

# 长三角观察



全国县域旅游综合实力百强县

## 三年蝉联榜首 安吉凭实力说话



近日,《全国县域旅游研究报告2021》暨“2021年全国县域旅游综合实力百强县”、“2021年全国县域旅游发展潜力百佳县”名单发布,浙江安吉县再次上榜,入选2021年全国县域旅游综合实力百强县榜单。

### 数据诠释安吉旅游硬核实力

旅游业是安吉对外的一张“金名片”,是拉动当地经济、繁荣市场、提高居民生活水平的重要产业。今年以来,该县围绕全面打响“绿水青山·旅居安吉”目的地品牌,县文体旅游局以“旅游专班”“数改专班”“微改造·精提升专班”为抓手,进一步丰富旅游业态类型、完善旅游发展要素、提升旅游发

展质量,充分发挥旅游业综合带动效应,对全县经济转型、特色发展、乡村振兴、创业就业等重点工作的推动作用持续增强。来看一组数据:

2019年,全县共接待国内外游客2807.4万人次,其中过夜游客1301.7万人次(占比46.43%),旅游总收入388.24亿元。

2020年全县共接待游客2104.7万人次,其中过夜游客1016.7万人次,旅游收入达305.04亿元。2020年旅游增加值达10.6%,农民收入占比20.34%,均高于全省平均水平。

2021年1-6月,全县接待游客1130万人次,旅游总收入146.5亿元,与2020年分别同比增长51.8%和43.1%。

以上三年数据,诠释了安吉旅游硬核实力。在倡导城市可持续发展以及绿水青山向金山银山转化的思维下,安吉全面加大对外开放力度,多措并举紧密对接长三角,发展势头更上一层楼。

### 推进全域旅游 开启发展新格局

作为绿水青山就是金山银山理念诞生地,安吉在很多年前就有“都市后花园”的美誉;如今,更是成为了整个长三角地区最具品质、最高质量的城市“绿肺”。这片绿水青山,以其浑然天成、最为朴素的生态价值,滋养着长三角的人们。

“我们聚焦旅游核心吸引物、旅游目的地、旅游接待场所三类场所,围绕生态环境精美化、公共设施精良化、游客体验精致化等8个方面28条,试点引导、软硬提升、专班运作,全面实施旅游业‘微改造·精提升’五年行动计划,制定排摸2021年改造示范点52个,总投资达2.6亿元,继续深入推进5项省级改革试点。”据该县文体旅游局党委书记、副局长罗福娣介绍,截至目前,该县已完成乡村旅游景观提升、竹园园熊猫主题乐园和水秀秀等示范点项目的改造提升,完成投资1.06亿元。天荒坪镇、县图书馆被列入省厅“微改造·精提升”试点单位。

此外,该县围绕全域旅游标杆县目标,编制完成旅游业“十四五”规划,同步启动安吉县南部片区山地旅游专

题研究、安吉县旅游产业未来业态专题研究、安吉县文化旅游业品牌形象专题研究、安吉乡村旅游专题研究等4个全域旅游示范区重点课题研究工作。

### 聚力项目建设 积蓄发展新动能

安吉作为“国家首批全域旅游示范区”、“联合国人居奖首个获得者”、“全国首个生态县”、“中国美丽乡村”,强劲的旅游综合实力带动乡村振兴。安吉围绕“绿水青山就是金山银山”理念,将生态文明建设融入经济、文化、环境等各项建设中,走绿色发展之路,努力将生态优势转化为经济发展、致富优势。

余村作为“绿水青山就是金山银山”理念诞生地,以创建“5A级景区”为目标,通过产业调整、村庄规划、环境美化以及积极发展生态旅游经济等举措,有效地推进了社会主义新农村建设,全力打造“村强、民富、景美、人和”中国最美县域的“村庄样板”,争创由联合国颁牌的世界最佳旅游乡村。

目前,全县共有产业类文旅项目67个,其中10亿元以上7个,总投资298.76亿元,计划完成年度旅游投资30亿元。1-5月已完成旅游投资10.53亿元,完成率44.52%。安吉“两山银行”建设,在生态资源价值转化上取得明显成效。入库县域生态资源转化重点储备项目108个,总投资超200亿元,已成功转化文旅融合、闲置资源盘活等19个项目,涉及10个乡镇(街道)、19个村(社区)。

### 文旅数字化改革建设高速发展

当下文旅数字化改革建设如火如荼,据了解,日前,浙江省文化和旅游厅公布全省文化和旅游数字化改革试点项目名单,该县“安”心游和“安”心停车2个项目入选省文化和旅游数字化改革试点,为全省唯一同时入选两个项目的县区。

据悉,安吉目前已将S306省道与山大线交叉口、安康线、百草园-自博院区块的12451个停车位及云上草原、竹园园累计70余个风险点纳入数据库,实行线上统一调度和处理。以中南百草园和省自博院区块为试点上线“安”心停车系统,借助该系统可实时掌握重点景区周边停车信息,及时调控引导交通流量,解决高峰期游客出行难、停车难问题。“五一”期间,重点景区之间分流车辆达6530余辆,实现历史上首个交通拥堵“零”投诉。

“聚焦旅游服务便利化、旅游管理精细化、旅游营销科技化目标,成立县文旅数字化改革工作专班,我们下设数字党政整体智治专班小组、数字旅游服务改革等8个工作小组,全面推进文旅领域数字化改革建设。”罗福娣表示,接下来,安吉将忠实践行“绿水青山就是金山银山”理念,立足人与自然和谐共生,加快打造“县强、民富、景美、人和”的共同富裕安吉样本,稳步实现乡村振兴富民景美人和。(忽艳 邓靖)

## “建湖有戏”城市品牌形象正式对外发布



日前,江苏省盐城市建湖县举办新闻发布会,向社会发布“建湖有戏”城市品牌形象。盐城市、建湖县领导共同为建湖城市标识揭幕。建湖全新城市形象宣传片、城市品牌推广语、文旅推广语、建湖吉祥物等也在会上精彩亮相。

建湖素有“水乡明珠”美誉,这里楚汉雄风共吴越灵韵,物华天宝并人杰地灵,孕育了陆秀夫、乔冠华、王赣骏等一个个震古烁今的人物。建湖是一片生态灵性的水韵天地,九龙口湿地和九龙戏珠原生态地貌世所罕见,双湖公园、西塘河风光带等都是城市的生态“地标”,绿色正成为城市最鲜明的底色。建湖是一

座芳香馥郁的文化之城,建湖是中国淮剧之乡、淮剧的发源地,2008年入选国家非物质文化遗产保护名录。建湖杂技已有2000多年历史,是中国南派杂技的发源地,其艺术成就响彻海内外。淮剧杂技正成为城市独树一帜的靓丽名片。

建湖城市标识将建湖最具特色、最代表性的建湖淮剧、建湖杂技等文化元素完美融合,展示出具有城市鲜明特点的文化符号。全新的建湖城市标识由传统杂技、花旦青衣扮相、“建湖”汉字与拼音组成,通过白描人物的形式刻画建湖的杂技艺术与淮剧艺术,生动展现建湖最本真的文化艺术基因与简约创新的智慧。标识以“杂技”在上,“淮剧”在下的组合形式呈现,二者手拉手,寓意建湖城市的包容、融合、互动。

整个建湖城市标识呈上下结构组合,方式新颖,寓意建湖在文艺的前进道路上不断传承与创新,勇往直前。标识组合成一只眼睛,透过它,让建湖看世界,世界看建湖,寓意建湖与国际接轨,象征未来的城市发展之路。标识造型简约有力,国际化的表达手法足见建湖创

新的智慧和包容的胸怀。

建湖有戏,从九龙口的湿地公园到淮剧小镇百年沙庄的古戏台,再到建湖村、收成村金色的田野,芦苇清,荷花香,鱼鲜蟹肥、鸟中大熊猫震旦鸦雀一露面就惊艳了世界……活动现场,由江苏省朗诵协会会员朗诵的诗歌《建湖有戏》,全新解读了建湖城市品牌推广语的精神内涵。

近年来,建湖县对标“争当表率、争做示范、走在前列”的重大使命,主动服务长三角区域一体化、沿海开发、淮河生态经济带等国家重大战略,突出高质量发展主题,坚定不移实施产业强县战略,培育壮大高端装备、新能源和电子信息三大主导产业,打造生态优先、绿色发展样板。

同时,发挥良好的生态本底,积极推进“水韵江苏”示范区建设,借力九龙口湿地公园、双湖公园等资源,依托淮杂文化优势,积极开展高等级景区、国家级旅游度假区、全域旅游示范区创建,全力打响“灵水水乡、淮杂故里”生态文旅品牌。(杨先锋)

6月下旬,中洋鱼天下社区团购在多地开城建仓,品牌辐射圈不断扩大,影响力与日俱增,呈现蒸蒸日上之势。进入2021年,全渠道营销成为中洋鱼天下食品公司上下全力奋斗的目标。经过上半年的耕耘,中洋鱼天下食品在供应链端和零售端持续发力,尤其是社区团购零售业务不断拓展,

零售平台,加速线上新零售与线下终端的融合。截至目前,中洋鱼天下已全面进驻全国主流城市、主流平台,线上线下渠道全面开花。

产品端,以生鲜为入口,积极拓展非生鲜类、非水产类食品,上线多款快消零食、预制菜、地方优秀农副产品,打造定制化新品,让每一位消费者都

## 中洋鱼天下食品零售端市场全渠道拓展创佳绩

持续稳定增长,不断助推中洋鱼天下食品影响力的扩大。

供应链渠道端业务在与大型连锁餐饮集团、大型商超、连锁便利、团餐单位合作的同时,通过渠道拓展、产品研发和数字化赋能等策略,提升合作的广度与深度。零售端则是通过线上直播渠道,进驻抖音、快手等新型短视频宣传平台,增加品牌露出,并进一步加强中洋鱼天下食品在外卖市场以及社区团购、生鲜电商等渠道的布局,入驻美团买菜、叮咚买菜等多家新型零

能享受到“吃、喝、玩、乐、购”的全品类消费体验,实现流量和销量双增长。

随着全渠道销售战略的推进,今年以来,中洋鱼天下食品融入了发展快车道。在刚过去的“6·18”大促中,中洋鱼天下以数十款全品类商品大放价,释放了消费者积蓄已久的购物需求。在多个大城市推出的社区团购、团餐业务,也有效引爆消费者的娱乐化购物热情,最终实现了多业态+全品类的联动拓展,极大提高了消费转化率。(张爱涛 沈海鹏 孙正)

## 苏州民族管弦乐团：用民族音乐讲好中国故事

□ 本报记者 汪宏胜

日前,苏州民族管弦乐团2020-2021音乐季闭幕音乐会《魅力大班子》在苏州民族管弦乐团音乐厅隆重上演。整场闭幕演出亮点频出、高潮迭起,台下观众掌声如潮。苏州民族管弦乐团2020-2021音乐季就此画下了完美句号。

当天下午,苏州民族管弦乐团在驻团音乐厅举办新闻发布会,回顾了乐团2020-2021音乐季十件大事,解读了《“丝竹江南·丝竹交响”江南音乐文化品牌塑造三年行动计划》,介绍了2021-2022音乐季的演出安排。据江苏省音协主席、苏州民族管弦乐团艺术指导朱昌耀介绍,2020-2021音乐季紧紧围绕“献礼党的百年华诞”和“塑造江南音乐最美窗口”两大主题开展工作,在举办委约新作、举办红色经典系列展演、参与重大展演活动、亮相多个国际音乐节、服务国际文化交流、发起成立市行业业协会等方面均取得了一定成效。

2021-2022音乐季,苏州民族管弦乐团继续立足苏州、面向全国、走向世界,将在海内外举办137场大中型音乐会。著名指挥家、苏州民族管弦乐团艺术总监兼首席指挥彭家鹏表示,2021-2022音乐季将紧扣大型音乐会、中型音乐会、导赏音乐会、高雅艺术进校园、高雅艺术进社区等五大板块,奏响爱党爱国主旋律,弘扬江南音乐文化、丰富群众文化生活、参与重要文化展演,提升苏州全球影响等五大类别,名家荟萃、原创精品、中西合璧、民族风情、线上线下等五大特点举办系列活动,全力打响江南音乐文化品牌。

会上还同时公布了《“丝竹江南·丝竹交响”江南音乐文化品牌塑造三年行动计划》。在未来三年,面向国内、国际两个市场,苏州民族管弦乐团将继续守正创新、追求卓越,在海内外打响江南音乐现代化、交响化、国际化品牌,争创“中国江南音乐创作研发基地”,构建中国江南音乐文化建设的核心高地,努力成为“江南音乐文化”的核心引领者、叙述者、传播者和培育者。