

这样的海岛，你爱了吗

本报记者 薛志伟 刘春沐阳

平潭北港村利用石头厝开办起特色民宿。
林映树摄(中经视觉)

盛夏期间，到海边避暑成为很多人的首选。作为近年来小有名气的“福建马尔代夫”，平潭岛拥有千年海浪冲刷出的碧海银滩、绰约多姿的斑斓石头厝、梦幻神奇的蓝眼泪、无人小岛上的星辰大海……这些奇绝瑰丽的自然风光吸引了众多游客前来参观。

2016年8月8日，国务院批复《平潭国际旅游岛建设方案》。5年来，平潭国际旅游岛建设进入了新时期、迈上了快车道。

现代化+原生态

位于平潭澳前镇东澳村的68文旅小镇，是游客到平潭必去的一个景点。这里距台湾新竹仅68海里，景区内怪石嶙峋，极目千里，海天辽阔，令人心旷神怡。

“68文旅小镇由猴研岛、研后岛及限山岛三个岛组成，我们主要进行保护性开发，既保留岛上的原始风貌，又赋予景区文化内涵。目前，我们在岛上建设了海涯图书馆，对游客步道和石头进行改造修复提升。”平潭旅游运营管理有限公司副总经理张长淮介绍说。

随着环境和设施的改造提升，68文旅小镇对游客的吸引力进一步提高。来自浙江温州的游客吴正册告诉记者：“这里的风景很好，拍出来的照片不用修饰就是一幅画。我打算在平潭待两天，好好走走看看。”

在平潭，改造提升的不只是68文旅小镇，北部湾生态廊道串联周边景点，丰富平潭旅游业态；坛南湾提升景区环境、旅游业态、旅游服务，开启海岛旅游新模式；南岛语族考古文化基地挖掘保护平潭悠久史前文化，打造平潭文化新名片……

“我们秉持‘现代化+原生态’的发展理念，坚持‘外塑形象、内修气质’的发展方式，推动平潭岛

向旅游岛挺进、向国际化进军，推动旅游岛建设补短板、强基础，更拓内涵、提品质。”平潭综合实验区党工委委员、管委会副主任吴礼源表示，近年来，平潭重点加快建设国际演艺中心、国际会展中心、国际大马戏园等，开发海上环岛游，与陆上环岛游形成两环联动。

如今的平潭，一座“现代化+原生态”的国际旅游岛已初具规模。

石头厝成招牌

近日，中国地质学会公布了全国首批地质文化村(镇)入选名录，平潭北港村名列其中。这是继“全国乡村旅游重点村”“中国美丽休闲乡村”“福建省最美休闲乡村”等称号之后，北港村获得的又一殊荣。

这个位于海岛之上的偏僻渔村，究竟有何魅力？

从平潭综合实验区中心城区驱车20分钟，便到达位于君山东麓的北港村。北港村背靠君山的插云峰，面朝大海，从高处俯视，星罗棋布的石头厝(石制房屋)像一座座小碉堡依山而建，大大小小的渔船停泊在港湾里，一番静谧的海岛渔村风光。

北港村党支部书记、村委会主任陈松柏告诉记者，北港村原是一个传统的小渔村，村民祖祖辈辈以捕鱼为生。近年来，北港村利用石头厝这一独具海岛特色的民居资源，开办起民宿，将沉睡的石头唤醒，变成旅游文创产品，石头已成为平潭老村落开发的宝贵资源。

2016年，来自台湾的创客林智远初次踏入北港村，便对这个村庄倍感亲切。经过一番考察后，林智远带着伙伴们和在台湾开办民宿的成功经验来到这里，向村民租下8栋石头厝，开发成集民宿、文创、餐饮等为一体的艺术聚落。他们从君山上搬来几个“石锣石鼓”，以此敲出美妙音

符，打响“石头会唱歌”招牌。

仅两年多，“石头会唱歌”艺术聚落逐步成为集民宿、文创、餐饮等为一体的两岸文化交流平台，越来越多两岸创客团队来到北港，北港成为远近闻名的文创主题村。

数据显示，北港村目前有99家民宿，2020年共接待游客约52万人次，全村总产值为1.57亿元。其中，旅游产值达2300多万元，人均纯收入达39700元以上。

北港村的成功经验，为平潭其他旅游村落起到良好的示范带动效应。“从2020年开始，我们按照‘一村一品、一村一特’的原则，围绕‘田园风光型、水乡渔村型、景区依托型、文化创意型、红色旅游型’5类特色主题，以此来带动其他旅游村更好更快发展。”平潭综合实验区旅游与文化体育局局长陈道金表示。

文化爆点次第来

不久前，根据“人民楷模”王继才同志守岛卫国32年感人事迹改编的电影《守岛人》在全国热映。除了演员的精湛演技，影片中美丽的海岛风光也给观众留下了深刻印象，无论是险峻的海滩礁石，抑或是粗犷的石头厝，都可以在平潭找到对应之处。

吴礼源告诉记者，近年来，平潭综合实验区党

工委、管委会将影视产业作为平潭国际旅游岛建设的“引爆点”，致力打造全国一流的新兴影视产业高质量发展城市，不断丰富新兴、清新、多元的影视产业生态。

连日来，位于平潭综合实验区平原镇上攀村内的南岛语族研究基地，迎来了一波又一波的游客和世界遗产大会专家团队。“我们基地是第44届世界遗产大会的考察展示路线。”平潭国际南岛语族研究院副院长许桂荣告诉记者，南岛语族研究基地是中国首个国际性南岛语族考古研究机构，依托壳丘头文化遗址聚落群而建。壳丘头遗址群是福建省迄今发现最早的新石器时代遗址。2000年以来，考古工作者们在平潭陆续发现了时间跨度从旧石器时代到青铜时代的数十处考古遗址。这些遗址的发掘和研究，完善了福建乃至中国东南沿海地区史前文化序列。

平潭国际南岛语族研究院院长范雪春说：“平潭积极规划打造壳丘头遗址公园，在考古勘探、文物修复、课题研究等方面下大功夫，推动考古、研学、教育、旅游一体化发展。”

“文化是平潭的灵魂，亦是旅游的核心竞争力。”平潭综合实验区旅游与文化体育局副局长翁彬说。

特色旅游进行时

释放海岛游巨大潜力

刘春沐阳

在生活节奏日益加快的现代社会，海岛是城市居民休闲度假、放松心情、短暂逃离钢筋水泥束缚的好去处。数据显示，我国海岛旅游市场规模已超1000亿元人民币；同时，海岛旅游已成为我国海洋经济产业中的核心支柱。

我国海岛数量众多，自然资源部发布的海岛统计调查公报显示，我国共有海岛1.1万余个。然而与此不成正比的是，名头响亮的著名旅游海岛却并不多，海岛旅游还有很大的挖掘潜力和市场空间。对于绝大多数生活在陆地上的游客来说，蓝天碧海的海岛风情和悠闲舒适的海岛生活是最能够俘获心情的魅力所在，也是海岛旅游开发的天然优势。但如何利用好这种优势，考验着开发者的智慧。

旅游目的地需要形成自己的差异化竞争优势，简单说就是要有“独家卖点”。以平潭为例，“祖国大陆距离台湾最近的地方”“蓝眼泪”等“卖点”对许多人来说都有极大吸引力，只要充分挖掘，适度包装，不愁没有游客。因此，找准自己的定位和“卖

点”，走差异化、特色化发展的道路是其他海岛在发展海岛旅游时需要借鉴的。

随着居民生活水平的提高和消费结构的升级，旅游需求也变得更加多元和丰富，游客不再满足于简单的观光拍照，而是期待有更多深度的旅游体验。海岛旅游也需要与时俱进，创新开拓更多海上文旅新场景，在丰富海岛旅游业态方面做好文章。特别是在文旅融合大趋势下，可以根据自身实际，瞄准细分人群，打造休闲度假、海上运动、特色餐饮、休闲渔业、医疗康养等业态，使各年龄段游客都能在海岛旅游时找到适合自己的项目。

值得强调的是，海岛旅游需警惕“大项目”“大开发”。海岛的原始地貌、沙滩、礁石、植被乃至历史遗迹等是海岛最宝贵的资源，应特别注重对其严格保护和管理。在进行旅游开发建设时，要尽量保持与海岛风貌相协调，避免出现一些“雷人景区”。如果为了追求旅游效益而破坏了岛上的自然和历史风貌，结果只能是得不偿失。

重庆火锅，巴适！

本报记者 吴陆牧 冉瑞成

夜幕降临，一炉炉火锅渐次沸腾，重庆的大街小巷里弥漫着麻辣鲜香的味道。火锅，是重庆人生活中不可或缺的一部分，更是这座城市的标志性名片。

重庆火锅最早发源于明末清初的长江与嘉陵江畔，后随着社会的发展变迁，重庆火锅的独特风味渐渐赢得人们的喜爱，成了国民美食。尤其是改革开放以来，重庆火锅形成产业，发展迅猛。2007年，中国烹饪协会授予重庆“中国火锅之都”称号。

长江畔的南滨路上，璀璨灯火，秦妈火锅的生意一如既往火爆。古色古香的庭院里，30多张八仙桌坐得满满当当，热闹喧嚣。面对满锅的辣椒和花椒，在不同食材与热辣红汤的碰撞中，食客们吃得大汗淋漓、直呼过瘾。

53岁的李杰是秦妈火锅的老板。1998年，他和妻子秦远红在一条小巷子里租了一间临时门面，摆起5张桌子，开始创业经营火锅。为确保味型与众不同，李杰每天起草摸黑，亲自调配炒制火锅底料。1个月后，小店内外摆起了50几张桌子。如今，秦妈火锅已经成长为拥有700多家连锁店、3万多名员工的大型餐饮连锁企业。

据重庆火锅协会不完全统计，目前，在重庆主城区内有火锅连锁企业840余家，其中像秦妈火锅这样的知名品牌企业占到近30%；全市火锅店近3万家，从业人员近百万人，年产值近500亿元。

在李杰看来，重庆火锅之所以受到大众的推崇和喜爱，不仅因为它厚重的香、爽口的辣、浓郁的红给人以美好的味觉体验，更在于它独特的文化底蕴。“不管什么菜，都能容下，都能往锅里放。”李杰认为，中华文化的包容性和多样性在重庆火锅里体现得最为淋漓尽致，重庆火锅已经不仅仅是一种美食，更是一种文化认同感。

特许经营是现代餐饮业实施扩张战略的重要手段。“重庆火锅行业中，大中小火锅品牌都非常重视特许经营。”重庆火锅协会相关负责人告诉记者，按照统一标志、统一形象、统一配送、统一价格、统一管理的要求，不少重庆火锅企业采取直营和特许经营方式，实施“走出去”战略，既实现了重庆本地火锅业的繁荣发展，又在全国及世界各地发展重庆火锅连锁，大力提升了重庆火锅影响力，促进了火锅行业的发展壮大。

目前，重庆火锅在全国的加盟店达到了14万家之多，解决就业人数超过500万人。重庆火锅不仅香飘全国，还以其独特的风格走向世界。不久前，重庆刘一手餐饮公司在西班牙马德里的重庆火锅店正式开业，这是刘一手火锅在海外开设的第58家门店。“重庆火锅走出国门，既满足了企业自身的发展需要，也弘扬和传播了中华餐饮文化。”刘一手火锅创始人刘梅说，重庆火锅深受海外消费者喜爱，市场前景看好，刘一手火锅海外门店的营业额也逐年增长。

重庆火锅协会的数据显示，近年来，重庆火锅企业海

外扩张步伐日渐加快。目前，包括刘一手火锅在内的多家重庆本土火锅企业已累计在美国、新加坡、俄罗斯、澳大利亚、加拿大、老挝等国家开了200多家门店。

近年来，面对日益激烈的市场竞争，重庆火锅行业也在不断创新求变。一方面，信息技术已经渗透到重庆火锅行业的采购、点菜、人力资源、客户服务等多个方面，对企业简化流程、提升管理水平发挥了重大作用。重庆火锅企业不断进行汤型、味型和菜品的创新，一次性锅底汤料的推广应用，受到广大消费者的欢迎。各火锅企业在抓好产品创新的同时，更加注重在上菜方式、用餐环境、调味技能等方面的改进，最大限度满足消费者由感官至内心的愉悦追求。

为转变企业经营发展方式，实现新的利润增长点，不少重庆火锅企业加快了从“田间”到“餐桌”的产业链建设速度。近年来，不少重庆品牌火锅企业在近郊区县建立了种植、养殖基地，配套了原料生产加工基地和物流配送中心，既保证了企业对产品质量的控制，又减少了物流成本，切实增加了经济效益。

舌尖经济

目前，重庆本土火锅企业已累计在海外开店200多家

分布在美国、新加坡、俄罗斯、澳大利亚、加拿大、老挝等国家