

我随书记去调研

旅游产业“人旺财不旺”如何破解

——张家界市武陵源区委书记张龚调研旅游商品生产经营

湖南日报全媒体记者 宁奎 田育才 李妍

【调研主题】

在旅游业蓬勃发展的今天，旅游商品已成为旅游产业链上待深挖的“富矿”。数据显示，今年头5个月武陵源景区进山人数达233.75万，同比去年增长783.6%，同比2019年增长27.42%。但同时，除门票、交通、住宿外，人均消费仅800元左右，与其世界级的旅游资源地位还不相匹配，大有潜力可挖。

武陵源作为张家界旅游业的发源地和主阵地，游客流量不少，如何通过旅游商品开发与经营，打破旅游产业“人旺财不旺”的窘境?5月31日，记者随武陵源区委书记张龚调研，看武陵源区如何挖掘旅游商品“富矿”，做大做强武陵源旅游商品产业，实现“人旺财也旺”。

【把脉问诊】

单打独斗、各自为战，旅游商品生产经营缺乏“龙头”带动

初夏时节，万物葱茏。武陵源区协合乡百丈峡茶叶基地，夏茶的采摘、加工一片繁忙。正在检查茶叶长势的基地负责人何礼，看到区委书记张龚下车，赶紧过去。

做了20多年茶叶的何礼，拥有1200多亩茶园，产出黄金芽、黄金叶等多个茶叶品种。“一个疫情，亏了400多万元。”何礼说，为了生存下去，公司不得不放弃品牌打造，转型做供应链，给大厂提供原料，目前年干茶产量有2.5万公斤，“现在旅游行情来势很好，公司准备充分利用旅游流量，继续走品牌之路。”

“有什么具体的困难?”

“目前来讲，厂房还达不到档次，我们想找到一块空地，请书记支持建设。”

“只要不违反用地政策，全力支持。”张龚现场向农业农村、自然资源等部门部署，“建设方案上报后，以最快速度审批;遇到的任何难题，也以最快的速度协助解决，全力当好企业发展的‘服务员’。”

茶室坐下，一同品茶。

“汤色亮，口感好。多少钱一斤?”张龚问。

“春茶600元一斤，同品质的古丈黄金茶1200元一斤。”何礼回答。

“品牌不响，利润减半。”张龚翻看茶叶包装，“可以充分利用武陵源在世界范围内的知名度，以及一流的自然环境，打上‘源自世界自然遗产地的馈赠’之类的宣传语。”

“唯有形成品牌才能闯大市场。”在车上，张龚告诉记者，“武陵源拥有一流的旅游商品，却因为没有形成合力，导致只能卖出三流的价格;怎样通过‘龙头’带动，握指成拳，是今后努力的方向。”带着问题，调研组一行来到张家界湘阿妹公司。

湘阿妹公司创建于2003年，专门从事葛根种植、加工和销售，拥有葛根基地3000多亩，实现了从葛根种植、采集、初级加工、精深生产的全产业链模式。去年，公司葛根系列产品产值达到2000多万元。

“小葛根长成了大产业。”张龚说，有什么困难，敞开了说。

公司总经理王作军接过话茬，“当前最大困难是研发投入不足，葛根系列新产品开发不够，资源优势没有变成产业优势。高附加值的葛根汁系列饮品、保健品等产品开发的深度与广度、和市场需求还有差距。”

“好产品就是生命力。”张龚要求农业农



调研现场。 李才意 摄

村、文旅、发改、供销社等部门在技术等方面给予支持，并指出葛根产业要做大做强，一靠产品质量，二靠市场，要根据市场变化调整发展策略，不断研发受消费者欢迎的新产品。

从湘阿妹公司出来，调研组一行前往武陵源酒体验中心。国有企业武陵源酒业公司成立于2022年，通过与贵州茅台镇、青岛啤酒等厂家合作，开发酱香型白酒5款、精酿啤酒6款、红酒1款。今年1至4月，武陵源酒完成营收444.17万元，实现净利润115.64万元。

“品牌知名度不高，市场面太狭窄。”公司负责人唐林坦言，客户群体比较单一，销售市场主要在本地，在游客中知名度不够。

“酒香也怕巷子深，货好也得会吆喝。”张龚当即将问题向文旅、宣传、产业公司进行交办，建议公司一方面创新宣传方式，采取抖音直播、短视频传播等方式，让更多游客和市民知晓武陵源酒这一品牌;另一方面做大做强企业，不断开拓市场，提升武陵源酒品牌知名度。

抱团发展、品牌导航，打造“武陵源生”超级IP符号

在随后召开的“诸葛亮”会上，张龚与企业代表面对面互动交流。

“现在武陵源商品的种类不多，牌子不响，利润也不高，我认为各旅游商品企业必须抱团发展，打造品牌，否则只有‘死路一条’。”武陵源旅游产业发展有限公司负责人秦赓建议，突出建设“武陵源生”区域公共品牌，培育壮大旅游商品生产企业，促进旅游商品行业的良性发展。

张家界乖幺妹公司总经理丁世举补充说，建议由政府牵头，加大与高校、企业合作力度，快速推出一批爆款文创产品，为品牌积累起一批忠实的消费群体。

“根据市场机制，尽量把优质旅游产品都纳入‘武陵源生’品牌旗下。”湘阿妹公司负责人王作军说，希望在区里的引领下，各个企业紧密联系，统一作战，在产品研发、市场推广、品牌营销等方面形成合力，带动全区旅游商品生产销售。

“品牌意识不强，企业各自为战，唯有整合资源、抱团发展，才能抢得先机、赢得主动。”张龚坦率地说，如今区委、区政府已形成共识，由区产业公司牵头，先后成立武陵源农业开发公司和武陵源酒业公司，助力旅游商品发展。接下来，还会出台一系列帮扶措施和

优惠政策，把“武陵源生”超级IP符号打响，让武陵源旅游商品深入游客心中。

“请产业公司牵头，通过市场化手段，逐步将全区旅游商品在产品、品牌、营销等方面进行有机整合。”就如何进行整合，张龚当场部署，“作为国有企业，要有灵活的市场运作机制，如果遇到困难自身无法解决，区委、区政府全力协调、支持。”

“如何做大‘武陵源生’公共区域品牌，大家还有什么金点子?”张龚问。

“除了传统广告宣传外，还应该大力建设新媒体宣传矩阵，让‘武陵源生’区域公用品牌深入人心。”秦赓说。

“建议深入挖掘地域文化，打造爆款产品。”武陵源酒业公司负责人唐林表示。

话匣子一打开，你一言我一语，现场气氛热烈。关于旅游商品企业提质升级、文创产品开发、旗舰店打造等问题一一抛出，张龚一一记录并与大家探讨，寻找破解之策。

“用好活用‘武陵源生’区域品牌，把旅游商品开发培育成为优势产业。”张龚说，一方面大力开发旅游商品，做大做强本地企业，打造出一批当地特色爆款产品;另一方面加大合作力度，通过与知名企业牵手，渠道共享、资源共享，让“武陵源生”超级IP符号覆盖更多的旅游商品，把武陵源打造成“买全球、卖全球”的商品高地。

【调研感言】

做优旅游商品 摆脱门票经济依赖

武陵源区委书记 张龚

武陵源作为国内外知名旅游目的地，每年接待数百万游客，旅游市场潜力巨大，如何摆脱门票经济依赖、提高旅游“二次”消费、破解“人旺财不旺”困境，是我来武陵源后反复思考研究的课题。

这两年，为延长旅游产业链条，扩大旅游消费，我们坚持将做大做强旅游商品作为突破口，积极打造“武陵源生”区域公共品牌，大力发展一杯葛、一片茶、一瓶辣、一段锦、一粒米、一只鸡“六个一”产业，探索开发文创产品，取得了一定成效，但在凸显地方特色、挖掘文化内涵、做大品牌效益、形成集群优势等方面还有很长的路要走。

在这次调研中，通过现场考察，以及与企业负责人的交流座谈，我感觉当前武陵源旅游商品规模扩大了，品质提升了，企业家们的发展信心更强了，创业劲头也更足了，现在急需的是在产品宣传、消费渠道、品牌打造和抱团发展上下功夫。

接下来，要建立旅游商品协会，完善定期交流制度，加大用地、资金、技术上的支持，在重要游客集散地设立形象门店，加大广告投入，充分展示武陵源旅游商品风采，吸引中外游客踊跃消费，从而加快推动旅游转型和高质量发展。

【随行随笔】

钞票是最好的“投票”

宁奎 田育才

到基层一线去，到群众中去，深入调查研究，目的就是为发现问题，解决问题。武陵源旅游来势向好，发展势头蒸蒸日上，“聚人气”能力有余，却因旅游商品发展缓慢，导致“聚财气”能力不足。

到武陵源采访，记者没少去购物店，发现各种旅游商店看似琳琅满目，但同质化严重，与全国各地景区所见商品无异，鲜有令人眼前一亮的产品。

未来，武陵源旅游商品产业如何发展?通过调研，答案逐渐明晰——首先是整合资源，打响本土品牌，强化市场竞争力，用优质产品与低廉的同质化产品抗衡;其次各企业与部门深入挖掘本土特色，结合文化创意，为武陵源旅游商品注入文化内涵，为产业发展带来旺盛的生命力。

旅游商品的本质，在于其文化内涵，这也是其与普通商品最大的区别。武陵源旅游商品未来发展如何，等着游客用钞票来“投票”。

【调研之后】

5月31日，调研结束后，武陵源区委督查室立即将调研情况进行汇总，就茶园标准化建设、茶业生产基地扩建、葛根饮料产品研发、丰富武陵源酒产品种类、武陵源生区域公共品牌创建、武陵源生产品入驻星级酒店和高端民宿、乖幺妹土家织锦生产基地建设等10个调研发现的问题，进行专题交办，明确文旅、农业农村、乡村振兴、发改等12个职能部门、属地乡(街道)、国有企业责任。

会上，多家旅游企业建议的定期交流、抱团发展事宜，安排由武陵源旅游产业发展有限公司负责，尽快成立旅游商品协会，建立联席会议制度，每月由旅游企业轮流坐庄，就产品开发销售和品牌打造等工作进行探讨交流、学习借鉴，努力实现“多赢”局面。

针对旅游商品对外宣传展示不够的问题，要求宣传、文旅部门牵头，迅速在景区门票站和重要游客集散地，组织旅游企业设置品牌旗舰店，加大形象宣传力度，进一步破圈引流，全面提高在中外游客的知名度和影响力。

接下来，武陵源区委督查室将采取月调度形式，跟踪督促落实情况，协调解决推进过程中的问题，对作风不实、工作不力的单位实施“红黄牌”警示管理，倒逼旅游商品发展各项工作迅速落实。

对于本次调研发现的还没解决的问题，湖南日报全媒体记者将持续予以关注。

落实二十大 启航新征程

——湖南省高校贯彻落实党的二十大精神系列谈

湘潭大学党委书记 刘起军

用好红色资源 培育时代新人

党的二十大报告指出，“弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系，用好红色资源，深入开展社会主义核心价值观宣传教育，深化爱国主义、集体主义、社会主义教育，着力培养担当民族复兴大任的时代新人”。红色资源是高校思政教育的“活教材”，落实立德树人根本任务，高校应当注重用鲜活生动的红色资源感化育人，使学生坚定政治立场、把握人生方向。

湘潭大学作为承载毛泽东同志殷殷嘱托和习近平总书记殷切厚望的国家“双一流”建设高校，在长期的办学实践中，充分发扬扎根精神，充分利用伟人故里的地域优势，充分发挥马克思主义理论研究的学科特色，将传承红色基因、赓续红色血脉内化为办学理念，在“融”和“创”两方面下功夫，着力构建立德树人新模式。

做好“融”字文章，提升红色资源转化效能。一是课程体系融入。在思政课中加强中国共产党革命精神教育，开发了以国家一流课程《伟人智慧》为代表的特色思政课程群;编写了《恰同学少年》《中国共产党革命精神巡礼》等教材;构建了听、查、看、走、讲、写“六位一体”教学模式。打造了“领航讲堂”等特色品牌，推出了一批与中国力量、乡村振兴、红色旅游相融的专业课及实践课。二是校内校外融入。打造以毛泽东铜像广场、诗词碑等为代表的红色主题校园，彰显“伟人故里”“伟人嘱托”的红色渊源。发挥湖南红色资源优势，建设一批红色教育基地，开展“重走毛泽东小道”等实践活动，构建校内外融入的红色育人场域。三是教学科研融通。将马克思主义理论研究的学科优势，转化为专业建设资源，拓展思政、中共党史等专业内涵;转化为课程建设资源，开设《伟人智慧》《领袖智慧》等特色课程;转化为科研育人资源，发挥国家社科基金重大项目、国家大型出版物《红藏》等优质资源的育人作用。

发挥“创”的功效，打造红色资源育人特色。一是创建“红色+”教学模式。习近平总书记强调，要着力提升思想政治教育亲和力和针对性，满足学生成长发展需求和期待。学校将鲜活的时代元素注入思政教育，开发360度沉浸式虚拟仿真系统、获全国首批“大思政课”实践教学基地，推出《湘“谈”四史》等特色微课，探索“思政+艺术”“思政+环资”等教学模式。二是创设红色品牌活动项目。打造以“星火”宣讲团、国学活动月、马栏山全国大学生视频文创节等为代表的红色品牌活动，提升红色文化育人的思想高度、引领力度、震撼强度。三是创新红色资源传播方式。挖掘红色资源中的生动故事，以青年学生喜闻乐见的方式，创作演绎主题作品。推出“新时代·新力量”8集微党课、“百年百地正青春”100集大学生思政微讲述特色课，创作《初心》话剧等主题作品。今年是毛泽东同志诞辰130周年，学校将精心推出毛泽东思想专题展。

湘潭大学将进一步深入挖掘和运用红色资源，大力弘扬优良传统，切实将红色资源优势转化为育人优势，培养更多堪当民族复兴大任的优秀人才，为推进中国式现代化、实现中华民族伟大复兴作出新的更大贡献。

《中国乡村何以兴》一书在长发布

湖南日报6月4日讯(全媒体记者 杨兴东)由湖南师范大学中国乡村振兴研究院(湖南省中国乡村振兴研究基地)、湖南师范大学公共管理学院主办的中国乡村治理研讨会暨《中国乡村何以兴》新书发布会，6月3日在长沙举行。同时举行了“我在长沙听理说”长沙市社科智库乡村振兴专家工作室活动、中国农村发展学会“乡村治理专委会”筹备论证会。

此次研讨会围绕乡村治理主题，汇聚国内外研究者、政策制定者和实践行动者，对乡村治理进行深入探讨。会上发布了陈文胜教授的新著《中国乡村何以兴》，该书立足于中国现代化进程，从乡村规划、乡村教育、乡村文化、乡村治理等基本问题，回答了全面推进乡村振兴“振兴什么”“怎么振兴”“谁来振兴”等核心问题。

与会专家学者普遍认为，该著作对于在实施乡村振兴战略中准确把握农业农村现代化的规律，为建设宜居宜业和美乡村提供了重要理论参考，是一本理论与实践相结合的学术佳作。

◀◀(上接1版②)

活动现场，长沙县向中国工程院院士印遇龙、刘少军、柏连阳、单杨分别颁发预制菜产业发展专家顾问聘书，借智聚力促进产业发展。长沙县湘龙街道、黄兴镇、星城控股现场与聚鑫朋、聚味瞿记等12家预制菜企业签约合作，农产品精深加工园等签约项目总投资额达31.25亿元，预计年产值达132.4亿元。

据悉，长沙县内拥有湘佳牧业、新辉煌等预制菜龙头企业，配备有物流园、冷链和电商销售渠道。依托海吉星市场集群、水渡河市场集群、长沙县农产品精深加工园，初步形成了“两集群一园区”的预制菜产业布局。

长沙县将严格按照“一年打基础、二年成规模、三年成产业”要求，打造具有湘菜特色的优势产业集群，朝着“建设全国重要预制菜生产基地，打造预制菜湘军领先品牌”的目标前行。

◀◀(上接1版①)

现在，儿子平安归来!为了这场久违的团聚，陆金梅早早准备儿子喜欢的土特产，看到亲戚家土鸡肥，就提前预订;3月，洞庭湖畔的时令野菜蒿子长成，她采来做蒿子粑粑;还有常德米粉、汉寿甲鱼和玉臂藕、毛家滩的牛肉牛排……这样一样，陆金梅和张良启，都准备端午节去北京的时候，给张陆和他的航天员同事带过去。

向梦而行，神舟十五乘组完成多个“首次”

作为迄今为止执行任务时平均年龄最大的航天员乘组，神舟十五号乘组见证中国空间站全面建成的历史时刻，创下多项纪录，被称为“圆梦乘组”。

翱翔太空，出舱活动是空间站任务中难度最高的环节之一。出差半年，神舟十五号乘组创造了一次飞行任务4次出舱的纪录，每次出舱都面临着新目标、新挑战。

2月9日，该乘组首次执行出舱任务。费俊龙、张陆从问天舱出舱，到梦天舱、核心舱，最后返回问天舱。这是中国航天员第一次真正意义上的“三舱”作业，也是作业范围最大的一次出舱任务。

在轨4次出舱，3名航天员舱内舱外密切协同，先后圆满完成舱外扩展泵组安装、跨舱线

◀◀(紧接1版③)自2019年起，国家能源集团联合中车株洲所、中车株机等单位，开启2万吨重载列车自动驾驶研制攻关。

此次2万吨重载列车自动驾驶试验是基于全自主牵引网络控制、空气制动、无线同步操控等车载控制系统，其自动驾驶装置采用自主

研发的最高安全等级的SIL4平台，实现关键系统、关键技术的完整、自主、可控。试验列车采用“1+1”编组模式，共216节车辆，总重达21600吨，全程采用自动驾驶控制。试验结果表明，在智能控制方面，实现100%自动化控车，全程运行平稳，到站停车精准、正点。在效率方

面，相比人工驾驶技术时速快2.7公里。平均牵引能耗可降低2.9%，更加绿色低碳。此外，该自动驾驶系统兼容移动闭塞、固定闭塞两种信号制式。

“朔黄铁路自动驾驶线路试验成功，是我们践行和探索科技自立自强的有益尝试，标

志着我国已掌握2万吨级重载组合列车智能控制关键核心技术。”朔黄铁路公司相关负责人表示，此次突破将对国内重载铁路运输的高端化、绿色化、智能化发展具有积极推动作用，对我国智慧重载铁路的建设具有示范引领作用。