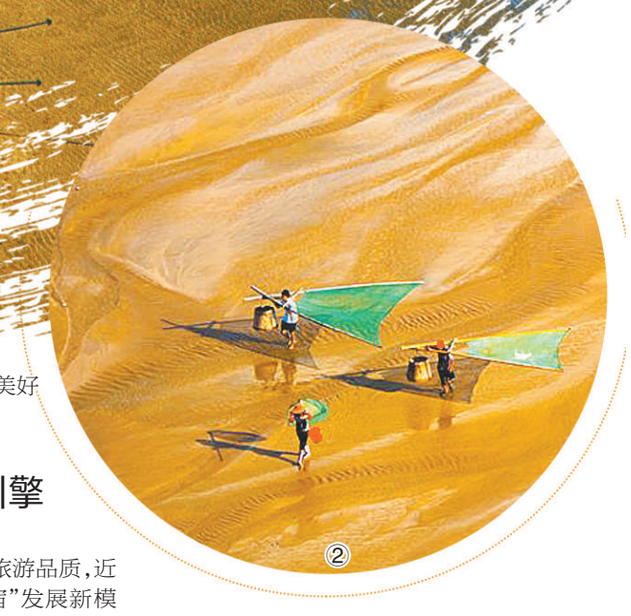
经济日报 ECONOMIC DAILY

来霞浦邂逅最美滩涂

本报记者 薛志伟 通讯员 叶骅婷



“霞浦，作为闽东沿海的一颗明珠，以‘中国最美滩涂’‘摄影人的天堂’等美誉而声名远播。”宁德市副市长吴允明说。

近年来，福建省宁德市霞浦县瞄准“全域旅游”的发展定位，挖掘山海川岛资源，大力发展滩涂摄影、休闲度假等旅游产业，知名度和影响力不断提升。慕名而来的摄影爱好者让这座原本不起眼的海滨小城变得生机勃勃，餐饮、民宿等服务业得到快速发展。

擦亮滩涂摄影金名片

落日西斜，退潮后的滩涂上露出了一排排种着紫菜的竹竿，赶海的渔人撑着小船穿梭其间……这是宁德市文联副主席、国家一级摄影师郑德雄镜头下的霞浦滩涂。

霞浦位于宁德市东部，依山傍海，拥有400多公里的海岸线。因海岸线曲折绵长，滩涂面积大，形成了独特的滩涂景观，被中国摄影家协会授予“中国摄影地”称号，是国内外摄影人必去的“十大风光摄影胜地”。

郑德雄生在霞浦，长在霞浦，以摄影为生。自2002年从商业摄影转为拍摄霞浦风光以来，他将镜头聚焦在霞浦的海滨风光和传统渔耕文化上，致力于让霞浦走出福建、走向全国。他说：“我曾经在一些国内外较有影响力的摄影大赛上看到不少反映海滨风光的作品。我们霞浦的海滩风光并不比这些地方差，甚至更美。于是我也开始拍摄霞浦的海滩，积极参加摄影比赛，有意识地推广霞浦。”

随着郑德雄以霞浦风光为主题的摄影作品不断亮相，霞浦滩涂的美吸引了越来越多摄影爱好者与观光游客，霞浦的知名度不断提高，为当地百姓带来了美好“钱”景。

霞浦县委宣传部副部长卢伟表示：“霞浦文旅产业的发展，离不开以郑德雄为代表的摄影爱好者的努力，他们是推广霞浦最有活力的主体之一。”

立足滩涂摄影胜地这张“名片”，近年来，霞浦县紧紧围绕创建“福建旅游强县”与“闽东旅游集散中心”目标，按照“文化与旅游融合发展，全面促进产业结构转型升级”的发展思路，依托得天独厚的海洋生态和文化旅游资源，着力打造“休闲天堂，度假胜地”金名片；先后编制完成《霞浦县摄影旅游发展规划》《霞浦县全域旅游总体规划》以及半月里、上水、渡头、八堡等《乡村旅游扶贫规划》，规划设计了东、西、南、北4条摄影旅游精品线路；举办滩涂摄影文化旅游周、中国·霞浦国际摄影大赛等活动，进一步提升霞浦文化旅游知名度和美誉度，增强文化旅游品牌影响力。

霞浦县委书记郭文胜表示，当前霞浦正值全方位推动高质量发展新阶段，发展文旅产业是绿水青山与金山银山的转换通道，是满足人民群众对美好生活向往的现实需要。

民宿游成发展新引擎

为完善旅游配套，提升乡村旅游品质，近年来，霞浦主动探索“摄影+民宿”发展新模式，把滩涂摄影、滨海旅游等元素融入乡村旅游发展中，依托自身的生态和山海优势，培育、扶持具有地方风情和特色的乡村民宿示范点，打造让游客进得来、留得住、住得下的旅游目的地。目前，霞浦县有各类民宿285家，房间约3000间，日接待游客能力5000多人，带动群众就业3000多人。2019年霞浦“拾间海”民宿荣获“中国最具品牌个性民宿”，“拾间海”“先生的海”“半城里”3家民宿入选2019年度福建民宿品牌。

位于霞浦县内的三沙镇三面环山，是全国著名的闽东渔场所在地，长达40公里的海岸线造就了这里独特的海岸风光。近年来，依托得天独厚的自然生态资源，霞浦县不断优化生态环境，打造滩涂摄影风情名片，建设了一批具有地方特色的民宿。

“民房改造民宿，不仅让当地百姓提高了收入，还能对村落保护起到积极作用。”郑德雄说。霞浦滩涂摄影有力推动了交通、餐饮、商贸等服务业和乡村经济的发展，正逐步成为霞浦经济发展的“新增长极”。

“滩涂摄影带活了民宿发展，反过来民宿又为旅游摄影增添了无穷魅力。品牌的拉动效应，更催生了云缦观海、榆村半舍、壹栖壹宿等新一批民宿建设热潮。”霞浦县文旅局副局长王良峰表示。为加强民宿的规范化发展，霞浦县政府于2018年制定出台了《关于促进乡村民宿规范发展的实施意见》《霞浦县乡村民宿办理流程规定》。今年3月又重新修订出台了《霞浦县民宿管理暂行规定》。民宿的发展取得了显著成效，成为当前丰富休闲旅游业态、提升旅游发展质量的重要抓手。

在一系列政策措施推动下，近5年来，霞浦共接待国内外游客近2000万人次，平均增速20.1%，实现旅游综合收入近180亿元，平均增速达23%。其中，2019年全年接待游客615.9万人次，旅游总收入64.94亿元。

滩涂摄影催生新职业

随着霞浦名气的与日俱增，一个新职业——“导摄”渐渐兴起。“来霞浦拍摄的人越来越多，当地人因为熟悉环境，逐渐出现了专门为游客提供接送、餐饮、住宿及摄影指导等‘一条龙’服务的‘导摄’。目前，全县约有专业‘导摄’20余名，向导200多名。”郑德雄告诉记者，他的徒弟王建任就是其中的一员。

记者见到王建任时，他正在三沙镇东壁村指导游客调整相机拍摄数据和构图，指挥“渔模”正确走位。“15年前，这里还是一块摄影处女地，现在霞浦滩涂已经成为中外摄影爱好者的摄影胜地。”

每年都要来霞浦“打卡”的著名摄影家曾庆旻说：“现在霞浦的旅游配套服务越来越好，从原来几座破旧的招待所，发展到很多星级酒店和高档民宿；原来只有几个摄影朋友带队，发展成现在一两百号人的‘导摄’团体。每次过来，都能看到霞浦的新变化。”

与“导摄”同时兴起的还有“渔模”，当地渔民们时不时客串一把，把自己熟悉的滩涂和浅水当作展示“T台”，乘船赶海、种紫菜，一边向摄影爱好者展示自己的渔耕日常，一边也能赚些额外收入。

“在霞浦，通过摄影衍生了一批‘导摄’‘渔模’等新职业，每年带动群众就业8000多人、旅游增收8亿元以上。”王良峰说，滩涂摄影切切实实改变了霞浦，为当地经济发展作出了贡献。

图① 福建宁德市霞浦县滩涂上，渔民在劳作。 郑德雄摄（中经视觉）

图② 福建宁德市霞浦县滩涂风光。 郑德雄摄（中经视觉）

图③ 福建宁德市霞浦县特色民宿“望潮汐”。 王建任摄（中经视觉）

皋兰山脚下的别样乡村

本报记者 赵 梅

兰州城关区伏龙坪街道头营村的农家乐。 本报记者 赵 梅摄

初冬时节，距离甘肃兰州市区8公里的城关区伏龙坪街道头营村，每天都有大量来皋兰山观景或锻炼休闲的市民。

近年来，搭乘兰州市推动农业农村发展的“快车”，皋兰山的乡村正依托兰山生态公园、南山景观等丰富资源，大力发展乡村旅游休闲产业，农村发展、农业转型、农民致富的融合发展之路越走越宽。

头营村龙泉生态园门口烤全羊、柴火鸡、铁锅鱼的招牌引人注目。走进生态园，亭台楼阁，树木葱茏，环境雅致幽静。

“头营村有农家乐136户，基本家家户户都有农家乐。”伏龙坪街道办主任郭文昀说，今年，皋兰山注册登记农家乐经营户达220户。

“漫山garden”是头营村的“网红”农家乐。创办者是29岁的头营村村民赵永龙。他看中了农家乐的好前景，以一系列前卫的营销方式为农家乐的发展注入了新鲜元素。

“从朋友圈到抖音，我们尝试以视频的形式宣传农家乐，吸引了大量前来观赏风景、品尝农家饭的客人，旺季收入达到三四十万元。”赵永龙说。

“漫山garden”从“找客人”到“引客来”的发展轨迹，是头营村农家乐发展的缩影，也是头营村乡村旅游产业发展的生动注脚。

“皋兰山的农家乐发展经历了从村民三两户自行经营到政府鼓励经营的过程，农家乐从提供茶水、简单农家饭的1.0版升级到由专业人士经营、成立合作社抱团发展的2.0版。”郭文昀说，头营村立足资源禀赋，把发展乡村休闲旅游业作为推动农业转型提效、增加农民收入的支柱产业来抓。

去年5月，头营村成立了甘肃头营印象乡村旅游农民专业合作社，现有社员114人，入股资金395万元，开发闲置宅基地发展民宿产业，打造集吃、喝、游、乐、购于一体的乡村旅游产业基地。

去年7月，甘肃头营印象农民专业合作社与甘肃桔子堂公司合作成立了兰山小镇文化旅游发展有限公司，共同打造头营村一队13户民宿。民宿已于今年7月正式营业，预计年收入约1000万元。

“我们的初衷是以乡村旅游为主营业务，重点通过合作社带动，有效推动农家乐的发展。”甘肃头营印象乡村旅游农民专业合作社负责人张有荣说。

伏龙坪街道办三农办干部王祺雅说，近年来，为了进一步提高农家乐业主经营的积极性，城关区对一些重点农家乐以“以奖代补”形式给予奖励，并对旅游示范村打造、星级农家乐创建、旅游厕所改造等进行全方位指导，进一步优化服务环境，提升经营档次。

近年来，城关区先后投入200余万元实施了城关区农家乐整体形象提升、“大兰山”综合整治行动等一系列工程。头营村新农村建设结合兰山公园整体开发，按照“政府主导、统一规划、街道牵头、村民自建”的原则推进实施。目前已经建成35户新农宅，入住13户；为35户村民办理贴息贷款总额700万元，截至目前，贴息额度达35万元，还完善了基础设施。一系列工程的实施，使皋兰山乡村旅游整体形象得到明显改善。

农业产业的融合升级，以农家乐为主的农业经营服务主体不断做大做强，日益成为农业现代化发展的引导力量。郭文昀说，伏龙坪街道办还将抢抓乡村振兴的机遇，依托乡村旅游农民专业合作社，继续加大招商引资力度，打造商业圈、婚庆基地及康养等项目，实现统一经营、统一管理和整体运营，使乡村旅游产业走向新天地。

时光漫步

你被丁真的家乡种草了吗

□ 张 雪

在买方便面的路上偶然入镜的藏族小伙丁真火了。他纯净、阳光，浑身散发着一种原生态的帅气，视频在网络上发酵后，丁真迅速收获了一批“颜粉”，热度不输一些流量小生。

火了之后，丁真成了家乡的代言人。《丁真的世界》——一段以他的视角拍摄的视频，让人领略了四川甘孜州的自然之美，帅气的少年在清澈的高原风光中肆意驰骋，那画面让人心生向往。

事情到这里还没完，丁真的藏族身份让很多网友误以为他的家乡在西藏，于是西藏借势营销自己的旅游资源，与四川你来我往地开始了“抢人”大战，其他省市也趁机邀请丁真去作客。

这一轮关于旅游目的地的营销应该算是“出圈儿”了。人们记住了丁真，也在心里对他的家乡“种了草”。从去哪儿网数据看，自11月16日起，以甘孜康定机场、亚丁机场为目的地的订单量同比去年增长近2成，17日单日预订量较去年同期增长90%，酒店预订量也较去年同期增长111%。

丁真和他的家乡一夜爆红，再次让人们见识了互联网营销的无限可能。不久前召开的国务院常务会议确定支持“互联网+旅游”发展的措施中，就提到了鼓励景区加大线上营销力度等内容。这之后，文化和旅游部、国家发展改革委等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，对加大线上旅游营销力度作出具体部署。旅游圈的这波借势营销刚好成了一个难得的案例。

互联网时代，信息如潮，千篇一律、泛泛而谈的营销很难吸引人们的眼球，更别说留下深刻的印象。丁真的火是个偶然，但当地敏锐地抓住了这个机会，通过丁真把人们的关注点自然而然引到了他的家乡，营销不着痕迹，摆脱了大而空。丁真是个长相帅气的普通人，容易让他人产生代入感，看他在蓝天白云下悠闲漫步，纵马飞驰，在篝火掩映下与朋友们唱歌跳舞，这样的日子城里人很难体会到，“真是让人向往的生活啊”，这样就让观众产生了深层次的情感共鸣。

互联网营销，时机很重要，这一次各方借势营销的反应都很快，接二连三制造热度。四川甘孜州政府除了在线上宣传造势外，还推出多项措施吸引游客前来，景区免门票、酒店半价、机票打折……大手笔的优惠加上网红效应的加持，让甘孜州的旅游资源在这个冬天火热起来。不过，如何让一时的流量变成长久的客流，还有很多工作要做。毕竟游客凭着一时兴起前往，除了当地的自然风光、风土人情外，吃、住、行等硬件设施是否跟得上，服务水平是否令人满意，对旅游市场的监督管理是否到位等都会影响游客的满意度。把眼光放长远，网红才有可能变长红。

墨子故里绘就旅游新画卷

本报记者 杨子佩

秋末冬初，河南省平顶山市鲁山县仍然游客如织，众多农家乐及山货铺生意红火，在鲁山县中国墨子文化旅游区上演的大型水上实景秀表演赢得了游客的阵阵掌声，各式各样的美食也吸引着游客驻足品尝。

“带孩子来这种文化旅游区，能让她学到很多传统文化知识，玩得也很开心。”来自郑州的游客文女士说。

中国墨子文化旅游区位于鲁山县尧山镇，由墨子文化体验园、墨子古街、田园牧歌爱情谷、印象尧山水世界等各具特色的旅游景点组成，占地20万平方米，投资2.2亿元，为国家4A级景区，区内的古城楼、古戏楼、庙宇祠堂、古街区等建筑均以墨子时期的汉阙建筑为模板建造而成，建筑布局别致、风格独特。

鲁山是秦巴山片区扶贫开发重点县，旅游单体2378个，占全省的6%，是中国墨子文化之乡、中国牛郎织女文化之乡、中国温泉之乡。鲁山县有尧山温泉国家级旅游度假区、尧山国家地质公园和尧山—中原大佛5A级景区。今年4月24日，依托“仓颉造字”的文化品牌优势，鲁山县成功举办了首届世界汉字节，并利用古老的花瓷文化品牌，整合现有花瓷生产企业，引进知名企业伟光汇通公司投资50亿元，打造产学研一体发展的花瓷古镇，擦亮“名窑之乡、花瓷之都”名片。

近年来，鲁山县依托得天独厚的生态人文资源优势，大力实施“旅游兴县”战略，走出了一条打造品牌景区带动一批、激励旅游企业帮扶一批、发展农家乐致富一批、推进农旅一体增收一批、促进文旅融合辐射一批、建设美丽乡村改善一批的“六个一批”旅游扶贫融合发展之路。当地形成了鲁山丝锦、张良腰带等返乡创业品牌，累计带动就业14.95万人，其中贫困人口1.4万人，并通过建设生态观光农业基地带动1.12万名贫困群众实现稳定脱贫，使绿水青山真正变成了金山银山。

据了解，鲁山县已创建5A级景区1家、4A级景区两家、3A级景区6家，涵盖休闲度假、温泉疗养、生态观光、军事探秘、漂流滑雪等丰富多样的生态旅游体系，年接待游客突破1000万人次，旅游收入30多亿元，旅游从业人员2万多名，有近20万人从事旅游相关产业。如今，该县乡乡有景点、旅游四季无空白，旅游产业已成为该县经济发展的支柱和群众脱贫致富的主要依托。

本版编辑 刘 蓉