

又到一年乡村清凉旺季。近年来,在大力实施乡村振兴战略背景下,各个城区、县域都铆足劲儿在乡村游上下大力气,抢抓“短途游”“乡村游”的快车,希望通过农旅融合、文旅融合实现乡村振兴的美丽梦想。

那么我市各县(市)区乡村文旅发展如何?又有哪些样本可供剖析?本报记者就此专题调研,深入乡村文旅一线,探寻发展样本,剖析背后成因,直面短板,提供思路,特推出株洲乡村文旅调研系列报道。

乡村振兴

2023年7月21日
星期五
责任编辑:刘小波
美术编辑:王玺
校对:马晴春

千年古窑村的文旅期待

株洲乡村文旅调研系列报道之一

株洲日报全媒体记者/易蓉

孟夏之日,万物并秀。作为千年古窑发源地,山清水秀的汾山村又迎来了一年乡村清凉旺季。“汾山渔村”“醴汾山庄”等农家乐,“千年古窑”“汾山豆腐”手工坊等沉浸式体验的景点里,迎来了一批批游客,村民们端茶送水,游客们满载而归,双方都不亦乐乎。

5年前,汾山村接入选“中国历史文化名村”和中国传统村落,却仍然是个“酒香巷子深”的贫困村。虽是釉下五彩瓷的发祥地,坐拥我国规模最大、遗址分布最集中的古窑窑址群“汾山古窑”、特色美食、青山绿水等优势资源,但这些乡村资源始终没有转化成乡村振兴的“资本”。

5年后,本报记者实地调研,探访汾山村由贫转富、由落后村转向“明星村”的发展历程,同

1 望闻——

因旅游而焕发生机的“明星村”

夏日周末,从株洲市区驱车1个多小时,就可抵达醴陵汾山村,只见一栋栋错落有致的民居掩映在绿水青山之间,俨然一幅葱茏润润、生机勃勃的写意画卷。

村口处的“汾山渔村”农家乐里炊烟袅袅、笑声朗朗,老板田保中夫妇忙着端茶送水,为客人送上这里两道特色菜——醴陵市级非遗项目汾山糯米饭以及汾山豆腐;午后,游客们去村里的汾山豆腐手工坊,化身“豆腐西施”,亲身体验将黄豆做成豆腐、豆花、豆浆的制作过程。尽管天热,但村里天然的几条小溪成为游客的溯溪好去处,感受乡村独有的清凉,溪里随处可见的瓷窑,都在告诉游客,这里是瓷窑发源地,千年古村;待春色降临,“醴汾山庄”民宿的老板易启洪已经为住宿游客备好了洗漱用品……两天一晚汾山村初窥雏形,这个曾经的“空心村”又开始恢复生机。

他们都是村里第一批带“资”回归的村民。“5年前,听说村里要通路,为发展乡村蓄力,村干部希望我能带回来,为村里助力,我就回来了。”易启洪说。他口中的那条路就是“醴陵人家旅游扶贫专线”,98公里的沥青大道串起沿线12个贫困村,其中就有汾山村。

汾山村九分山,一分田,虽具有近郊优势,

2 问切——

“明星村”也有短板

借力乡村振兴的“东风”,搭上乡村旅游的快车,得天独厚的优势资源,让汾山村成为小有名气的“明星村”,但“明星光环”的背后,也有些美中不足的地方。

从“需求侧”的角度来看,每到节假日,各种知名景区总是人满为患,这种“花钱遭罪、身心疲惫”的糟糕体验让许多游客选择去乡村“养眼洗肺、解乏去累”。记者在走访中发现,大多数乡村旅游仍然停留在赏田园风景、品农家饭菜、摘农家果蔬的观光休闲初级阶段,同质化现象普遍,导致游客的体验大多停留在浅表的经历和记忆,无法获得深层的感受和体悟,游览时间难以延长,重游意愿自然不高。

“而能够让汾山村脱颖而出的还是文化底蕴。从目前村里开办的农家乐而言,虽然有些融入当地特色美食,但文化特色挖掘不足。”一位业内人士表示。

3 寻方——

乡村旅游如何实现高质量发展

播下什么种,才能长出什么样“希望的田野”。纵观当下的乡村旅游不只是停留在采摘、钓鱼、吃农家饭的初始阶段,正向2.0乃至3.0探索,还需要一些新思维新举措。

“不能坐山吃山,还要护山养山。”易启洪坦言,农家乐越开越多,人多了,有些问题也要防患于未然。

但崎岖的地势让村里始终缺乏宽阔的道路,也阻断了外出打拼的村民回归的心思。

要致富,先修路。这条路的修通,为汾山村带来了新希望,吸引在外事业有成的易启洪、田保中等众多村民回来了。

这两年来,返乡的人多了,村里发展好了,游客也在增加,原本6米宽的古窑大道承载能力有些“吃力”,亟待拓宽,但道路拓宽势必会占用两旁的农田和山地,村里也付不起土地征用的费用,征用土地算得上是“天下第一难事”。

在对发展的渴望里,一切难事都可以攻克。“修路是为了村里的长远发展,我们每个人都是受惠者。”“这些年,我们为了村里的变化,看好未来的发展,我们应该齐心协力,用实际行动支持村里的发展。”村民们在合计之下,无偿腾出土地用于拓宽道路。

如今,宽阔的道路就像一条“绿脉”,不仅串起了汾山村乡村旅游资源,更送来了源源不断的游客,让更多村民端起了旅游“金饭碗”。

不久前,2023年湖南重大文旅产业项目香港招商推介会上,醴陵窑古遗址公园项目获评最受香港投资者青睐的二十个湖南文旅产业项目之一,汾山村乡村旅游又将迎来新机遇。

旅游只是载体,文化才是灵魂。该业内人士建议,汾山村最大的文化特色就是“陶瓷”,一个农家乐就是一个汾山村特色的载体和窗口,农家乐用的锅碗瓢盆就可以印上“汾山制造”的Logo,甚至可以用一些瓷碎片打造一些供游客打卡的景点,固化汾山村“千年瓷都古村”的标志和印象。

从“供给侧”的角度来看,乡村旅游大多以“乡景、乡情、乡韵”作为卖点,倾向于挖掘“乡土气息”,存在“越土越香”的片面理解,对于管理、服务、品牌的意识普遍欠缺。然而乡村旅游的主要客源,都是既要“土味”也要“品位”的附近城市居民,除了感受乡土文化,他们也向往安心放心的出游环境,舒心暖心的服务体验。

“但目前,村里的卫生保洁力量、道路绿化等基础设施承载力不够,特产也带不走。”汾山镇相关负责人坦言。

去年,汾山村召开了一场实现可持续发展的大会,村里所有的农家乐经营业主参加,他们自觉“约法三章”,即垃圾不乱丢,处理好垃圾排污工作;保证食材安全新鲜;店面装修及宣传上都突出“汾山”招牌。

正如田保中所言:“汾山村是我们的家乡,这里的一切都是我们家致富的资本。她好了,我们才会好,应当守护好。”

但“供给侧”的改善,则需要更多社会力量的加入。汾山镇相关负责人坦言,乡村旅游时一项专业且系统的工程,汾山村的旅游服务、管理、品牌的建设都需要专业机构。“我们期待创新投资经营模式,希望有社会力量加入,为乡村旅游发展持续注入活力。”该负责人表示。

汾山村的月形窑。

“汾山渔村”农家乐。

我在新汾山渔村想你

“汾山豆腐”手工作坊里,小游客正在体验磨豆子。

随处可见的瓷片。



陈华(左二)邀请市农科所专家一行到水西村指导村民做好黄桃套袋。(受访者供图)



陈慧华在制作毒豆腐。(受访者供图)

乡村振兴追梦人

客家「村花」带货忙

株洲日报全媒体记者李军

我的驻村日记

7月18日,周二,又是晴天。洗漱之后简单吃个早餐,我和工作队成员立即出发,照例在8点前赶到村部,迅速投入新一天的驻村帮扶工作。

乡间七月,水西村的黄桃熟了,家家户户的房前屋后,套袋的“金果果”悬挂枝头。经过前期走访,我们了解到,今年村里的黄桃产量估计将达到13.5万公斤。开园采摘在即,黄桃的销路成了村民最关心的问题。而早在6月底,我们工作队就和村“两委”未雨绸缪,想方设法为果农谋划销路。我和工作队队员分头向后盾单位积极反馈后,市档案馆、株洲师范高等专科学校、市工商联相关领导都二话不说,表示将大力支持。

此外,我和工作队也在运用自身“朋友圈”,为村里的黄桃“带货”。在我多次推荐下,东莞的一个朋友答应先来100箱上等的黄桃,还说如果品质确实好的话,他会再订100箱。再加上村民自身也有一些过去的销售渠道,相信今年的黄桃销售问题不大。

村民所需所盼,就是我们帮扶所向。这也是我们工作队要求自身坚守的为民情怀。

进村到岗两个月,我和工作队通过走访摸底,基本掌握了村里的情况。在和村“两委”商讨并广泛征求村民建议的基础上,我们初步编制了村项目库,打算从驱动党建、民生实事和农文旅产业这“三驾马车”着手开展帮扶。

帮扶计划充分尊重了村民的主体地位。比如民生实事,我们想了个“123”:维修1条拦河坝、修缮2条灌溉水渠,以及拓宽硬化3条村道。每个项目多长距离、惠及多少户村民等,我们都有基于深入调研的具体数据。

这些项目大都来自村民的诉求与意愿。记得5月的一天,我们刚到村里不久,就有村民在我们走访时反映,部分水渠、堰坝等农田水利设施破损严重,希望工作队能帮忙解决这个问题。后来,村里召开“屋场会”,又有乡贤提起。我们相信,以扎实的举措回应村民的心声,乡村振兴才能不断蓄积源源不断的内生动力。

当然,除了村民发挥主体作用,人才也是乡村振兴的重要支撑。我们工作队也在不断努力,鼓励年轻人返乡创业,吸引更多年轻人关注水西村,走进水西村。

前不久,后盾单位株洲师范高等专科学校,就将2023年大学生暑期“三下乡”社会实践活动,放在了水西村。一个个青春洋溢的大学生来了,他们给孩子们上课,给墙面画上明艳的色彩,教村民如何拍摄短视频推销黄桃。即便他们待的时间不长,但或许已经在孩子们心里播下了种子,也给偏远山村的人带来了理念的碰撞。

驻村帮扶的工作队总有一天会走,我们希望的是多为村民办些实事,让留下的“种子”生根发芽,最终开出振兴之花。

(株洲日报全媒体记者/李军 通讯员/邓丽 整理)

“客家人”“返乡做农产品”“喜欢汉服拍摄”,这是36岁的陈慧华,在抖音账号上给自己写的标签。

陈慧华家住炎陵县沔渡镇上老村,她个子娇小,开朗爱笑,近两年一直在做电商短视频为家乡特产“带货”,在当地已小有名气。

回首返乡追梦历程,陈慧华有喜,也有愁。

有网友叫她“炎陵李子柒”

陈慧华的抖音账号叫“厂长是个村花”,称自己“厂长”是觉得这个说法好玩,但返乡当“村花”,她是认真的。由于家庭贫困,陈慧华初中没读完就辍学了。之后,她一路摸爬滚打,在南方打过工,也创业开过烧烤店。她头脑灵活,微信刚流行不久的2013年,就开始做起了微商,通过微信平台卖家乡的腊肉和红薯干等。

2020年底,在外打拼多年的陈慧华回到家乡,专心做农产品推广。之所以这么选择,除了乡村振兴战略的实施让她看到了家乡发展的前景,还有以前兼职做微商的经历,为她积攒了底气。

运营微信平台、注册抖音账号、拍摄短视频等,陈慧华将镜头对准家乡的土特产,以及充满烟火气的生活日常,用分享的方式进行“带货”,吸引了越来越多的关注。这些短视频里,陈慧华或腌制腊肉,或制作霉豆腐,或身穿飘逸的汉服在桃树下起舞,展现了家乡原汁原味的特产和山清水秀的美景。视频点击量多的有四五十万人次,少的也有上万,网友纷纷在评论区问:怎么才能买到视频里的特产?

凭着靠自己摸索拍摄,陈慧华的抖音账户目前已有1.6万粉丝,获赞达18.4万人次。随着流量的累积,近3年来,她“带货”的销量也在递增。

今年整个4月,她制作的艾叶米果每天都能卖几百个。到了端午节,粽子每天能销近2000个,她连续加班了一周。

有了陈慧华的“带货”,乡亲们也受益不少。她经常从农户采购腊肉、腊肠、红薯干等农产品,忙的时候要雇七八个村民帮忙,这些都给村民提供了“在家门口挣钱”的机会。

“不止一个网友对我说,我是他们心中的‘炎陵李子柒’。”36岁的陈慧华笑着说。

陈慧华坦言,虽然她很喜欢也一直关注李子柒,但自己并没有刻意去模仿对方,而是根据家乡的特色与自身喜好在做视频,希望更多人喜欢上她的家乡与农产品。

如何走得更远?她呼唤更多引导与支持

“炎陵黄桃开始出单”“炎陵育苗店招聘服务员”。看陈慧华的微信朋友圈,能直观地感受到,她最近忙得不可开交。炎陵黄桃开园在即,她要为家乡最知名的特产“带货”。同时,她在炎陵县城租了个店面,打算重新开一家烧烤店,装修师傅频频打电话过来,她经常忙得饭都来不及吃。

目前,陈慧华同时运营四个微信账号,微信好友将近一万人。她下面还有六七七个代理,帮她推广家乡的土特产。家乡的味道,是舌尖上的乡愁。这两年,陈慧华把家乡的土特产卖到了全国各地,甚至通过代理卖出了国,“下单的人绝大部分是身在外地的湖南人。”

做电商短视频为家乡“带货”,生意越来越红火,但陈慧华也遇到了一些困惑与瓶颈。

做艾叶米果、腌制腊肉、包粽子等,陈慧华“带货”的农产品,都是她在自己家制作的。为了保证食材的新鲜,近年来,她不断添置冰柜、蒸笼柜等电器设备,在家里的彩钢大棚下开辟了一块制作区域。

可当陈慧华要将现在的“家庭作坊”,变为规模进一步扩大企业,还需要解决一系列问题,包括拿到一些特许经营资质等。这方面,她呼唤相关部门开展针对性帮扶。

在陈慧华看来,株洲各地的乡村,不也像她这样的电商短视频创作者,他们在乡村“野蛮生长”,为家乡农产品带货,可谓乡村的“小网红”,他们急需针对性的政策解读与宣传,还有融资方面的帮扶支持。

助力农产品打造品牌与家乡“出圈”,陈慧华说,“给我们政策的阳光雨露,我们这些乡村‘小网红’也能释放‘大能量’。”