森林旅游的潜力，但由于融资困难、投资保障不明确等问题，降低了成功合作的几率。

目前，我国森林旅游的主要载体——自然保护地大多是生态红线区或禁止开发区，从事旅游开发限制多，审批复杂。比如，在林间搭几座小木屋、修一段游步道，都要经过多个部门审批，这严重制约着森林旅游业发展。

如何告别“门票经济”

程红表示，发展森林旅游需要大力推进“四大转变”，即森林旅游形态从“看风景”向“过生活”转变、森林旅游开发从“工业化模式”向“生态化模式”转变、森林旅游经济从“单一门票”向“综合产业”转变、森林旅游管理从“粗犷型”向“精细型”转变。

传统的“看风景”森林旅游是对某处景点、风景的浅层次欣赏。“过生活”森林旅游则是深度体验森林生活，要围绕主要风景点，融合周围的自然生态、乡风民俗、人文历史打造出相互衔接、互为依托的森林生活核心圈、辅助圈和拓展圈。大力开发森林游戏、森林徒步、森林探险、森林漂流、森林攀登、森林低空飞行，以及林下种植、林下采摘、林下亲情活动等森林娱乐和体验项目。同时，打破旅游者、旅游地居民之间的藩篱，做到游客与居民“你中有我、我中有你”，真正形成生活氛围浓厚的“旅游大社区”。

“森林旅游开发应坚决防止被工业文明思维绑架，坚决杜绝工业化的手段和模式。”程红表示，在森林旅游基础设施建设上，无论是住宿、餐饮、娱乐等基础建筑，还是标识、健康、科教等设施建设，都要遵循不破坏自然生态的原则，不搞大挖大建，尽量少占林地或不占林地，并做到与自然环境融为一体。

在森林旅游产品开发上，应精心设计排放低、污染少、品质优、效益高的新兴旅游产品，同时引导游客节能减排，保护生态环境，构建绿色低碳森林旅游产品体系。

在森林旅游管理上，可借鉴国际性成熟标准和规范，比如IUCN绿色名录、ISO14000系列标准，提升我国森林旅游业低碳化、生态化水平。

同时，要摒弃单一“门票经济”做法，把森林旅游与森林种植业、森林养殖业、森林采集业结合起来，大力发展观光式林下经济。既向游客提供参与式的旅游项目，丰富其旅游生活，又为游客提供绿色生态森林食品，满足其健康饮食需求。

此外，还可以把体育、文化、教育、医疗等产业与森林旅游结合起来，大力发展山地运动、生态文化、自然教育、健康养生等新兴康体项目，向游客提供丰富多彩的旅游产品。

数据读新闻

4.69%

一季度全国农机规模以上企业营业收入同比增长4.69%

农机工业面临『国四』标准考验

本报记者 刘慧

日前，记者从中国农机工业协会获悉：今年一季度全国农机规模以上企业营业收入同比增长4.69%，略高于去年同期的3.30%。利润同比增长13.97%，出口交货值同比增长12.11%，高于上一年2.22%的增速。

中国农机工业协会执行副会长兼秘书长宁学贵认为，农机工业营业收入小幅增长，除了购机补贴等政策发力外，主要是年初备货量有所增加。行业连续几年断崖式下跌后，造成市场库存数量偏低。骨干企业开始为春耕备货，2月份骨干企业大中型拖拉机库存数增长15.51%；3月份骨干企业收获机库存数同比增长29.96%、小型拖拉机库存数同比增长30.46%。

营业收入增长大的子行业是畜牧机械21.75%、农副产品加工机械9.77%、水资源专用机械26.09%等。拖拉机、收获机、插秧机等产品的产量继续下降。据中国农机工业协会企业管理委员会统计，骨干拖拉机企业的大拖产量下降6.47%，小四轮产量下降1.98%，手扶拖拉机产量下降34.66%。骨干企业小麦收获机下降2.36%，玉米收获机增长7.35%，履带式水稻收获机下降21.09%，插秧机下降31.23%。

以上数据显示，农机工业延续下滑趋势，主要产品销售和骨干企业经营业绩不佳，行业下行压力依然较大。3月份举办的全国春季农机和零部件展览会企业参展面积和参观人数都不如往年，也是市场低迷、企业信心不足的一个表现。

“与企业利润去年同期下降7.50%相比，3月份利润增长13.97%，止跌回升，国家减税降费一系列措施对减轻企业经营压力发挥了作用。”宁学贵说。

不过，目前许多农机企业依然利润微薄，经营困难。3月份，全国123家拖拉机企业营业收入为110亿元，利润总额为1.12亿元，利润率仅为1%，同比下降51.89%。农机市场低迷，企业产量锐减对企业盈利能力影响很大。许多企业产能利用率低，经营成本居高不下。

4月28日，生态环境部再次召集中国农机工业协会等单位，讨论《非道路移动柴油机械污染物排放控制技术要求》，并作动员。从2020年12月份开始，排放达不到国四标准的农机产品将不能生产和销售，行业国四排放升级工作刻不容缓。企业排放升级工作难度大、时间紧迫，需要投入大量的费用和精力。环保升级将进一步增加产品制造成本，对市场有一定影响。

宁学贵认为，2019年虽然有很多利好政策刺激，但行业反弹动力依然不足，由于多种不确定因素叠加，行业低位运行将会持续下去。

市场瞭望

全住宿新餐饮成为创新方向

本报记者 亢舒

我国是消费大国，2018年消费对国民经济增长贡献率达到76.2%，继续成为经济增长第一拉动力，其中服务消费增长快于商品消费，2018年我国服务消费占比提高到49.5%。饭店餐饮业作为服务消费的典型代表，2018年收入超过5万亿元，占社会消费品零售额的13.2%，对拉动经济增长作出了积极贡献。

近日，中国饭店协会会长韩明表示，2019年全国饭店行业高质量发展将呈现四个趋势。一是行业规模持续扩大，行业管理趋向精细化发展。2018年一些连锁酒店集团中房价持续上涨但出租率有所下降，一定程度上表明住宿业管理开始从一味追求出租率，逐渐转向精细化管理。

二是业态结构更趋优化，数字化发展驱使投资理性化。传统的酒店餐饮企业将更多吸收新生业态的创新动能，民宿、公寓、餐饮新零售等新业态将更加沉淀，回归产品和服务本质价值。

三是消费升级和新型消费引领产业升级，后IP时代促进品质化回归。产品IP化、品牌故事化、单品连锁化以及老字号传承创新都将成为未来市场热点，强IP引流之后的品质回归成为行业下一步思考问题。

四是中产消费、乡村振兴、“互联网+”带来行业发展新机遇，实现商业资产新布局。中端酒店、体验式酒店、品质餐饮将是主要增长点，人工智能、虚拟现实、生物识别、5G、区块链等新技术进一步为产业赋能。

韩明介绍，2019年饭店餐饮业全住宿、新餐饮的创新发展将是重要方向。发展精品酒店、健康养生、亲子酒店以及快餐、团餐、休闲餐饮、单品连锁等需求旺盛的业态以及消费新业态新模式，满足包括儿童、老年人、中产阶级、社区居民在内不同层次消费者对全住宿、新餐饮的新消费需求。

“现在人们的消费理念、文化品位在提升，对于消费服务、产品品质的追求也在逐步提升，所以餐饮企业应该在营养、健康、绿色、文化、体验等方面下功夫。”韩明说。

在早期开发者离场的同时，巨头却持续加码——

小程序还有很多事可做

本报记者 佘颖

行业观察

□ 小程序是把平台自身优势向外界开放的服务载体。谁能了解平台和自身，并把这两方面结合好，谁就能在小程序上玩出新花样

□ 小程序的真正商业价值在产业互联网，因为产业互联网中无数的琐碎触点只有依靠小程序才能解决，由此提升用户的整体体验，最终倒逼组织流程变革

小程序一直备受关注，尤其是拼多多爆发后，互联网巨头与开发者都将小程序视为流量的最新入口，纷纷入场。

但是，进入2019年小程序生态悄然发生了变化。一边是早期的开发者离场，资本不再青睐；另一边是巨头入局，持续加码。为什么小程序会出现冷热不均？小程序真正的商业价值又在哪里？日前，在“首届小程序商业价值影响力峰会”上，支付宝、百度、同程艺龙等一众小程序给出了自己的答案。

当腾讯、阿里、百度相继捧出真金白银扶持小程序，小程序商家开始了选择困难症——我该选择哪个平台？还是全平台都推进？

其实，熟知各个平台的规则与打法才是关键。支付宝开放生态事业部平台运营总监郭兆旭表示，支付宝的小程序聚焦于商业与生活服务场景，商家可以借助阿里生态的各种服务，建立自运营体系，产生流量自运营闭环。

这意味着小程序不仅可以拥有支付宝的芝麻信用能力，还可以拥有菜鸟的物流能力、饿了么的配送能力、高德的LBS能力等。开发者可以方便地获取，实行“拼积木式组装”。

企鹅洗衣是支付宝小程序中从事共享洗衣的企业。最开始他们只想运用支付宝的扫码支付能力，但后来发现可以利用天猫供应链，把一些洗衣机厂的库存洗衣机放到自己的平台上使用。芝麻信用则可以提供免押金服务。当他们想快速扩张时，网商银行的资本能力又给了他们大量帮助。与支付宝合作之后，企鹅洗衣的成交量提升了5倍多。

百度智能小程序生态与运营总监柳菲认为，“百度小程序更多地是一次载体上的革命，使流量变成用户沉淀，使互联网变成用户运营联网的平台”。

在小程序被普遍看衰的现在，各大生态建设者却依然将小程序视为未来生态组成部分，它是把平台自身优势向外界开放的服务载体。谁能了解平台和自身，并把这两方面结合好，谁就能在小程序上玩出新花样。

在流量红利衰退、获客转化成本愈发高涨的现实压力下，商家们对小程序寄予厚望。一方面，小程序的传播可以激活下沉市场，寻找新人群新增量；另一方面，小程序可以嵌入交易沟通环节的全链条，创造了多种互动可能，帮助商家精细化运营存量用户。

同程艺龙平台产品总监姜华认为，流量只是其一，更重要的是对用户精细化运营，以及在此基础上创新玩法。比如，同程艺龙联合微信支付从酒店预订场景切入，为高分值用户提供“免押金、免查房、离店后扣款”等便捷服务，不再需要传统的现金押金或者信用卡预授权，从而免去排队结账等候的麻烦，大大优化了入住体验。

对于大多数传统企业而言，用户是谁，他们在哪里，如何撬动他们，是困扰已久的核心“三问”。小程序出现后，这些问题逐渐有了答案，有线下店面的商超感受尤其深刻。

在去年开发小程序前，天虹集团已经实施了四五年的数字化转型。与小程序结合后，产生了截然不同的化学反应。“比如，许多商超都有扫码购功能，传统模式可能需要5步才能完成，在小程序里只要加上数字化标签，可以直接一步到位，真正实现了即扫即买。”天虹数字运营中心总经理谭晓华说。

这也是晓程序观察创始人兼CEO谢晓萍的观点，“小程序的真正商业价值在产业互联网，因为产业互联网中有无数的琐碎触点，这些触点只有依靠小程序才能解决，由此提升用户的整体体验，最终倒逼组织流程变革”。

本版编辑 王薇薇 杜铭