

盛开在扬子江畔的全域旅游之花

——“2016美丽中国行聚焦扬子江名城之旅”大型采风活动颀英

本报记者 王晋军 文/图

紧紧抓住大众旅游时代到来的机遇，突出转型升级、提质增效，进一步优化旅游投资结构，扩大旅游消费需求，改善旅游发展环境，促进旅游业更好更快发展，努力将旅游业打造成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。这就是江苏旅游业的现状，这就是记者此次参加“2016美丽中国行聚焦扬子江名城之旅”大型采风活动中感受最深的地方。

今年旅游总收入将破万亿

今年“十一”长假前，江苏省旅游业发展大会举行，省委书记李强出席会议并讲话，提出要把江苏打造成国内领先的旅游强省、国际著名的旅游目的地，充分发挥旅游业在全省发展大局中的重要作用。省长石泰峰主持会议，并对全省旅游工作做出新的部署。

会后，各地就立即行动起来。南京决定从产品结构、公共服务配套、全域市场秩序等方面优化提升，拓宽业态，加快从观光旅游目的地向休闲度假地转变，苏州开始全面实施全域旅游发展战略，以创新融合发展为主线，以增强新供给和完善新服务为主要诉求，加快建立健全旅游产业发展综合协调机制与旅游市场综合监督机制，力求在加快形成创新与开放双轮驱动模式，加强政府与企业共振、推动旅游业共建共享等方面把握机遇、凸显特色。湖汊镇则提出，以国际化标准升级小镇产品，计划与国际团队合作建设“贡茶文化村”，与香港著名导演合作打造国际影视创作基地，同时面向上海跨国公司推出培训、疗养、高端会展等精品定制服务。同时，对全镇植物重新规划设计，通过“种风景”创造更有生命力、更富价值的休闲度假产品。

江苏各地在构建大旅游发展格局的同时，形成旅游强市建设的整体推进合力，着力于“加强组织领导，创新体制机制，加强政策支持，优化市场环境”四大方面。各地强化旅游业发展的保障措施，积极探索旅游管理创新，保障旅游重点项目建设，不断提升依法治水平，抓紧出台具体配套措施，切实加强对旅游工作的组织落实，确保各项工作责任到位、措施到位。与此同时，各地将进一步做足“政+银+担”的“朋友圈”，一方面优化财政拨款的结构方向，重点



姑苏慢生活，品鉴有着六百年历史的昆曲是必须的。

投向旅游公共服务设施、旅游重大项目和乡村旅游，以奖代补加大入境旅游支持力度，另一方面不断扩大产业发展基金总盘子，搭建更多更优的融资担保平台，让财政资金在旅游业发展过程中发挥更大更精准的作用。据权威数据显示，2015年，江苏旅游业总收入达9050亿元，占GDP比重达5.7%，2016年总收入将突破万亿元大关。这相较于国家“十三五”规划提出的到2020年旅游业增加值占GDP比重达5%、高出0.7个百分点。“十一”期间，江苏全省接待旅游者3702.8万人次，实现旅游总收入441.6亿元。

出台新政强力支持 旅游业再攀新高峰

借着这股强劲的旅游东风，10月19日，省政府最新发布《关于推进旅游业供给侧结构性改革促进旅游投资和消费的意见》。明确提出要深入贯彻落实党中央、国务院关于推进供给侧结构性改革、加快培育发展新动能的决策部署，充分发挥旅游业在建设“强富美高”新江苏中的重要作用。到2020年，全省旅游业总收入达到1.6万亿元左右，年均增长13%左右；全省旅游投资额达到2700亿元，年均增长10%左右，“十三五”期间累计完成旅游投资超过1万亿元；游客人均逗留天数超过3天，每人次平均消费达到1700元，城乡居民人均年出游率達到4.5次。

省旅游局副局长陈芬接受记者采访时谈到，将通过大力开发休闲度假产品和深入推进“旅游+”融合发展，来扩大旅游产品的有效供给；通过发挥旅游强企投资带动作用、推进重点项目建

设、拓展投融资渠道、加大旅游用地支持力度，力促旅游投资；通过培育旅游消费市场，提高旅游公共服务水平、提升旅游购物消费水平、营造良好的市场环境，扩大旅游消费。通过意见的落地实现旅游全景化、服务全域化，让更多市民和游客共享旅游发展红利。到2020年，争取新增5家国家级旅游度假区，力争培育10家以上资产规模超百亿元或营业收入超10亿元的旅游骨干企业。

加大旅游风情小镇培育力度

在今年国家住建部公布的第一批中国特色小镇中，江苏有7个小镇入选。眼下，扬子江两岸的南京、扬州、泰州、南通、苏州、无锡、常州、镇江8个沿江城市，都在扎实推动乡村旅游提档升级，依托旅游风情小镇加快从传统“农家乐”向休闲度假转型升级。培育建设一批乡村主题度假酒店、乡村精品民宿客栈、乡村度假庄园、研乡村民俗体验馆等，提升乡村旅游文化创意水平。同时，依托农业特色产业和农耕文化，打造出一批休闲观光农业和创意农业精品。如记者参观访问的江宁黄龙岘茶文化小镇、苏家文创小镇，常熟의隆力奇养生小镇等，都是其中的佼佼者。

江苏省旅游局局长秦景安表示，江苏各地以特色元素为载体的旅游小镇，在推进旅游业供给侧结构性改革、带动就业、强镇富民、实现产业转型升级中发挥着重要作用，期待江苏旅游风情小镇的打造能为游客展示水韵江苏新形象。前不久，江苏还专门举办了“品小镇风情享休闲时光”主题活动，来自全国各地的50余家媒体及旅游达人们到



江宁牛首山文化旅游区佛顶宫内景。

苏州镇湖绣娘小镇、震泽丝绸小镇、泰州溱潼休闲小镇、宿迁花漾坝田、徐州马山香包等特色小镇亲身感受，把别样的吴楚风韵宣传到海内外。到2020年，江苏将建设和培育50至100个这样的旅游风情小镇。

推动全域旅游发展路在何方

江苏省委书记李强在全省旅游业发展大会上提出：“旅游业正在从小众时代走向大众时代，推动全域旅游发展，乡村旅游是个好路子。”11月16日，苏州市乡村类优秀旅游企业代表与长三角地区重点旅行商代表相聚吴中旺山，目的是凭借交流合作洽谈的平台“尽情沟通”，结果这个会开得很有成果，签下了不少合同。

苏州市旅游局副局长李钺表示，在大力推进全域旅游发展的进程中，旅游部门应该研究如何将改革开放的成果通过旅游业发展普惠于民。如何将苏州乡村旅游企业和长三角地区重点旅行商有机结合、实现互惠共赢，这是苏州市各级旅游主管部门应当共同努力思考、谋划和付诸实施的课题。这两年，苏州市委、市政府以江苏省乡村旅游综合发展实验区吴中区为先行先试单位，力推优化配套政策，会同多部门共同研究制定具体办法措施，建成了全国农业旅游示范点30家、省级乡村旅游点近40家、星级农家乐100多家、旅游精品民宿30家，还有10个省自驾游基地，数量、规模处于全国前列、全省首位。

从苏州市的实践来看，随着散客化时代的到来，自助游、自驾游比例超过70%，游客的认知也从观光向休闲转变。特色旅游小镇、乡村精品民宿和时尚房车营地、乡村农家美食等十分契合现代旅游者的需求。几年来，苏州市旅游局成功组织了乡村旅游“驾年华”、“诗画苏州、美丽乡村”等系列活动，成功打造了一批有较大影响力、广受游客和市场喜爱的乡村旅游品牌，如张家港永联旅游特色小镇、常熟蒋巷生态文化园、昆山周庄古镇、吴江“水墨同里”和震泽古镇、吴中“太湖农家”、东山青蛙村精品民宿、相城“荷塘月色”、高新区太湖1号房车公园等。当前，苏州市乡村旅游已经从传统的产业补充角色转变为旅游业发展的重要组成部分，并在推动当地经济转型、“三农”发展、城乡一体化建设和全域旅游进程中发挥着越来越重要的作用。

圣绣诞生在圣地孔子家乡及儒家文化发源地，是在鲁绣和苏绣的基础上继承下来的。博采“苏、粤、蜀、湘”四大名绣之长，又独具一格，是中华民族悠久刺绣文化的重要组成部分。

圣绣，在做工上采用平针绣，希针绣等绣法，绣技具有“平、齐、顺、匀”乱中有序的特点。风格多以暗花或无花织物作底衬，以彩色丝线为绣线，选取民间喜闻乐见的人物、花鸟、古画等为题材，具有图案秀丽、构思巧妙、绣工精细、针法活泼、灵活自如、色彩清雅的特征，在针法、色彩、图案等方面有独特的艺术风格。

绵远悠长的齐鲁文化赋予了圣绣浓郁的地方特色和丰富的人文内涵。那一幅幅精美绝伦的绣品，宛如历史的画卷，生动详实地记录了时代变迁。

作为一门手工艺，圣绣的文化价值和艺术价值也被社会所认可。近年来在市场上，小幅绣品已升至数千上万元，甚至有百万元以上的精品刺绣。圣绣作品《清明上河图》5.5米长卷《百猫图》11米长卷，曾获“当代艺术成就展”金奖。《百猫图》曾获中国工艺美术学会优秀奖、中国海峡两岸博览会特别奖。

刺绣在2000多年的历史发展过程中经历了春秋、战国、秦汉、唐宋、明清等朝代。各个朝代的刺绣作品都带有强烈的时代烙印。圣绣是地方民间艺术，是组成中国文化的一块基石、一条血脉，也是孔孟大地人们审美特征的表现，是当地人文文化的灵魂。它不仅影响当地人的生活、审美情趣、社会风情，而且带给人们美的感受和渊源的历史，因此，具有深厚的历史价值、文化价值、艺术价值。

由于当今消费者潜在的消费原因，再加上只注重制作，经营不善，造成学出来的人才留不住，圣绣技术面临继承人少而濒临失传的局面；又因

经济原因，宣传力度不够手段单一，难以打开市场；政府政策保护和扶持力度不够，政企之间沟通不足，限制了圣绣产业的持续快速发展。

另外，圣绣具有优秀的制作工艺，完成一幅作品要有几道工序，如：上绷架，牢固，再进行绣制，在绣制中要根据不同的画面绣制不同的针法，有的画面要有几十种绣制针法，最后装裱。绣制一幅作品的成本比较高，普通家庭往往不舍得享受这种传统高雅的艺术品，收入高的有的又不懂它的艺术价值，刺绣市场狭小。

文化旅游是一种重要的旅游形式，是一个地区形象特征的重要营销点，文化旅游产品作为重要载体，在传播地域文化，创造综合效益及推动旅游产业发展方面具有重要作用。济宁作为孔孟之乡，文化底蕴丰厚，旅游资源丰富。旅游是文化最好的载体，文化是旅游的灵魂。没有文化蕴涵的旅游产品开发其生命力不可能长久。依托圣绣搞文化旅游产品开发，推动孔孟文化产业和旅游产业的双赢发展是完全可行的。

旅游纪念品深层次的内涵是文化，很多旅游纪念品原本带有一定的宗教、民族的文化色彩，手工艺人在制作时极为细心、耐心，没有经济利益的驱使。商品化使其文化特质消退，丧失了其原有的价值和意义。所以，圣绣文化旅游产品的开发应以“塑造精品”为核心的经营战略。市场上出售的圣绣旅游纪念品仿造多、创新少，技术含量低。好的旅游纪念品在创意设计、制作工艺等各个环节都应融入丰富的思想和文化内涵，不断提高其技术含量。

由于旅游纪念品的产权保护问题尚未解决，极易被仿制，其合法权益很难得到真正保护，严重损害了旅游企业研发的积极性。即使在极其困难的市场氛围中，圣绣文化旅游产品的开发也应该坚持走精品化、品牌化道路。

“2016美丽中国行聚焦扬子江名城之旅”采风活动举办

本报讯（记者王晋军）11月18日，由江苏省旅游局、中国旅游报社共同主办的“2016美丽中国行聚焦扬子江名城之旅”大型采风活动启动仪式在江苏南京举行。从11月18日至24日的7天时间里，来自光明日报、中国文化报等多家主流媒体的记者，走进南京、扬州、泰州、南通、苏州、无锡、常州、镇江等8个沿江城市，深入追踪采访扬子江畔的美丽风光和城乡巨变。

江苏省旅游局副局长陈芬指出，江苏是旅游大省，年接待游客6亿人次左右，总收入近1万亿元，旅游业已成为江苏经济发展的重要支

柱产业。江苏省委、省政府高度重视旅游业在全省经济转型升级中的带动和拉动作用，前不久召开的全省旅游业发展大会对今后一个阶段的旅游发展提出了新的目标任务，未来一段时期，必将是江苏旅游发展快速腾飞的时期，也是江苏从旅游大省迈向旅游强省的关键时期。

中国旅游报社社长高舜礼表示，“美丽中国行”采风团要深入践行“走转改”的精神，细观察、勤思考、多交流，发挥各自媒体的宣传优势，深入采访，多发好稿，多作深度报道，让人们更加关注江苏，感受江苏经济强、百姓富、环境美、社会文明程度高的新形象。

2016贵州(铜仁)国际天然饮用水博览会开幕

本报讯 贵水迎天下·同仁话未来。11月19日，2016首届贵州(铜仁)国际天然饮用水博览会在铜仁民族风情园隆重开幕。全国政协副主席齐续春出席并宣布开幕。博览会以“贵水迎天下·同仁话未来”为主题，旨在“搭建国际天然饮用水交易平台，推动贵州健康水产业快速发展，展示贵州绿色、健康、生态新形象；加快供给侧结构性改革，推动天然饮用水产业与大健康、大数据、大扶贫、大旅游融合发展”。活动主要内容为“三会一赛一论坛”，即开幕式、天然饮用水及关联产品展览展示会、贵州天然饮用水招商引资推介会及签约仪式，“好水贵天然·汇聚梵净山”全国水主题摄影大赛、国际天然饮用水高峰论坛。（赵静 罗奥）

阿拉坦玫瑰玉为旅游文化收藏市场添彩

本报讯 11月19日，由北京阿拉坦玫瑰玉分公司、北京国画艺术家协会主办的“阿拉坦玫瑰玉开业庆典暨北京国画艺术家协会会员书画精品展”在北京开幕，为首都旅游文化收藏市场增添光彩。

阿拉坦玫瑰玉属硬玉种类，具有19种天然颜色，表面呈现出山水、大海、瀑布、人物、花鸟、鱼虫等景象，就像美轮美奂的中国画，绚丽多

彩。它由品牌创始人赵丽艳于呼伦贝尔新巴尔虎右旗开发出来，并注册命名为“阿拉坦玫瑰玉”（“阿拉坦”蒙语意为“金子”）。2014年，赵丽艳建成了元、清等朝代玉文化展示馆，馆内集中展示了用此玉制作的作品，这些作品将元朝弘吉剌部19位皇后、成吉思汗等历史人物所经历的重要场景形象生动地展现给观众。（梓坤）

首届政和杯·国际竹产品设计大赛揭晓

本报讯 “华夏竹文化，上下五千年，衣食住行用，处处竹相连”。11月27日，由福建省林产品行业协会主办的首届政和杯·国际竹产品设计大赛，在“中国竹具工艺城”福建省政和县揭晓。

大赛以“竹聚天下·智造生活”为主题，结合当地资源优势，秉承弘扬竹艺文化、培养专项人才、升级本地



常州最新打造的旅游重镇“东方盐湖城”掠影。



江阴徐霞客故居里的美景之一：白鹅浮绿水。

从手艺人到手艺小镇

邢晨声

由“中国手艺人”和北京新成集团联合启动的中国手艺人大赛，中国文化传媒集团与山西侯马市政府合作创建的“中国手艺人小镇”，把关于手艺人话题聚合成了一道分量十足的时代主题，我们看到了中国手艺人让人心动的起步。

中国手艺人是一个了不起的话题，这是因为它无论是定性还是定量都不是一个行业的问题。历史上，我们也把丰富的手艺人称为“七十二行”，并且要“行行出状元”。我们研究中国手艺人可以涉及各个领域。中国手艺人，是民族语汇与世界语汇的共生体；中国手艺人，是历史传承与时代发展紧密相连的文化形态；中国手艺人，是贵族文化与民俗生活共同关注和享有的艺术；中国手艺人，是国家意志与大众思维共同体现的话题；中国手艺人，是艺术创意与科学技术完美结合的产物；中国手艺人，是优雅的艺术欣赏与市场交易共生的载体。这些带着体温的艺术，总是踏实而震撼地沟通着人们的心灵。可以说，有人的地方就有手艺人，有手艺人地方就有精彩的绽放。

今天，我们欣喜地进入一个创意时代，欣喜是因为我们有一种文化回归的感觉。李克强总理倡导“工匠精神”，不

仅是一种脚踏实地、潜心创造的民族精神的回归，也着实让手艺人找到了自信。人一旦离开了创造力，就没有了灵性和活力，虽然多了些金钱，但绝对少了些自信，生活只是一个过程，而缺少情怀，我们忽然找不到生活那种快乐的感觉了。谈今天的创意或者手艺人，不是复古回头，而是要我们走出机器与程序的禁锢，以文化的名义开悟我们自己，开始一场由制造到创造，由创造到创意的文化升华之旅。技术的力量因为有文化的动力而倍加生动。如果没有技术进步就没有人类社会的进步，但是如果没有主题的引领，那技术进步也无从谈起。因此，在中国手艺人这个概念上聚合了太多的与我们人类社会发，跟我们人民生活相关的重要要素。当年我们不善于挂在嘴上的手艺人、匠人的称谓在当今都成为我们最值得珍视的财富。

创意，在当下是一个时代的特征，在这样一个创意时代，整个中国大地上涌动着空前的创意热潮。各个行业、各个领域的创意领军人物、创意专家，为创意而投入的企业家、金融家到处都是。我们只需要搭建一个平台，给大家一个理由，给大家一个聚首的条件，就会有创意成果

的展现，因此，我们着手编织了“中国手艺人网”，创建了“中国手艺人小镇”。

应当说，有人文精神的产品才是最优秀的产品，能够上面刻印我们的痕迹，有我们的手语和印迹，就是手艺人，是人文精神的结晶。手艺人另一个高度就是产业高度。这是人的创造，它必须有优秀的产业来拉动富有生命力的经济体的发展。中国的产业转型升级走到当今，很多产业到了一个十字路口，它们都面临着转型升级的问题。只要有了文化，文化就会给产业一个理由。

手艺人我们的简单生活有了质量、有了品质、有了审美。手艺人就是一个产业链，一个文化生态体系。除去主题性的概念，单从经济形态的角度看：创意作为起点，有关于材料的选择，有关于技术手段的选择，有关于工具的选择，有关于流程的总结，有关于服务对象和节点的选择，有关于管理和销售的程序等，因为手艺人是有有效益体现的，只是方式不同而已。这就是我们为什么要弘扬工匠精神的核心理念，因为它关乎产业体系，而不仅是一种创造动力问题。

过去对产业项目的资本价值定义上，有一个误区，就是太多注重了它的

实有资产的评价。今天在资本评价上我们要打破这种思维模式，要实行全产业链评价，到底我们有多大资产，进行资产评估的时候我们如何来认定。因为，文化产业首先是一个经济属性，不是文化属性，我们不要站在纯文化的角度去想问题，文化产业不像常规的经济计算法，几加几就是等于几，因为等号后面肯定是结果。文化产业它要的是产业逻辑关系，它要证明的不是1+1等于2，它要证明的是为什么1+1=2，然后它最后所生发出来的效益，在它发展的每个过程中的体现而不是最终的结果。当它发散性的节点全部联动时，它是四面开花作为几何级数的增长，文化可以激活所有产业，中国手艺人又是文化产业的最好抓手。所以在这个架构上，要充分利用文化的特定优势，把这张牌打活、打好、打亮！除了文化产业本身的资本聚合，我们必须把生活的角度放大，去寻找中国手艺人成长的所有要素。

今天，手艺人已不仅仅是手艺人话题，因为手艺人所承载的是中国文化符号与民族文化传承，更是中国工匠精神的形象阐释和生动写照。