

看

乡村振兴的N种“打开方式”

俗话说：条条大路通罗马。在乡村振兴的路上，各地人民八仙过海，各现神通，创造出了很多奇迹。其中有些致富项目和形式让人耳目一新，叹为观止。在此，本报梳理了几个典型事例，让大家见识一下，人家都是怎样打开致富密码的。



“好运山东”2024首届户外运动休闲季嘉年华在石马镇启幕

□北方蔬菜报综合报道

靠“户外运动”，小镇踏上致富

“不好意思，乘坐滑翔伞和热气球的预约已经排到5个月以后了。”在山东省淄博市博山石马镇五阳湖畔的悦湖飞行营地，工作人员潘雨君正在给游客做预约登记，同时推介当地特色乡村游，“虽然这次没法‘上天’，但大家可以先去五阳山徒步，然后看看响泉村的古树和古泉，都别有一番风情。”

酒香也怕巷子深。石马镇虽然有山水风光、古村古迹、孝道文化等自然和人文景观，但一度苦恼“藏在深闺人不知”，无法将丰富的资源转化为实实在在的收益。

日益兴起的户外运动风潮，成为当地“破题”乡村全面振兴的关键。近年来，石马镇承办了十余项各级体育赛事，叫响了五阳湖运动休闲特色小镇的名气。当地还不断完善各类户外基础设施建设，打造国内知名的户外运动目的地。

石马镇党委书记张坤对记者说，仅五阳湖体育文化产业园，每年就能接待省市运动队1.4万多人次，各地游客30多万人次，解决200多个农村剩余劳动力就业。

日前，“好运山东”2024首届户外运动休闲季暨“齐风鲁韵 悦动五阳”和美乡村生态体育嘉年华活动在石马镇举行。“这个活动就是要发挥户外赛事的综合效应，以户外赛事拉动餐饮、住宿、购物、文旅等消费，促进乡村经济发展，以体育发展赋能乡村振兴，以体育力量点亮和美乡村蓝图。”山东省体育产业发展服务中心主任高文清说。

广袤的齐鲁大地上，山、水、林、草、沙等都是天然的户外运动场地。山东各地着力挖掘户外资源，为乡村全面振兴增添新动力。

统计显示，2023年在威海市环翠区半月湾举办的铁人三项世界杯，实现4700万元直接经济收益，可量化品牌价值超过4亿元，印证了“乡村户外赛事+文化旅游”带来的乘法效应；今年上半年，“好运山东”首届户外运动休闲季暨2024德州“两河牵手”户外运动嘉年华活动启动，大力推动体育和旅游融合发展、助力乡村全面振兴……

为进一步使户外运动赋能乡村全面振兴，山东省体育局等15部门联合印发《关于推进体育助力乡村振兴的实施方案（2023—2027年）》，提出“以乡村体育旅游、户外运动为代表的乡村体育产业不断壮大”。同时在省级层面编制户外运动目录、发展规划和设施建设规范，行业规范逐步建立。

山东省体育局党组成员、副局长王强说，山东将大力发展登山、骑行、水上运动、航空运动、露营等乡村特色户外运动产业，培育打造乡村特色户外运动消费场景，深化体育与农业、商业、旅游、健康、养老、教育培训等产业深度融合。

村咖日销8000杯 卖的是乡村“魔力”

今年，县城游火了，反向旅游继续出圈。浙江安吉、福建平潭、广西阳朔、江西婺源等地都成为热门旅行目的地。社交平台上，有关“安吉”的相关笔记中，“咖啡”“村咖”成了高频词汇。据悉，一杯安吉村咖的咖啡能卖出70元的价格，一家店单日就能卖出8818杯，不得不令人感叹：安吉村咖到底有什么魔力？

去年起，村咖就曾掀起过一股流行浪潮，但很多人应该没想过村咖能做到这么火。8000多杯，已经是堪比城市咖啡馆的出杯量，价格也要比城市咖啡馆贵不少。人们买单的到底是什么呢？如果去实地看一看，答案也许呼之欲出。

安吉村咖的所在地大多景色优美，适合放空，一派悠然田园、岁月静好的景象，这是在城市里所看不到的，而咖啡店作为最会贩卖生活方式的存在，看中的就是这一点。

运营村咖的商家各具头脑，打造了很多适合社交平台打卡的出片场景——心形湖泊、废墟玫瑰、毛坯窗台、风景反光镜……让人们愿意为这独一无二的景色、逃离繁忙的生活方式买单，一杯咖啡就是“门票”。据了解，安吉已拥有300多家这样的咖啡店。

其实光是想到村咖，脑海里也会浮现出一系列关键词，比如“躺平”“松弛感”“田园生活”“小清新”“治愈”等等，再加上加了滤镜的展示，让城市人对乡村的想象很浪漫。当然，在经过商家用心规划后，实际见到的也很浪漫。这种滤镜下的乡村生活之所以美，是因为年轻人将都市流行带到了这个风景更优美的地方，未必是真实的全部的乡村生活，但未尝不是城乡融合的一个好方式。

这种城乡融合思维的核心是“让乡村具有更多城市叙事”，当然，我们会希望这样的叙事不要掩盖乡村本身的特色和真实的生活图景。但不可忽视的是，如今一些乡村的发展已经可以为游客提供更好的服务，足以承接城市的流行文化。而游客向往不挤不贵、能够放空的小众旅行地，又与乡村的旅游业发展不谋而合。

这也是为什么如今反向旅游、县城旅游火热，与村咖火了一样，都在某种程度上反映了旅游市场的下沉。下沉式旅游之所以能火，也说明当下部分县域、乡村本身的发展，都在变得跟得上潮流、接年轻人喜好。

光是这一点印象的改变就很重要。尽管在一些乡村的真实生活中，仍然存在交通不便、生活单一、农作劳累等现象，但也不再完全符合过去城市人对乡村“单一”“落伍”的固化想象。或者说，乡村生活有“单调”“欠发达”的一面，而如今也多了“时髦”“多姿多彩”的新面貌。

虽然现在村咖大多存在于一些经济发达的省份，但的确可以给其他地区提供一条正面思路。不管怎么说，让更多人正视乡村生活的不同侧面，了解到现在的乡村有多么不同，看得到城市潮流延伸到乡村场景所带来的经济效益，从而让更多商家、游客，愿意走近乡村、开发乡村，把眼光望向乡村，这可能是村咖在经济效益之外，带来的更大的社会效益。

这个县把“睡觉”卖出好价钱

“来大觉，睡大觉”，这是江西省抚州市资溪县的一个康养品牌口号，吸引了众多游客。资溪县的森林覆盖率高达87.7%，是全国生态示范区，大觉山是资溪县内的一座名山，草木葱茏，景色宜人。50多岁的福建游客蔡水泉说，他平时睡眠质量不太好，但在资溪睡得特别香。

抚州市生态环境局资溪分局局长潘乐英说，连续多年，中国科学院生态环境研究中心在资溪境内16个景区和保护区进行负氧离子流动监测，结果表明资溪每立方厘米的空气中负氧离子含量最高的达36万个单位，生态环境综合指数列中部500个县（区）首位。抚州市中医院院长郑峰介绍，高负氧离子有镇静的作用，能够改善大脑功能，提高睡眠质量。

依托好空气，资溪将生态和环保的理念贯穿始终，利用当地的“竹文化”“面包文化”，改造村民原来的闲置房屋，建起南源民宿、森林木屋等民宿点，打造静心养神之居。松上境森林木屋经营人张陈芳说，春节过后，民宿的30多个房间天天爆满，今年民宿收入有望突破160万元。

今年1至5月，资溪累计接待游客137.96万人次，同比增长43%，旅游综合收入48286万元，同比增长46%。

资溪生态康养持续升温是抚州市全域打造生态康养品牌，建设生态康养名城见成效的生动写照。

抚州文昌里景区负责人李惠说，文昌里以打造“文养”基地为抓手，讲好才子文化、戏曲文化、文昌故事，“圈粉”八方游客，节假日期间，游客日平均量达到五万余人次。

“当前，发展生态康养恰逢其时，抚州加强顶层设计，明确发展思路，顺应了消费升级以及民众追求美好生活的需要，发展前景广阔。”对此，抚州市副市长蔡青信心十足。

养蜂场变身主题乐园



“嗡嗡乐园”一角

蜜蜂在蜂桶旁飞舞，阵阵蜜香扑鼻而来，养蜂及酿蜜技艺传承人王学祥正在忙着割蜜，游客们可以近距离观察蜜蜂的生活习性，品尝现割蜂巢蜜……走进位于山东省莒县龙山镇的“嗡嗡乐园”养蜂场，这样生动的场景呈现在眼前。

“嗡嗡乐园”是山东省首家蜂文化主题乐园。如今，这座以蜜蜂为主题，将乡村旅游和工业旅游巧妙结合的蜜蜂特色园区，蹚出了乡村振兴的新路子。