

邀请“外脑”解发展困局,村民“冲浪”助家乡出圈,浏阳市田溪村二次创业续写乡村振兴故事

## 用好山水资源,打造乡村旅游升级版

长沙晚报全媒体记者 祝林灿 黄汝兮

为了迎接游客高峰,这些天,浏阳市张坊镇田溪村的村民们,都往山里跑。“得抓紧把‘治愈山谷’的改造工程都抢出来,越快越好!”田溪村党总支书记、村委会主任李纪煌正和村民们沟通西溪磐石大峡谷景区升级改造的事情。

这个藏于大围山南麓的峡谷景区,是田溪村的村级集体经济项目。2015年起,在村干部们的带领下,村民们众筹创业,靠着乡村旅游带动其他产业发展,摘掉了省级贫困村帽子,探出一条致富路。

但2023年开始,景区客流出现明显下滑,景区收入也呈下降趋势。为应对市场变化,景区的升级改造,迫在眉睫。近日,记者走进田溪村,探访该村众筹创西溪磐石大峡谷景区并走向2.0升级版的破局之路。



游客们在西溪峡谷玩水嬉戏。长沙晚报全媒体记者 郭雨滴 摄

## 众筹建景区

艰难创业带动村民创收超8000万元

2014年的田溪村还是省级贫困村。村子地处大围山深处又农业基础薄弱。要脱贫,要发展,田溪村得走哪条路?

“村里有2000多亩原始红豆杉林,第四纪冰川石球石貌地质遗址,还有客家民俗传承资源。我们在脱贫攻坚的过程中意识到,这正是发展的金钥匙。”李纪煌回忆说。

要搞乡村旅游,首要问题是资金问题。外面的投资方没人愿意往这穷山沟里砸钱。于是,村上商量决定,采取众筹模式,先以1000元1股发起众筹,拥有2股即可成为股东,每户最高入股30万元。当即,60多户村民决定入股,“湖南西溪旅游发展有限公司”应运而生,景区也风风火火地建起来了。建设过程中还有许多村民先后入股,最终,有300多户村民成了景区股东。

经过近四年的艰难创业,磐石大峡谷景区累计接待游客80多万人次,带动村民创收超8000万元,新增就业岗位600余个,田溪村不仅成功甩掉了贫困村的帽子,还先后摘得湖南省乡村旅游重点村、湖南省文化和旅游扶贫示范村、全国乡村旅游重点村等多项荣誉。

数据显示,近十年,全国乡村旅游年接待人次年均增速超过20%。市场越来越大的同时,竞争主体不断增多,性质也更加多元。从旅游业的发展趋势看,游客对旅游品质的要求越来越高,需求和期待也逐渐转变为沉浸式、体验式旅游。

村民们众筹创建的景区,管理团队本来就是当地村民。“不少村民是将运营管理景区、经营民宿和饭店作为‘副业’。”李纪煌说,加上省内各大同类景区增多,玻璃桥、玻璃漂、峡谷漂流等游乐项目层出不穷,同质化竞争激烈的困局逐步显现。

“2023年,景区游客数量及营收情况同比上年度甚至下降幅度高达50%。”湖南西溪旅游发展有限公司负责人和管理团队开始着急地寻求破局之路。

“城里来个做文旅项目的专业团队,不仅在村里运营了一个营地,还在其他地方管理了多家民宿,品质高,口碑好,生意还很不错。”公司负责人决定找到这个赴山河文旅公司谈如何推

## 谋发展新路

引进“外脑”破解同质化困局

动景区转型升级。

两个团队组成工作小组,开展了近半年的调研、学习和头脑风暴,大家发现,西溪景区与其他同类景区最大的差异在于,景区山势较缓,还保留了溪流的河道肌理。步行道旁,小溪亲切可人,游人随时可以下去捞鱼、抓蟹、游泳,在这里溯溪、游玩,都将是舒适惬意又快乐的体验。

“景区独特的山水资源,不论对老人还是孩子都很友好。现在城市生活的压力太大,我们决定将山谷打造为‘治愈山谷’,让城市中的小朋友、大朋友(成人)、大大朋友(老年人)都能在景区释放压力、调节心情。”湖南西溪旅游发展有限公司负责人如是说。

通过梳理包装已有游玩项目,并新增多个治愈主题体验项目,景区一共设置了19个治愈站点,并针对不同年龄段游客分别定制了不同的游玩地图,让各个群体都能在山谷里获得“自然治愈”的体验。

## 拧成一股绳

村民股东们“二次创业”激情满满

为了抓紧改造“治愈山谷”,抢抓暑期旅游旺季,景区的村民股东和其他村民也都“动了起来”。他们争先恐后地参与到“西溪景区抖音职人计划”中,纷纷在抖音上推送景区的宣传视频。这个由“基本不会玩新媒体”的村民组成的抖音职人团队,已累计为景区创造超100万次的新增曝光,推动景区的抖音POI热度跃居浏阳第一,并稳居长沙前20强。同时,村民们也通过“带货销售”的操作,赢得了销售红利。

景区、营地和村民们开办的民宿、饭店以及水果种植基地等不同业态也进一步加强联动,共同参与多日游览套餐产品。这样,村民们在共享销售收入的同时,也为游客提供了整体旅游出行的解决方案。

2018年至2023年,田溪村用第一个五年实现了景区从无到有的首次创业。2024年,村民们拧成一股绳,在困局中寻求突围,以“二次创业”的激情再次出发。站在新的起点上,以乡村旅游带动乡村振兴的故事还在续写,田溪村一直在路上……

■“乡村行·看振兴”系列报道②



扫码看视频

长沙公证减证便民提速

无亲属关系证明也可办继承公证

长沙晚报8月4日讯(全媒体记者 李广军)“没有亲属关系证明材料,也可以办理继承公证。”近日,长沙市麓山公证处公证员的一句话,让办理遗产继承公证的当事人吃了一颗定心丸。

记者4日从长沙市司法局获悉,为扎实推进为民办实事,提升公证服务质效,市公证机构深入开展“公证减证便民提速”活动,对于涉及人身关系的公证事项所需的亲属关系证明材料,无需再像从前一样到社区或派出所开具,只需签署《向公证机构提供亲

属情况、线索真实性承诺书》,由公证员上门调查核实后即可办理公证,免去了群众来回跑的麻烦。

严格落实“清单之外无证明”,在办证大厅公示摆放《公证事项证明材料清单》,张贴“高效办成一件事”公证事项(事务)清单,综合运用其他书证、物证、人证及政务信息共享核实工作机制,在咨询和办证过程中无需当事人提供社区(村)出具的证明,由当事人提供线索,公证员实地核实调查,切实减轻群众举证负担,减轻社区(村)工作压力。

2023年度湖南省院士专家工作站考核结果公布  
长沙7家“优秀”

长沙晚报8月4日讯(全媒体记者 徐运源)湖南省科技厅、省科协近日公布了2023年度湖南省院士专家工作站考核结果。经过从院士在站工作情况、建站成效、重大技术突破成果等五个方面进行综合评价,15家工作站考核结果优秀、35家工作站考核结果合格、2家工作站与进站院士合作到期予以撤站。

记者发现,在15家优秀工作站中,位于长沙市的有7家,分别是中铁建工集团股份有限公司(进站院士:杨华勇,下同)、中国建筑第五工程局有限公司(陈政清)、袁隆平农业高科技股份有限公司(万建民)、澳优乳业(中国)有限公司(陈卫)、威胜信息技术股份有限公司(潘垣)、金龙电缆科技有限公司(黄崇祺)、湖南省地质调查所(裴荣富)。

上接1版

长沙城星旅游发展有限责任公司总经理常胜说,民宿集群中每座公馆、每间民宿都会精心设计,既蕴含长沙传统韵味,又融合现代设计,让游客在此有一个沉浸式文化旅游

居体验。同时,整个街区将精心策划文化活动、艺术展览等活动,为游客打开一扇深入探索长沙的窗口,感受长沙的历史文化厚度和地道的“长沙味”。

项目一期主体建设已完成80%

目前西文庙坪·唐家湾片区项目一期主体建设已完成80%,室内装饰和内容运营工作正紧锣密鼓地进行中,预计今年9月将正式开园。随着项目的逐步推进,西文庙坪·唐家湾片区的招商工作也在火热进行中。

天心区是长沙新消费的策源地和孵化器,集聚了大量优质

新消费企业。西文庙坪·唐家湾片区,将以天心区的资源禀赋和产业基础为支撑,借助新消费产业研究院服务平台,设立青年创业孵化空间——孝友里文创社区,以开放和包容姿态,搭建起一个多元文化共生的互动平台,促进小店经济蓬勃发展,为长沙建设青年发展友好型城市贡献力量。

## 经济

责编/易勇 美编/何朝霞 校对/谈梁

## 大瓶大杯大桶,饮料Plus成新宠

今夏各饮料品牌纷纷推出大容量饮品,因性价比与便携性广受消费者欢迎

长沙晚报全媒体记者 孙占锋 实习生 王如芸

“扛着”1升装脉动饮料去运动,拎着2升装大瓶凉茶去上班,买份1升的大桶奶茶喝个够……入夏以来,高温天气持续不断,作为解暑必备品的各类饮料市场需求激增。连日来,记者在长沙多家商超调查发现,今夏市场上,一批“1升装”甚至“2升装”饮品Plus异军突起,不仅满足了消费者的补水需求,更以其高性价比和便携性赢得了市场。



大容量饮料因性价比高,成为很多年轻消费者的选择。

现象 大瓶装饮料比普通装卖得俏

扫码后报出价格。记者在沃尔玛、盒马、新佳宜等多家商超发现,大容量包装的饮料不仅有传统的矿泉水、果汁与碳酸饮料,还延伸到了功能饮料、茶饮、乳酸菌饮品等多个细分品类,以满足不同消费者在不同场景下的需求。

“我很喜欢喝奶茶,这个1升的奶茶让我真的非常满足。”刚从古茗奶茶店出来的“00后”市民吴女士话语中充满了惬意,她手里拎着一杯沉甸甸的1升装奶茶。据了解,茶百道、书亦烧仙

草等奶茶品牌,也推出了1升的超级杯、超大桶等系列。

“我可以在网上买成箱的大瓶装饮料,网上选择更多一些。”市民于先生表示,线上购物软件的便捷性,使得消费者能够轻松比较不同品牌、不同规格的产品,从而做出更加符合自身需求的饮品选择。

记者调查发现,在多家线上购物平台,消费者也格外中意大瓶装。某网店的销售数据显示,1升装脉动“热销10万+”,而1升装康师傅冰红茶则“热销60万+”。

分析 产品性价比高所以更受欢迎

饮料行业趋势与展望》显示,600~1249毫升规格的大瓶即饮饮料成为行业增长的新亮点。这一规格段在所有规格中的销售额占比,从2019年的6.4%增长至2023年的11.3%。

“相较于小瓶装,大瓶装饮料在单价上更具优势,满足了消费者‘量大价优’的心理预期,因此备受青睐。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,对于饮料制造商来说,大瓶装饮料的生产在

“我一般都买这个2升的,量很多,上班前买一瓶,可以喝很久。”8月3日,在芙蓉区一家新佳宜超市附近上班的市民张女士指着货架上大瓶装的元气森林对记者说。

没错,商超卖场曾经以标准350毫升至500毫升装为主的饮料货架上,如今挤满了大容量包装的饮料,1升装、1.5升装甚至2升装的饮料琳琅满目,吸人眼球。

“两瓶脉动,13块钱。”8月4日,在开福区沃尔玛饮料区域,市民秦女士从冰柜里拿出两瓶1升的脉动,收银员

“家里人聚会我就会买大瓶啊,量大划算。”在开福区一家盒马鲜生里,市民王女士购物车上放进两大瓶1.5升装的可乐和雪碧,而且在她看来大包装的饮料看上去也更有“面子”。

“旁边是体育馆,人们去运动前都会来买水或者饮料,大瓶的更受欢迎,可能是觉得运动起来消耗大,一次性买足,既方便又便宜吧。”天心区一零售超市售货员如是说。

行业研究机构发布的《2024中国

## 经济观察



1升、1.5升甚至更大容量的饮料开始占据各商超的饮品货架。均为长沙晚报全媒体记者 孙占锋 摄

## 公告

2012年3月31日开福区人民政府发布了《关于长沙市黄兴北路棚户区改造项目(开福寺路至潘家坪路段及S3地块)房屋征收决定公告》,经查明:1.长沙市联运总公司坐落于幸福桥205号第2-04栋的房屋位于征收范围内,其房屋已按协议约定完成补偿并已拆除,因不慎遗失00290580号产权证,声明该产权证作废。2.长沙联运物流有限公司坐落于开福区幸福桥205号上的房屋位于征收范围内,其房屋已按协议约定完成补偿并已拆除,因不慎遗失长国用(2007)第008232号国土证,声明该产权证作废。

长沙市开福区城市房屋征收和补偿管理办公室  
2024年8月5日