

而是小县城更有性价比。今年以来，县域旅游新风吹得格外强劲，越来越多的小城凭借自身特色“火出国”，受到游客青睐。

县域旅游强势崛起，背后反映的是供给端和需求端的变化。一方面，消费者不再盲目扎堆名山大川，更愿意探寻小众景点，发现小城之美，注重旅游体验，找到专属于自己的情绪价值，而数量众多、千姿百态的县城，显然更能承接不同游客的需要。另一方面，过去几十年的经济发展，特别是随着城镇化推进，县域基础设施不断完善，交通、住宿等更加便利，提升了县城承载力和旅游服务水平，小城市有能力提供丰富的旅游产品和更加多元的消费体验。

市场变化的信号如此明确，许多县市纷纷加大投资、上马项目。然而，从实际效果来看，有的地方确实成了“宝藏景点”，很好地展现了地方特色，让人眼前一亮，广受游客欢迎，但有的县城旅游成为踩“坑”之旅，游客负面反映较为集中。比如，古镇一条街“千街一面”，三步一红装、五步一簪花，卖丝绸的、卖手工饰品的都似曾相识；古村落“挂羊头卖狗肉”，老建筑早已被拆除，到处是仿古做旧的人造景观，缺乏乡村文化内涵；有些相邻景点“老死不相往来”，各自发展，没有统一规划，甚至道路不通需要绕行，给游客带来不好的体验。

保护好地方传统文化，挖掘当地独特资源，形成特有的人文景观，是县域旅游核心竞争力所在。让县域旅游火起来并且持续下去，需要真正回归产业发展本质。关键是从游客需求入手，摒弃同质化的景点设计、复制粘贴的打卡元素，同时擦亮特色，培育个性化、差异化旅游品牌。山东淄博烧烤、贵州“村超”联赛、甘肃天水麻辣烫等，都是凭借自身特色吸引游客。

补齐相关短板，踏踏实实练“内功”是发展县域旅游的必修课。除了进一步完善旅游基础设施建设、着力提供配套服务、搞好旅游环境外，还需高效统筹县域旅游业发展，不能“九龙治水”，更不能“自扫门前雪”，应打开视野，着眼全产业链服务，全区域配置资源，以旅游业发展成效推动整个县域经济高质量发展。

县域旅游发展势头强劲的当下，还要抑制为打造“流量”盲目开发的冲动，坚决不能为打造网红景点而忽视传统文化传承保护，破坏当地自然环境。当前，许多县域内尚有丰富的自然和文化资源未能发挥其经济社会价值。流量带来的“一夜爆红”毕竟是短期效应，县域应将目光放得更加长远，有意识地保护好那些古村古镇，保护传统的文化、技艺等。即使它们现在还不能开发“变现”，也是不可复制、不能再现的宝贵文化旅游资源。县域旅游要“火下去”，就要着眼长远，打造可持续的吸引力、竞争力。

本版编辑 祝伟美 编夏祯

扬优成势擦亮“井冈山”

——江西吉安做强农产品区域公用品牌

农业品牌是农业竞争力的核心标志，是现代农业的重要引擎，更是乡村振兴的关键支撑。近年来，江西省吉安市大力实施“质量兴农、品牌强农”战略，推进“井冈山”农产品区域公用品牌建设，以品牌化带动农业规模化、产业化发展。2023年，“井冈山”品牌成功入选中国区域农业品牌形象影响力100强，“井冈山”品牌农产品销售额74.4亿元，同比增长272%，带动40万户农户增收。

吉安市委书记罗文江表示，吉安将发挥“井冈红、生态绿、致富金”3张名片优势，做深做实土特产文章，打造有全国影响力的区域公用品牌，让更多优质农产品走出吉安、叫响全国、迈向世界，让乡村振兴更有成效，让老区人民增收更有盼头。

标准化筑基

进入秋季，又到了一年柚子收获的季节。在吉安市万安县高陂镇泗源村富果果业基地，金灿灿的井冈蜜柚挂满枝头，个头饱满圆润，格外诱人，果农们穿梭林间，采摘、装袋、搬运，再将蜜柚销往全国各地。

像富果果业这样的基地，吉安市共有500多个，综合总产值近20亿元，已成为带动当地农业增效、农民增收最具特色的富民支柱产业。

吉安市市长王亚联表示，农业产业化是推进农业强市建设的关键所在。作为“赣中粮仓”、农业大市，良好的绿色生态是吉安市农业发展最大的潜力和优势。

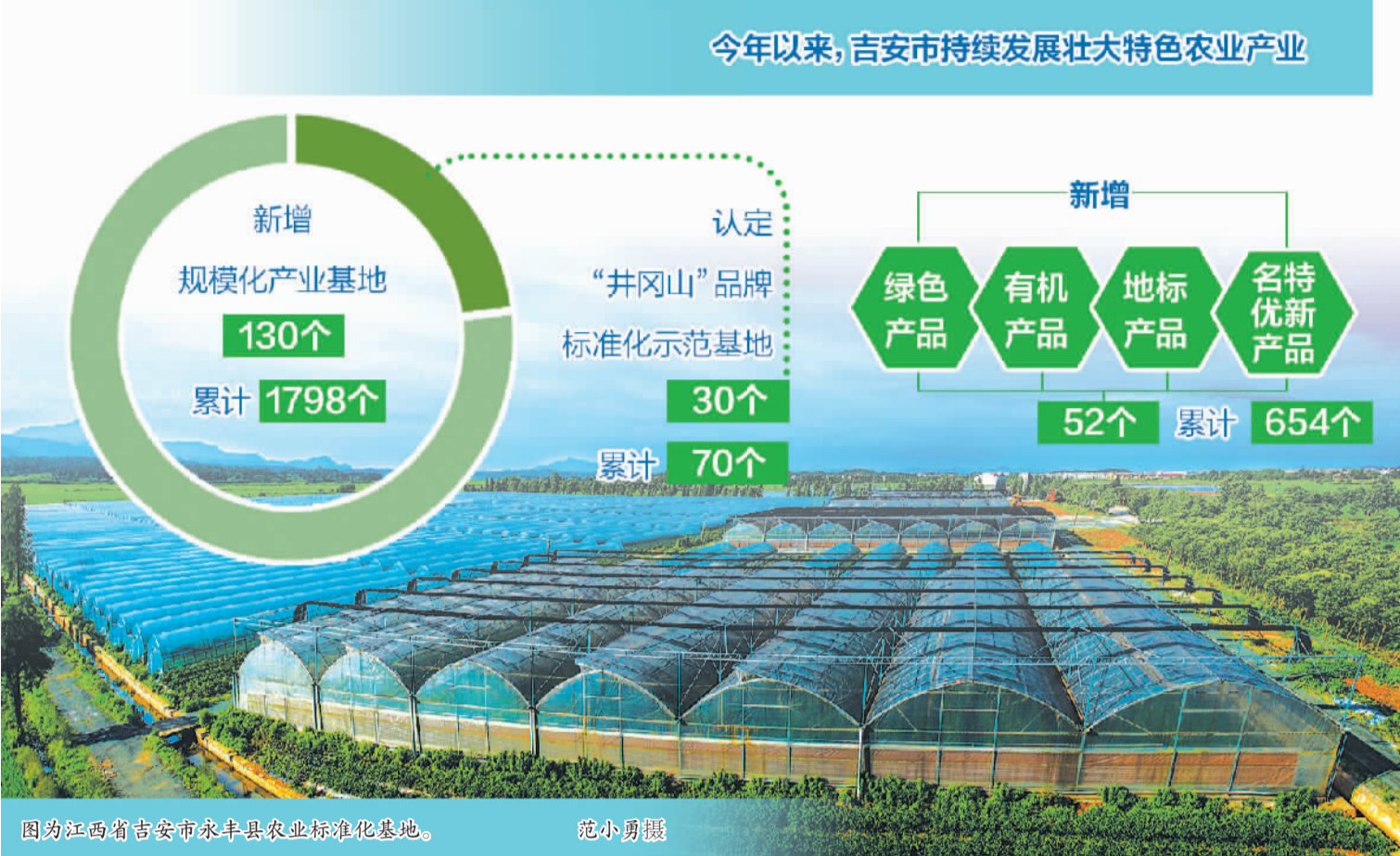
今年以来，吉安市持续发展壮大特色产业，新增规模化产业基地130个，累计1798个；认定“井冈山”品牌标准化示范基地30个，累计70个；新增绿色产品、有机产品、地标产品、名特优新产品52个，累计654个。培育了井冈蜜柚、狗牯脑茶、井冈山大米、富硒蔬菜等一批优势特色产业集群。

“我们坚持以品牌化立标准、以品牌化促融合、以品牌化优结构，着力培育发展农业产业化联合体，进一步深化农企利益联结机制，通过‘井冈山’农产品区域公用品牌引领，以品牌化带动产业化。”吉安市农业农村局副局长朱军平介绍。

如何让更多绿色有机特色农产品插上“井冈山”品牌的翅膀？

吉安的做法是，全品类打造、全链条运营、全方位带动。聚焦补齐产业链短板，举办农业招商重点项目集中开工等系列活动20余场，引进一批延链补链型农业产业项目。截至目前，全市拥有国家级农业龙头企业6家，省级龙头企业109家，食品加工企业入规214家。年营收超亿元龙头企业累计101家。

朱军平介绍，在生产端，制定团体标准64个，覆盖大米、蔬菜、水果、茶叶等八大产业，形



图为江西省吉安市永丰县农业标准化基地。

范小勇摄

成了从生产、加工到包装、流通、消费全产业链标准体系。在加工端，大力引进和培育龙头企业，组建绿色农产品促进会，发展会员企业730多家，打造了蜜柚啤酒、茶叶雪糕、蜜橘果糕、乌鸡咖啡等多款特色产品。

吉安市还成立农业产业“三大平台”（即吉安绿色农产品促进会、井冈山品牌运营有限公司、农产品供应链有限公司），按照“三化、五统一”要求，全面规范品牌LOGO等核心元素，建立井冈蜜柚、狗牯脑茶、泰和乌鸡等系列农产品生产技术标准规程54项，推出了一系列深受市场认可和消费者好评的“井冈山”农产品，不断提升“井冈山”品牌的影响力。

规模化培育

9月4日，印有“优质土特产·就选井冈山”字样的和谐号G2737次列车缓缓驶出吉安西站，开往广东东莞、深圳等地。车厢内，井冈山优质土特产推荐官——身着红军服、头戴红军帽的卡通人物“小冬哥”惹人注目，旁边还附有“井冈山”农产品区域公用品牌微信公众号和数字化营销平台二维码。这是今年以来，当地利用高铁“流量”提升“井冈山”品牌知名度和影响力的重要举措。

在位于广东省东莞市的井冈山优质农产品旗舰店，井冈山大米、井冈山茶叶、井冈山山茶叶等各种优质土特产整齐摆放，顾客正在精挑细选。店长林英高兴地说：“我们开业不到10个月，销售额却高达400多万元！”目前，吉安市在全国一二线城市开设“井冈山”农产品旗舰店达到15家。

优质农产品不但要“叫得响”“拿得出”，还得“卖得好”。如何打造农产品“爆款”，让“井冈山”品牌成为抢手货？吉安市通过线上线下、外引内培多维发力，提升品牌市场竞争力和影响力。

吉安创新发展农产品产销对接方式，制定《“井冈山”农产品区域公用品牌流通销售奖补办法》，今年以来，新增品牌授权企业168家、累计397家，目前，已有138家企业完成统一包装设计；新增189款、累计222款优质农产品进入商超和餐饮企业。

“我们在北上广深等地召开农产品产销对接会、产品推介会50多场，推动井冈黄桃、峡江双柚汁等222款农产品入驻盒马、华润等高端商超餐饮，井冈蔬菜已入驻湘天虹超市30家，142款特色农产品入驻北京新发地等大型批发市场。”朱军平介绍。

日前，位于吉州区的江西乐滋食品发展有限公司晒出了一份亮丽的成绩单：今年以来，公司生产的“井冈山”牌蛋黄酥仅在山姆会员店的销售额就突破5000万元，同比增长20%以上。作为该公司又一款爆款产品，今年有望冲刺1亿元的销售目标。

“我们正在努力与优集集团等农产品头部企业进行洽谈，全力争取深度合作，通过深加工将农产品‘吃干榨尽’，实现溢价最大化。”吉州区副区长黄柳青说。

产业化增效

扩大销售渠道，提升品牌影响力，农村电商是重要一环。今年4月，东方甄选在井冈山市的挹翠湖开启直播专场，推荐吉安27款“井冈山”品牌农产品，销售额近300万元。2023年，“井冈山”品牌农产品在淘宝、京东、抖音等平台拥有店铺1772家，实现了“扫码即买”，累计销售22.9亿元。2023年井冈山市打造了占地2000平方米的直播经济总部大楼，销售额4.21亿元，同比增长785.3%。借助首届庐陵文化生态旅游节，吉安市邀请多位头部主播直播带货，推出了一批电商“爆品”，2024年上半年带动“井冈

山”农产品销售额64亿元，平均溢价21.8%。

“以前，由于缺乏品牌，我们村的蜜柚大多‘走’不出吉安，如今有了‘井冈山’品牌的加持，我们的‘柚江南’和‘柚忆江南’井冈蜜柚真是‘蜜柚卖过江南岸’了。”吉安永阳镇江南村党支部书记胡乾元说，2023年该村农产品实现产值200余万元，销售收入300余万元，村级集体经营性收入突破100万元，村民分红32万余元。

以销促产，品牌化强力助推吉安特色产业标准化、规模化生产，自加入“井冈山”农产品区域公用品牌，井冈软黏大米售价从原来的每斤2.6元上涨到每斤5元，井冈蜜柚的收购价格从每斤2.5元涨到每斤6元；泰和乌鸡冰鲜产品在盒马鲜生门店上架，月销量超3万只……

“井冈山”农产品区域公用品牌，就像一条金扁担，一头挑起农民致富，一头挑起乡村振兴，与农民增收致富息息相关。吉安市着力培育发展农业产业化联合体，建立健全“带得久、带得稳、带得实”的产业联农带农机制，让农民获得更多品牌增值收益，进而实现产业兴旺、农民富裕。

“要充分发挥品牌的增值效应、经营主体的带动效应，建立稳定的利益联结机制，让群众捧稳金饭碗，真正实现腰包鼓起来、生活富起来。”永丰县委组织部部长钟小中说。

走进永丰县藤田镇岭南村百合基地，百合长势喜人。今年，村民王悦军在隔壁中西山村“百合大王”邹俊侠手把手指导下，“小试牛刀”种了4.4亩。“5月底就被预订完啦，稳赚了10万元，我还想再扩种15亩。”王悦军说。

当地推动农业龙头企业与农民合作社、家庭农场及种植大户采取“优质平台+直采基地+农户”合作模式，建立“永丰县绿百合农业产业化联合体”，推动百合产业集聚效应不断显现。全县百合种植面积达1万余亩，辐射瑶田镇、坑田镇等4个乡镇，带动80余户脱贫户户均增收3000元，辐射带动2000户农村家庭走上致富快车道。如今，60%以上合作种植户平均年收入由以前不足1万元增长到10万余元。

如今，依托“井冈山”农产品区域公用品牌，越来越多的新型农业经营主体加入品牌化、规模化、产业化发展大道，数量超过1.5万个。在品牌效应驱动下，吉安土特产成为富民“抢手货”，联农带农效益成效明显。今年上半年，吉安农村居民人均可支配收入8790元，同比增长6.7%。

湖北枝江开展“整村授信”改革——

金融助力乡村产业兴旺

本报记者 董庆森 柳浩

自2015年被确定为湖北省首个农村合作金融创新试点县(市)以来，湖北省枝江市聚焦农业经营主体和农户融资难、融资贵等问题，创新开展“整村授信”改革，助力优化营商环境和乡村振兴，走出了金融支持农业高质量发展之路。

日前，记者来到枝江市采访，在百里洲镇双红砂梨专业合作社种植基地，只见连片的果园一望无际，冷库加工车间里，工人正忙着将砂梨分选、包装、装车，发往全国各地。

果农李绪双早年从事棉花加工销售工作，后来在政府引导下转行种植砂梨。2016年，他成立百里洲双红砂梨专业合作社并担任理事长，先后流转1100亩土地种植砂梨，砂梨产量逐年递增，亩产可达2000公斤。“砂梨成熟期集中，但受储藏水平限制，砂梨丰产不丰收。”为解决这一问题，李绪双多方考察学习，决定建设冷库。然而，资金从哪里来？这让李绪双左右为难。枝江农村商业银行工作人员在得知李绪双的情况后，对合作社种植规模、经营前景等进行了详细考察，不到1周时间就发放了100万元贷款。

“既不需要抵押物，也不需要找担保，真是帮了我们的大忙。”李绪双说，有了资金支持，他迅速新建了4座冷库，总容量达200万斤，可帮助300户果农解决砂梨储藏难题。百里洲镇陆续建设冷库54座，实现了错峰、错时、错季销售，砂梨卖上了好价钱。

金融“活水”来，乡村产业旺。近年来，百里洲镇砂梨种植面积突破3.6万亩，年产量近5万吨，产值超4亿元，辐射带动周边农户2000余人，人均年增收5000元。

“针对农业经营主体缺乏担保问题，枝江成立全省首个县域涉农担保机构——天雨农业融资担保有限公司，只要通过了我们的申请标准和进场调查，不需要额外的抵押物，我们就会向合作银行申请放贷。”枝江天雨农业融资担保有限公司负责人李国强说，以担保贷这种形式极大降低了农业贷款的准入门槛，破解了经营主体的融



资困境，目前已组建市农合联，下辖8个乡镇(街道)农合联和9个特色产业农合联，辐射80%以上新型农业经营主体和农户，实现由“单兵突破”转向“抱团发展”。

9年来，枝江市通过农村合作金融平台累计发放涉农贷款超80亿元，撬动农业经营主体投资超150亿元，天雨农业融资担保有限公司累计为1138户农业经营主体提供贷款担保2032笔15.98亿元。枝江还入选了湖北省金融服务乡村振兴共建创新示范区。为降低农业经营主体和农户种植养殖风险，枝江还开发肉牛、砂梨、蔬菜、水产等特色农业保险，为农户提供风险保障1.4亿元、财政补贴337万元，简单赔付率77.64%。

在百里洲镇新闻村，肉牛养殖户邹赛龙正忙着给牛切料喂食、清扫圈舍。看到农村肉牛养殖市场发展态势良好，他希望扩大生产，但面临资

金不足问题。中国农业银行湖北枝江百里洲支行第一时间核算其授信需求，开通了绿色办贷通道，帮助他解了燃眉之急。

近年来，中国农业银行湖北枝江支行积极开展惠农贷款金融服务，围绕“米、果、菜、猪、牛、鱼”六大产业集群，做深做细做实本地主导特色产业，对符合条件的农户实现“秒批秒贷”，有效破解贷款“贵、难、慢”难题，已累计向60余户肉牛养殖户投放资金达3500万元。

枝江市农业农村局局长刘源介绍，目前枝江设立了乡村振兴发展基金和肉牛、柑橘、粮食等特色产业发展基金，会同金融机构创新推出“村集体经济贷”“柑橘贷”“肉牛贷”等特色产品，构建“金融链+产业链”利益共同体，成功打造了粮油、柑橘、畜禽、水产、蔬菜5个产值超50亿元的农业产业链。



在重庆市奉节县安坪镇脐橙种植基地，果农正在测试山地轨道运输车运行情况。近年来，奉节县发展以数字化、智能化为基础的现代农业生产，大力推广山地轨道运输车、水肥一体化等智能科技装备，有力提升了脐橙生产机械化水平。王传贵摄(中经视觉)