

乡村产业 · 高质量发展

# “她力量”在山水田园间绽放

## ——探索数字化助力乡村文旅发展新路径(三)



邂逅丽江人文别院的景致吸引网友前来打卡。

博大”等优势;更重要的是,在“粉丝经济”和“个性消费”的背景下,作为政府官员的他们在网络上更有品牌说服力,也更能让小众目的地“IP”成为文旅新方向。

“有没有和我一样毕业后留在家乡小城安居乐业的?”塔河县文旅局局长都波的视频拍出了塔河夏天郁郁葱葱的森林和安逸又丰富的小城生活。评论里安放了许多网友的乡愁:“离开塔河20多年的我,一定要自驾一次331国道。”还有人说,“这就是小学书本里的大兴安岭?此生一定要去亲眼看看”。

这条视频也是都波自己的故事。1999年从哈尔滨大学毕业后,她回到家乡塔河。整个大兴安岭地区面积8.46万平方公里,其中塔河占地1.4万平方公里,相当于2个上海市,但全城只有4万多人,经济和文旅相对落后。“塔河没那么多资源禀赋,我就想让大家都知道,我们的日常生活是什么样的。”她和她的“草台班子”,一直靠策划和网友的灵感,拍摄森林、冰雪中的玩乐攻略、嬉戏和生活。

两年的时光,都波利用节假日积攒视频素材,保持视频的持续更新。截至目前,她的账号已经吸引了74.2万粉丝关注,获得1138.5万网友点赞。去年暑假,都波发现,塔河的景区门票收入、餐饮住宿等第三产业,包括特色产品销售,都有很明显的上涨,抖音接近9亿播放量积攒的人气拉动了县域经济。

越来越多的文旅干部通过视频说文旅,细探之下可发现,她们身上又都有着独特的个人“IP”。比如,贺娇龙是在直播间卖货,为家乡产业代言;都波则通过持续地运营和创意策划,输出旅游攻略等方式来树立家乡品牌形象;新疆拜城县文旅局副局长苏比努尔,介绍克孜尔红石林吸引了一大批粉丝……除了网友较为熟知的文旅干部之外,更多的县城文旅干部加入进来,将更多风光、民俗,通过短视频传递出来。

文旅干部亲自出镜为家乡文旅代言,在专业度和美誉度上是不可替代的。他们能将越来越多过去不为人知的宝藏景区,讲得更有感染力,通过短视频和直播呈现在几亿网友眼前。跟随他们的镜头,当地最值得领略的风光都在线上——一呈现,旅行的各种可能性也在地图上打开得更深更透。

### 兴农富民

中国妇女报全媒体记者 王永钦 姜楠 吴宇

## 内蒙古科右中旗：草药生金银 产业富村民

“你看,这是成熟后的桔梗,它的根部不仅能药用,还能做成咸菜;这是苏子叶,既能药用也可食用。”在内蒙古科右中旗巴彦呼舒镇的草高吐嘎查,种植户金泉对他的“宝贝”如数家珍。

近日,中国妇女报全媒体记者走进草高吐嘎查中草药种植基地,放眼望去,漫山遍野的桔梗、紫苏子叶已经到了成熟的季节,空气中弥漫着中草药的芳香。脱贫户金泉正在忙着查看自家地里桔梗的长势。他告诉记者,地里的桔梗需要3年长成,今年是第三年,10月就能采摘,预计30亩地能挣60万元左右。

“今年我一共种了230多亩药材,200亩紫苏子叶、30亩桔梗,苏子叶是当年的生,每亩产量能达到200斤,一斤能卖到八块钱。桔梗能达到亩产5000斤左右,每斤能卖到四块多。”说到这里,金泉脸上露出了自豪的表情。

据金泉介绍,现在他种植中草药比种植玉米每亩多挣七八千元左右,还能充分利用林下的荒地,“我准备明年再租60亩地,扩大药材种植规模。”金泉说。

记者了解到,近年来,科右中旗紧紧抓住国家大力发展中医药事业的重大机遇,充分发挥生态环境、地理区位、气候条件等方面优势,坚持政府政策引导、种植大户带动、产业惠民惠民,鼓励和引导农牧民发展中草药种植,不断增强自主发展产业能力,实现持续稳定增收。

草高吐嘎查种植户孟永泉种植的中药材野防风也即将迎来收获期,一株株防风错落有致地遍布田间。“我利用林下余地种了50亩野防风,今年10月就可以收获了,产量预估能达到200到300斤,去掉成本能挣30万元左右。”孟永泉说。

正是看到了种植中草药的巨大潜力,在巴仁哲里木镇查干登吉嘎查中草药种植园在如火如荼进行。

记者走进巴仁哲里木镇查干登吉嘎查,600亩苍术跃然眼前。种植户王大喜介绍,这批苍术是去年10月栽种的,虽然生长期为4年,收成较慢,但是具有很高的经济价值,在售卖前每年生产的苍术籽也可以进行售卖。值得一提的是,苍术适合在盐碱地生长,并具有固土防沙的作用,能真正实现经济效益和生态效益双丰收。

看着正在成长的苍术苗,王大喜充满信心地对记者说,3年后,如果经济效益理想的话他还会继续扩大种植面积,同时积极动员周围农牧民与他一起种植,带领大家共同致富的同时,也让嘎查周围的盐碱地焕发新的生机。

乡村振兴,产业发展是关键。科右中旗各苏木镇抓住机遇,发挥本地优势,利用林下余地,开展中草药种植产业。截至目前,科右中旗12个苏木镇共种植苍术、防风、药用南瓜子等中草药10154.6亩,切切实实走出了一条致富路。

各地文旅干部通过抖音推介家乡特色风光。

都波的“泼水成冰”视频获赞量18余万。



孙军范在录制手工花制作教程。



起村播学校,为5000人分享了电商农村互联网销售经验。如今,她在全网拥有300万粉丝。“我见证了滞销的山货变热销,见证了贫困的家庭变富裕,见证了害羞的山里姑娘成了镜头前侃侃而谈的主播,也见证了小山村成为游客钟情的世外桃源。”何瑜娟动情地说道。

在自媒体流量的红利下,2021年,何瑜娟又顺势将阿坝州9个村的老房进行了改造,开始带领乡亲们修建民宿,打造民宿和本村村民合作经营,集体经济也参与入股。四姑娘山民宿在网络上获得8.2亿播放量,拉动了整个村子以及四姑娘山的曝光量,吸引了大量游客到村子里观光打卡。“我们计划以民宿为支点,串联起整个家乡旅游线路,希望通过乡亲们的直播,让更多人来高原藏区走一走、看一看,了解这里,爱上这里。”今年,何瑜娟依旧干劲满满。

### 文旅干部为地方风光代言

新疆伊犁州文旅局副局长贺娇龙,因一段策马飞奔草原的视频数次刷屏;新疆阿克苏地区沙雅县文旅局局长热娜古丽·热合曼驾“铁骑”驰骋沙漠为非遗特产带货;黑龙江省塔河县文旅局局长都波为大兴安岭美景代言,在雪地里泼水成冰的视频连续几天登上抖音热榜……

近年来,越来越多的文旅干部借助短视频的风口,勇敢做起了“地方风光代言人”。独具特色的文旅干部相继在网络走红,既让乡村文旅搭上了短视频的“高速列车”,也成倍拓展了家乡文旅的特色传播与感染力。

这些文旅干部为什么能“走红”?背后的原因是多方面的,一方面他们大多擅长拍摄让人耳目一新的“变装”视频,有着较高的颜值、浓郁的民族特色和吸引人的才华魅力;另一方面,短视频在呈现景点风光、文旅特色、地方人文等方面也具有视觉冲击大、流量传播广、表达效果“以小

在博主李兵回的镜头中,古色古香的建筑、蔚蓝色的天空、淳朴的纳西人都是风景,让屏幕对面的用户心向往之。李兵回是邂逅丽江人文别院的老板,经营一家由纳西族传统民居改建而来的客栈。2019年起,她通过短视频和直播把丽江的美食美景分享给世界各地的用户,如今,她已经积累了150多万粉丝。去年5月,她在短视频平台上架团购服务,并组织员工集中直播,创下了单月累计直播时长284小时,单日最高销售额16万元的纪录。

同样借助数字技术为乡村生活带来变化的还有成都姑娘何瑜娟。2017年,何瑜娟回到丈夫的家乡阿坝州创业,在阿坝州小金县的镇上建

### 视频博主推广乡村民宿

“现在民宿80%的客人都是我们的粉丝。”孙军范告诉中国妇女报全媒体记者,客人们见到自己觉得非常亲切,自称是“从没有见过的常客”。

曾经,孙军范自嘲是个“什么也不懂的农村妇女”,亲眼见过重渡沟昔日贫穷落后的模样。早年间,在这个小山村农家院,她把自己住的三间土墙瓦顶房子腾出两间,改造成能住8人的简易农家乐。随着栾川县和重渡沟大力发展旅游业,孙军范的农家乐升级成了民宿。2020年初,她将上山挖葛根、做葛根粉时顺手拍的视频发到抖音上,全国各地的粉丝看到她在大山里制作纯天然葛根粉的过程,倍感新奇、有趣,自此雪花般的订单纷至沓来。

一条看似并不“专业”的短视频中,孙军范制作手工花、坐在休闲摇椅上看风景……而围观“土得掉渣”的河南民宿老板娘的乡村生活,也成了很多“城里人”的爱好。无数粉丝表示,她拍摄的视频充满了浓厚的生活气息,勾起了无数人对乡村、旅行的向往。

当初的无心之举,让孙军范拥有了近12万铁杆粉丝,她成为重渡沟当之无愧的“名人”,带动了周边民宿的销售。在栾川县人大代表换届选举中,孙军范顺利当选。这些年,她亲手拍摄的短视频就像一面镜子,让粉丝们看到了重渡沟有待挖掘的美,粉丝们与她的互动则化作更多的创作源泉。

在乡村文旅的舞台上,越来越多像孙军范这样的视频发布者,逐渐成为带货达人。呈现方式冲击力更强、更有画面感,让视频成为刺激游客消费的新的营销领域。很多游客开始习惯直接在短视频平台进行搜索,看攻略、看直播、线上购票,一系列环节在同一个平台能直接完成,这种闭环操作大大提升了用户在短视频平台进行消费的转化率。

### 巾帼新农人



银冶岭村研学课堂设计规划图。

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

汽车盘山而行,穿过苍郁的林海,急转直下绕过满是李子树的山谷坳地,只见一条山间柏油小路向外延伸,沿此再行十来分钟,一个北方山野里古朴秀气的村小悄然出现。

“姨,出工呢!今天啥活儿啊?公司说给上保险了吧?”一大早,胡雪从镇上赶到村里,查看新民宿的工程进度。作为北京市密云区银冶岭村第一书记,胡雪深知村里势如破竹的一栋栋新楼,不仅是银冶岭对标发展的第一产业,更是今后乡亲们“金饭碗”“致富楼”。

### 老房换新颜

2021年12月,胡雪从北京市重点站区管委会选派到北京市密云区东部渠镇银冶岭村驻村第一书记,当时的情形历历在目,“我带着大干一场的决心而来,但摸完‘家底’,现实情况的难确实超出了自己的预想。”原来银冶岭村是市级集体经济薄弱村,早在2013年就将几乎所有的土地(近2万亩)租给了一家企业,多年来一直没有深入开发,村经济多年停滞,缺少发展“本钱”。

不仅是土地问题,没水、没产业的“空心村”让当地人外失了信心,村“两委”班子步履维艰,年轻人外出打工,留守村民无力发展,更加剧了银冶岭与周边村子的发展差距。

怎么办?胡雪在大雪封山的日子,足不出村找对策、摸家底、想办法,没走过的山路踩着雨雪而过,没爬过的山岭顶着寒风勘测,没熟络的乡亲一次次热情家访……三个月下来,她完成了《银冶岭村农房集群项目可行性研究报告》,详细记载了村里老院落数量、步行路径、增设就业岗位、项目预算等细节,一步步谋划银冶岭未来五年发展。

“咱们村能挖掘的,目前只有几十个闲置的老

## 瞧!村里来了个“房管家”

### ——记北京市密云区银冶岭村第一书记胡雪

公司看中了银冶岭独特的环境条件,相继投资了青少年研学、自然森林体验等项目。如今,精品民宿、餐饮中心、学堂书院、山间青旅等新产业顺利落地,其中“隐野森林”研学项目被列为密云区2023年文旅产业重点项目。

### 靠谱的“房管家”

第一书记能干什么?在胡雪没来前,银冶岭的村民可能答不上来,胡雪来了后,他们的一致回答是“靠谱”。过去,大家对招商引资、老房改造心存疑虑:把我的房子弄糟怎么办?这项目能兑现就业吗?不会最后又烂尾吧?……为了打消村民对企业承包老房的疑虑,胡雪倡导和推行企业的事情企业定、村里的事情村里管、交叉的事情商量办,村书记管总,第一书记对接协调,村合作社靠前服务。在农房问题上,她更是主动挑梁担责,以村集体背书“过道手”再转租,公正担保解决“两头怕”的问题。

“当初是有顾虑的,既怕没人瞧得上我们村,更怕企业半途撂挑子,引发村内矛盾。村‘两委’要努力树立村集体靠谱、能干事的形象。”银冶岭党支部书记田中山说,带动村民致富,靠的是“人心齐”,只有村民真正得到了实惠,才能调动他们的积极性。

为此,胡雪当起了“房管家”。房主吵租金,邻居诉遮阳,村民有顾虑……统统找她解决;为了解决采光纠纷,她甚至用上了日光照射3D模拟视频,解疑劝和、督促改进……“办好事也难”伴随着整个发展过程。

胡雪回想当初一遍一遍和村民沟通,甚至把村民“留用两个杂物间”的意愿单独拿出来跟企业承租方沟通,最大限度保护村民利益。“开发本就是为了更好地生活,如果开发损害了村民的权益,发展就变味了。”胡雪说。

如今,随着一栋栋精美的民宿建起,十几个村民参加了培训,有了工作,收入较原来多了不止一倍。“胡书记,来上班啦?”走在村里,迎面而来的村民寒暄中透着的肯定与关心,让胡雪感到真正的脚踏实地。



胡雪(右)在做农房统计。受访者供图

旧院落。”胡雪“挖”出这唯一的“金疙瘩”后,想着法子激活赋能。上任一年多来,她相继联系了20多家文旅企业,表来意、畅前景、邀考察,和村书记拉着投资方看房、上山、入洞,不断共情沟通、耐心倾听,终于争取到了两家民宿企业的投资意向。

事实证明,探路探到了点子上,一家研学旅游