

# 乡村振兴景点软实力提升策略研究

李志

在乡村振兴战略的推进过程中,乡村景点的建设与振兴不仅是经济层面的突破,更是文化传承与创新的重要载体。软实力的核心在于文化,它是一种无形的力量,能够深刻影响乡村景点的吸引力和可持续发展能力。文化是乡村的灵魂,是乡村区别于城市的重要标志。在乡村振兴建设中,深入挖掘地方历史文化,提升景点的影响力,是实现乡村全面振兴的关键所在。通过文化的力量,可以将乡村的自然景观、人文故事、民俗风情等元素有机融合,形成独特的文化魅力,吸引游客,带动乡村经济发展,同时也能增强乡村居民的文化自信和归属感。因此,提升乡村景点的软实力,不仅是经济发展的需要,更是文化传承与乡村振兴的必然要求。

**一、挖掘地方自然景点编写人文故事**  
乡村的文化底蕴是其软实力的重要基础。每一个乡村都有其独特的自然景观,这些资源是乡村景区区别于其他地方的核心竞争力。挖掘地方传统自然景点,就要全面的调查和整理及组织专业团队深入乡村,对当地的自然景观、历史遗迹、民俗风情等进行全面梳理,建立详细的资料库。一些乡村可能拥有古老的村落、古树名木、传统建筑等自然和人文景观等,这些都可以成为乡村景点的重要组成部分。

一是对自然景观,我们需要通过科学的规划和设计,转化为具有吸引力的旅游产品。在打造自然景观时,要注重保护生态环境,遵循可持续发展的原则。避免过度开发和破坏,保持自然景观的原生态和独特性。可以通过合理的规划和设计,增加景点的趣味性和互动性。高州曹江在打造高凉墟时,在鉴江岸边设置观景台、碧道、休闲区等设施,让游客能够更好地欣赏自然美景。

二是要注重对人文故事的挖掘、整理和编写。这些故事可能包括历史事件、名人轶事、民间传说等,它们是乡村文化的生动体现。通过整理和编写这些故事,可以为乡村景点赋予深厚的文化内涵。建设特色高凉墟中,高州曹江挖掘洗夫人好心文化,这种对故事的深度挖掘,不仅能够吸引游客,还能增强乡村居民的文化认同感和自豪感。

**二、做好宣传工作进行引流**  
在信息爆炸的时代,有效的宣传是提升乡村景点影响力的关键。通过多种渠道进行

宣传推广,可以扩大乡村景点的知名度和美誉度。要充分利用新媒体平台发布精美的图片、视频和文字内容,吸引游客的关注。亦可以与旅游博主、网红等合作,通过他们的影响力进行推广。除了新媒体宣传,传统的宣传方式也不可忽视。例如,制作精美的宣传册、海报、广告牌等,在城市中心、交通枢纽、旅游景区等人流量大的地方进行投放。此外,还可以通过举办旅游推介会、参加旅游展会等方式,向更多的人介绍乡村景点的独特魅力。“以人传人”是宣传的重要方式之一。游客的口碑传播是乡村景点最好的宣传。

**三、制订景点各种管理条例,确保景点良性发展**

乡村景点的可持续发展离不开科学的管理和规范的运营。制订完善的管理条例,是保障景点良性发展的关键。例如电白区黄岭镇在建设云台南清村时,成立了云台南清农业发展有限公司,负责景区的日常管理、规划、开发等工作,细化环境保护、游客安全、服务质量等方面的管理规定,确保景区良性发展。

乡村文化的保护是提升乡村景点软实力的基础。建立健全乡村文化保护机制,是确保乡村文化传承和发展的关键。通过制定保护规划,明确保护范围和措施,确保乡村文化遗产的安全。例如,信宜镇隆镇对窦州古城古建筑、文物古迹等进行保护和修缮,防止其因自然和人为因素而遭到破坏,为乡村文化资源的可持续作保障。

**四、加强乡村文化人才队伍建设**

人才是乡村景点软实力提升的重要保障。乡村文化人才的匮乏,往往制约了乡村景点的发展。因此,要加强乡村文化人才队伍建设,吸引更多的专业人才投身乡村文化事业。一是通过开展培训活动,提高乡村文化工作者的专业技能和综合素质。例如,组织乡村文化人才参加文化管理、旅游服务、文物保护等方面的培训课程,提升他们的业务水平;二是鼓励大学生、志愿者等群体到乡村从事文化工作。通过提供实习机会、就业岗位等方式,吸引他们到乡村发挥自己的专业优势。此外,还可以发挥乡村能人、民间艺人、乡贤等群体的作用,让他们成为乡村文化传承和发展的中坚力量。

**五、推动乡村文化与现代科技的融合**  
在数字化时代,现代科技为乡村景点的

软实力提升提供了新的机遇。通过推动乡村文化与现代科技的融合,可以更好地保护和传承乡村文化,同时也能提升乡村景点的吸引力。例如,利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,开发沉浸式文化旅游体验项目。游客可以通过这些技术,身临其境地感受乡村的历史文化和自然景观。此外,还可以通过建立乡村文化数据库,对乡村的文化资源进行全面记录和数字化保存。利用新媒体平台,扩大乡村文化的传播范围。例如,通过在线展览、文化讲座等形式,让更多的人了解乡村文化。这种科技与文化的结合,不仅能够提升乡村景点的软实力,还能为乡村文化的传承和发展注入新的活力。

**六、打造乡村文化品牌**

品牌是乡村景点软实力的重要体现。通过打造具有地方特色的乡村文化品牌,可以提升乡村景点的知名度和美誉度。要深入挖掘乡村文化的核心价值 and 独特魅力,提炼具有代表性的文化符号和元素。例如,一些乡村可以以传统手工艺、民俗文化、红色文化等为主题,打造具有特色的文化品牌。在品牌建设过程中,要注重品牌的塑造和推广。通过举办文化节、民俗活动等形式,增强品牌的影响力和吸引力。

**七、促进乡村文化与产业融合发展**

乡村景点的软实力提升不仅需要文化的支持,还需要产业的支撑。通过促进乡村文化与产业的融合发展,可以实现文化与经济的双赢。例如,将乡村文化与乡村旅游、文化创意、农产品加工等产业相结合,开发具有文化内涵的产品和服务。通过这种方式,不仅可以提升乡村景点的吸引力,还能带动乡村经济的发展。在产业融合中,要注重创新和可持续发展。鼓励乡村居民和企业开发具有创意和市场竞争力的文化产品和服务。例如,曹江镇打造高凉彩玉馆,开发高州特色石头资源,进行文化包装,满足不同游客的多样化需求。

**八、加强乡村文化教育传承**

乡村文化的传承和发展需要全社会的共同努力。通过加强乡村文化教育,可以提高乡村居民的文化素养和文化自信。通过开展传统文化课程、举办文化讲座等形式,让村民了解和热爱本土文化。更要鼓励乡村居民参与文化传承活动。例如,组织乡村居民学习

传统手工艺、民俗表演等,让他们成为乡村文化的传承者和传播者。此外,还可以通过城市高校、文化机构合作,开展文化交流活动。通过这种方式,让更多的人了解乡村文化,为乡村文化的发展提供更多的支持。

**九、推动乡村文化与现代生活方式的融合**

在现代社会,人们的生活方式和消费观念发生了巨大变化。乡村景点要提升软实力,就必须推动乡村文化与现代生活方式的融合,满足游客的多样化需求。在景点的建设和运营中,充分考虑游客的现代生活方式和需求,提供舒适、便捷的旅游体验。例如,建设现代化的旅游设施,如停车场、餐饮住宿设施、公共卫生间等,提升游客的满意度。同时,开发具有现代生活气息的乡村文化产品和服务,如乡村主题的咖啡馆、创意集市、户外运动项目等,让游客在享受乡村文化的同时,也能体验到现代生活的便利和舒适。

**十、加强区域合作与协同发展**

乡村景点的软实力提升不能孤立地进行,需要加强区域合作与协同发展。通过与周边乡村、城市或其他旅游目的地的合作,实现资源共享、优势互补,共同打造具有区域特色的旅游品牌。例如,一个乡村以传统手工艺为主题,另一个乡村以自然景观为特色,通过联合打造旅游线路,吸引游客进行深度体验。这种在区域旅游市场中,乡村景点与周边的自然景区、历史文化名城等合作,共同打造旅游联盟,实现客源共享、线路互通。达到提升乡村景点在区域旅游市场中的竞争力和影响力。

**十一、打造乡村文化生态保护区**

乡村文化生态保护区是指在一定区域内,对乡村文化及其生态环境进行整体性保护的区域。打造乡村文化生态保护区,是提升乡村景点软实力的重要举措之一。通过划定保护区,对乡村文化及其生态环境进行系统保护,可以有效避免乡村文化的碎片化和孤立化,实现乡村文化的可持续发展。在打造乡村文化生态保护区时,要注重整体规划和系统保护。不仅要保护乡村的文化遗产、传统村落、民俗文化等,还要保护乡村的自然生态环境,实现文化与自然的和谐共生。例如,通过制定保护规划,明确保护范围和保护措施,加强对乡村文化生态的监测

和管理。注重文化生态保护区的活态传承。在保护的基础上,鼓励乡村居民继续传承和弘扬传统文化,通过开展文化活动、民俗表演等形式,让乡村文化在现代生活中焕发出新的活力。

**十二、建立乡村文化软实力评估体系**

为了科学地衡量乡村景点软实力的提升效果,建立一套完善的乡村文化软实力评估体系至关重要。通过评估体系,可以对乡村景点的文化建设、旅游发展、居民参与等方面进行客观、科学的评价,及时发现存在问题,调整策略,推动乡村景点软实力的持续提升。评估体系应包括多个维度,如文化资源保护与利用、文化活动开展、游客满意度、居民参与度、经济发展水平等。通过设定具体的指标和权重,对乡村景点的软实力进行量化评估,定期发布评估报告,向社会展示乡村景点软实力的提升成果,吸引更多关注和支持。同时,根据评估结果,及时调整乡村景点的发展策略和政策措施,确保乡村景点软实力的提升能够真正落到实处。

乡村振兴战略的实施为乡村景点的发展带来了前所未有的机遇。乡村景点的软实力提升不仅是乡村经济发展的需要,更是乡村文化传承与创新的重要体现。通过深入挖掘地方传统自然景点及人文故事,科学打造自然景点及编写人文故事,做好宣传工作进行引流,制订景点各种管理条例,以及加强乡村文化人才队伍建设、推动乡村文化与现代科技的融合、打造乡村文化品牌、促进乡村文化与产业融合发展、加强乡村文化教育传承、建立健全乡村文化保护机制等一系列措施,可以全面提升乡村景点的软实力。

乡村景点的软实力提升是一个长期而系统的工程。它需要我们在实践中不断探索和创新,以文化为引领,以经济为支撑,以生态为保障,实现乡村文化的创造性转化和创新性发展。只有这样,乡村景点才能在新时代焕发出新的活力,成为乡村振兴的重要引擎,为实现乡村全面振兴贡献强大的文化力量。乡村景点的软实力提升,不仅是乡村发展的需要,更是文化自信的体现。我们有理由相信,在全社会的共同努力下,乡村景点将迎来更加美好的明天,成为人们向往的诗意栖居之地。

(作者单位:茂名开放大学)

## 拓宽我市农村居民增收渠道的思考

王如晓

农村居民增收是乡村振兴的核心目标,也是茂名市民生改善的关键抓手。当前茂名农业总产值已突破1200亿元,“五棵树一条鱼”全产业链带动60多万人增收,但城乡收入差距仍客观存在,农村居民增收渠道有待进一步拓宽。结合茂名农业基础优势、县域发展实际和政策导向,笔者认为可以从以下几方面考虑,助力农村居民持续稳定增收。

首先,要深化农业产业提质,夯实增收核心基础。茂名作为农业大市,依托特色产业拓宽增收空间是根本路径。要聚焦“五棵树一条鱼一菓茶”资源优势,从品种优化、品牌打造、精深加工三个维度发力,让农业从“卖原料”向“卖产品”“卖价值”升级。

在品种与品质提升上,持续推进高标准农田建设,扩大垦造水田成果,完善灌区水利设施,解决农业生产“靠天吃饭”问题。借鉴柏桥村“零农残”种植技术研发经验,推广绿色防控、生物科技种植等先进技术,提升农产品品质溢价。针对荔枝、龙眼等特色水果,依托国家荔枝气象服务中心,优化产期调控技术,延长上市周期,避免集中上市导致的价格波动。

在品牌建设上,放大“信”字号农产品品牌效应,推动更多特色产品进入中高端市场。借鉴高州、电白的荔枝营销模式,构建“政府引导+主体参与+全民推广”的品牌矩阵,鼓励镇村干部打造特色IP,带动农户开通新媒体账号,通过“全民推广”扩大品牌影响力。建立农产品标准化体系,对化橘红、沉香等药食同源产品进行品质分级,实现“优质优价”,让农户分享品牌增值收益。

在精深加工上,突破农产品初级加工局限,延伸产业链条。支持建设荔枝酒、龙眼干、化橘红饮片等加工项目,开发荔枝雪糕、沉香文创等多元化产品,提升农产品附加值。鼓励新型农业经营主体参与加工环节,通过“合作社+农户”模式,让农户不仅获得种植收入,还能分享加工利润分成,推动单一增收向多元增收转变。

其次,要激活土地资源价值,释放资产增收潜力。土地是农村最核心的生产资料,盘活土地资源是拓宽增收渠道的重要突破口。要持续深化农村土地制度改革,让农户从土地流转、集约经营中获得稳定收益。

规范推进土地流转,落实财政奖补政策,鼓励农户通过农村产权流转交易平台有序流转土地。推广高州市“三变”改革经验,引导农户以土地入股组建合作社或参与项目投资,形成“土地租金+入股分红”的增收模式。如高州市石鼓合丫圩村将1300亩土地流转给生态旅游公司,村集体每年获固定租金52万元,村民通过入股游乐项目,就地务工等方式,年预估增收约900万元,实现土地资源向经济收益的转化。高州市镇江镇的土地流转后集约化

经营,经验值得推广。

推进耕地集中连片整治,解决“插花地”问题,打造规模化、标准化农业生产区。支持村集体通过“社村合一”模式整合土地资源,实行“四统一”管理(统一整合、统一产业、统一管理、统一销售),提高土地利用效率。如石鼓镇深涌村流转集约1200多亩田地山岭,打造生态农业品牌和文化生态园,让土地产出效益最大化。

盘活农村闲置资源,将闲置农房、废弃校舍等改造为民宿、乡村车间或仓储设施,通过租赁经营增加财产性收入。结合全域土地综合整治,利用城乡建设用地增减挂钩政策,推动村庄规模腾挪和闲置用地盘活,为乡村产业发展提供空间,同时让农户分享土地增值收益。

第三,要发展乡村多元业态,开辟增收新增长点。依托农业基础和生态优势,发展乡村旅游、农村电商、庭院经济等多元业态,让农村居民在“一二三产业融合”中获得更多收入。

做强文旅融合产业,整合荔枝博览馆、古荔枝园、非遗文化等资源,打造“农业+文创+旅游”模式。优化“甜美果海”“中国李乡·山水双合”等示范带建设,开发采摘体验、研学旅游、乡村康养等线路,配套完善民宿、餐饮等设施。借鉴柏桥村经验,通过举办乡村音乐会、非遗市集等活动,激活“夜经济”“假日经济”,让农户通过经营民宿、销售特产、提供服务等方式增收。去年国庆中秋长假期间茂名乡村旅游接待游客增长20.98%,印证了农文旅融合的增收潜力。

壮大农村电商产业,搭建县镇村三级物流配送体系,解决农产品“出山难”问题。开展电商技能培训,培育农村主播、电商带头人,借助抖音、小红书等平台推广特色农产品。推广“小红书村”模式,通过“30天陪跑计划”为农户提供账号运营、直播带货培训,让每个农户都能成为品牌“代言人”。依托顺丰、京东等物流企业,实现农产品“24小时通达”一线城市,拓宽销售半径,提高销售价格。

培育乡村微经济业态,落实“微工厂”建设政策,发展乡村车间、手工作坊、家庭工坊等,吸纳农村劳动力就近就业。鼓励发展庭院经济,引导农户利用房前屋后闲置空间种植特色作物、养殖畜禽或开展手工制作,实现“一户一业、一业一增收”。支持短租经济、赛事经济等新业态发展,让农村居民在产业链延伸环节获得劳务收入和经营性收入。

还有,要强化就业创业扶持,拓宽劳务增收渠道。就业是增收的重要保障,要通过技能培训、岗位开发、创业支持等举措,提升农村劳动力就业创业能力,增加工资性收入。

开展针对性技能培训,结合茂名产业需求和乡村振兴方向,开设家政服务、电焊工、农业技术、电商运营等培训课程,提高农村劳动力就业竞争力。重点面向农村青壮年、留守妇女

等群体,推行“培训+就业”一体化服务,实现“学得会、用得上、能增收”。对新型农业经营主体给予培训补贴,鼓励其开展岗位技能提升培训,提升从业人员专业水平。

开发多元化就业岗位,在农业产业园、乡村旅游项目、乡村车间等设置公益性岗位和见习岗位,吸纳农村劳动力就近就业。深化与建筑业央企、商协会的合作,推动帮扶项目落地,创造更多就业机会。2025年度城镇新增就业5万多人,要持续扩大农村就业岗位供给,让农村居民实现“家门口就业”,兼顾收入与家庭。

支持农村创业创新,落实税收优惠、资金扶持等政策,为返乡青年、大学生村官等创业主体提供创业担保贷款、场地支持等服务。鼓励创业主体聚焦乡村特色产业,创办农产品加工、农村电商、乡村旅游等项目,通过创业带动就业。如支持成立“强村公司”,推进“社村”合作,完善联农带农机制,让农户在创业项目中获得工资收入和利润分红。

第四,完善利益联结机制,保障增收可持续性。拓宽农村居民增收渠道,关键在于建立稳定的利益联结机制,让农户深度融入产业链条,共享发展成果。

健全联农带农机制,推广“企业+合作社+农户”“党支部+村集体+农户”等模式,明确各方利益分配比例,保障农户获得稳定收益。鼓励新型农业经营主体通过订单收购、保底分红、股份合作等方式,与农户建立紧密的利益共同体。对带动农户增收效果显著的经营主体给予财政奖补,激发其带动积极性。如茂名31家家庭农场获得省级扶持资金155万元,通过提升运营能力进一步扩大带动效应。

强化农村社会保障兜底,提高养老金、医保补助标准,完善低保、特困、残疾人等补贴政策,筑牢农村居民收入“安全网”。推进医保报销“村村通”,新建更多“长者饭堂”,降低农村居民生活成本,间接增加可支配收入。2025年茂名城乡居民人均可支配收入增速高于经济增速,要持续保持这一态势,让农村居民共享发展红利。

推进城乡要素双向流动,吸引城市资本、技术、人才等资源向农村集聚,为农村增收注入外部动力。完善农村金融服务,推广普惠金融产品和服务,解决农业生产 and 创业融资难题。加强农村基础设施建设,新建农村公路,提升农村生活污水治理率,改善农村发展环境,为增收生活拓宽创造条件。

综上,拓宽茂名农村居民增收渠道,需立足农业基础优势,激活内部潜力与借助外部动力相结合,通过产业提质、资源盘活、业态创新、就业扶持、机制保障多管齐下,让农村居民在产业发展中分享更多收益,在城乡融合中获得更多机会,持续缩小城乡收入差距,为乡村全面振兴奠定坚实基础。

## 以党建品牌为“红引擎”促进物业服务高质量发展

赵钟鸣

近期,笔者有幸参加了国资委组织为期4天的省国资系统2025年基层党务干部培训班,如同一场“思想盛宴”,让我受益匪浅。培训课题围绕意识形态工作、突发事件与舆情应对、国企党建品牌分享等内容展开,通过授课老师深入浅出的讲解和生动案例的分享,我进一步深化了对党的创新理论的理解,也从实践中汲取了党建引领的智慧,尤其让我坚定了一个认识:滨海物业要实现高质量发展,必须以党建品牌为“红引擎”,深耕党支部“用心·用情·用力”的党建品牌特色,切实把党建优势转化为服务优势、治理优势、发展优势。现将培训心得小结如下:

**领悟党建品牌建设的战略意义**

培训使我深刻认识到,党建品牌建设绝非应景之作,而是提升物业服务品质、创新基层治理、巩固党的执政基础的重要抓手。党建品牌是党建工作与业务实践深度融合的体现,是把党组织政治优势、资源优势转化为公司发展和服务效能的关键载体。一个成功的党建品牌,能够凝聚人心、彰显特色、提升形象,成为推动公司持续健康发展的“红色引擎”。这让我真正领悟到“围绕服务抓党建,抓好党建促服务”的深刻内涵。

**深化“三用”党建品牌的服务路径**

培训中,广东省首个“交农文旅商”融合示范服务区等成功案例,让我对党建品牌在“新场景”中的拓展空间有了新的认识。例如,柏桥服务区通过“党建联建”整合资源,推动“交农文旅商”多元融合,成为粤西新晋晋文旅“顶流”。这启示我们,滨海物业的党建品牌也应主动融入集团发展大局,拓展“服务边界”,从“办公服务”向“业务区域服务”延伸。特别是伴随集团多元化发展,滨海物业需向集团重点业务延伸的“下游式”周边服务裂变,才能精准化、靶向性深入地党建相融合。

为此,滨海物业公司党支部将加强“用心·用情·用力”打造党建品牌特色,构建并落实“1+3+5+N”服务体系:“1”即坚持以党支部为坚强领导核心,把稳方向、统筹大局、狠抓落实;“3”指建立健全三大关键机制:组织联建机制、服务联动机制、资源联享机制;“5”是精心构建五大“党建+业务”融合模式:“党建+发展、安全、服务、创新、人文”;“N”指深化服务的同时,根据受众需求建立N条措施设施,如智慧化平台和服务等。通过将党的组织力深度嵌入物业服务链条,实现党建工作与生产经营的深度融合、同频共振。

**反思差距与明确改进方向**

对照培训所得和先进经验,我反思了

自身在推进党建与业务融合方面存在的不足。例如党组织活动形式有时较为单一,与业主的实际需求对接不够紧密;党员先锋模范作用在急难险重任务中虽有体现,但在常态化引领和示范效应还可进一步加强;在挖掘和宣传典型事迹、塑造品牌形象方面,力度和深度尚有提升空间。通过此次学习,我明确了改进方向:必须进一步筑牢品牌意识,将党建要求内嵌到物业服务的各个环节;必须创新活动载体,设计更多贴近租户服务、解决实际问题、“红色服务”项目;必须加强党员队伍建设,激发党员在提升服务品质、参与办公“社区”共治中的带头作用。

**坚定信心与展望未来**

此次培训既是充电也是动员,让我更加坚定了以高质量党建引领滨海物业服务水平提升的信心和决心。回到工作岗位后,我将积极消化吸收培训成果,并与职工分享交流,共同谋划好下一步的工作:

一是强化党员先锋模范作用,筑牢一线战斗堡垒。组织党员和骨干员工深入学习领会党的创新理论,提高政治站位,增强打造党建品牌的责任感和主动性。系统设立党员责任区、示范岗,引导党员在服务一线亮身份、当先锋、作表率,使党组织真正成为服务群众的坚强核心。

二是深化“1+3+5+N”服务体系,擦亮“三用”特色党建品牌。以港务中心为试点,全面推进智慧物业建设,重点打造智能水电系统、人脸识别系统、智慧饭堂管理系统以及智能清洁机器人等四大智能系统,以数字化手段推动服务质量与管理效率双提升。同步推进生活区食堂改造、休闲公园建设、宿舍网络全覆盖及滨海体育馆服务升级等民生项目,切实将“我为群众办实事”实践活动落到实处,不断提升职工生活品质和幸福感。

三是推动深度融合,提升服务效能。将党建服务品牌创建与标准化服务、精细化管理、智慧化建设相结合,继续拓展“服务边界”,探索“下游式”服务的可能性,完善“党建+业务”融合发展机制,努力打造具有较高辨识度和广泛影响力的基层党建品牌。

此次培训使我方向更明、思路更清、干劲更足。我将以此次学习为新的起点,切实把学习成果转化为工作实效,发挥好“头雁”作用,带领党支部全体党员深耕好“用心·用情·用力”党建品牌,不断提升各单位“业主”的幸福度、安全感、满意度,为集团高质量发展贡献物业力量。

(作者单位:茂名港集团)