

山区小县砸重金 百万年薪聘导游

浙江省衢州市开化县向全国发布启事，拿出百万年薪招聘金牌导游。

消息一经发出，引来诸多议论。在旅游业逐步复苏的当下，“千金买马”无疑是开化发展壮大旅游产业的决心。不过，年入百万的薪资水平，无论对于导游行业，还是开化这个山区小县，都不常见。在发个旅游攻略就能遍地“种草”的时代，一个县砸下重金招聘导游，太不寻常了。

3月4日，“百万年薪聘导游”进行到“20进5”的比赛阶段。据了解，这场比赛本来安排在2月底举行，开化县文广旅体局曾提议县委领导到总决赛再出席，但夏盛民认为，“到那时便太晚了”。

只差东风

开化地处浙江西部，是钱塘江的发源地。早在1997年，开化便提出“生态立县”的战略，用90%的县域面积来保护生态，用10%的县域面积聚集二三十万人的生产生活。这20多年来，开化坚持走生态发展之路，并成为浙江首批25个全域旅游示范县之一。夏盛民始终看好旅游业在开化的发展潜力：“开化是一个山区县，农业、工业发展都有限制，旅游业却可以做到无穷大。”

不过，开化旅游业的发展一直处在不上不下的尴尬位置。开化周边有很多非常著名的景点，如黄山、婺源、三清山等，而开化以往在旅游线路上的定位是一个用来过渡的地方。游客很少把开化当作专门的旅游目的地，往

往短时间停留，稍微歇歇脚，便赶赴下一个景点。

另外，开化还面临旅游人才和旅游资源不匹配的窘境。过去3年，受疫情影响，旅游行业超过一半的导游转行了，有的送外卖，有的跑网约车，不少到现在还没重返导游岗位。导游资格考试也一度因为疫情暂停，大批高等院校的旅游专业毕业生拿不到导游证，毕业即转行。开化本地的文旅人才也一直处在流失，最低谷时，全县在岗导游只有21人。

一边是旅游产业发展陷入瓶颈，一边是相关人才不断流失，形势紧迫。2022年下半年，开化县推出全民考导游的活动，到各个乡镇举办全域旅游导游培训班。同年9月，全国导游资格证考试中，开化报名人数创新高，有211人，报名者既有各乡镇部门和涉旅人员，还有县文广旅体局班子成员和年轻干部。开化计划用三年时间，培训3000名全域旅游导游。

万事俱备，如今的开化，只差东风。开化选择主动创造这个机会。“百万年薪聘导游”，对于开化来说，便有如此意义。

效果超出预期

即便准备做足，“百万年薪聘导游”的想法一提出，依然质疑四起。不少人用怀疑的眼光打量，开化财力算不上雄厚，花这么多钱聘导游，值不值？

按照通知，最终胜出者须在开化设立金牌导游工作室，完成相关政务接待及文旅推广任务；为开化编撰景区（景

点）导游词、设计完善县域精品旅游线路；为开化景区（景点、红色场馆）培训一批优秀导游；策划三场以上有影响力的文旅引流活动（有具体考核指标）；须在各自自媒体开设开化旅游宣传专栏。而年薪100万元由40万元定薪、30万元考核奖金、30万元食宿及营销成本开支构成。想把100万元都拿到，并不容易。

更何况，比赛进行到这个阶段，产生的效果已经超出预期。首先是人才荟萃，招聘活动成了人才聚集的平台。招聘共吸引了全国1300多人报名，层层选拔，诞生了20强。20强选手中，最远的一位导游刘振来自黑龙江，“在杭州工作的东北朋友极力邀请我试一试”。导游姜树成有18年华东地接经验，转型成为主播后，在短视频平台收获超过50万粉丝。浙江旅游职业学院的全国名导工作室由4位专业教师团队组成，几乎都有20年以上的旅游行业工作经验……

其次，导游已被赋予了更高的期待。每个导游都不只是一个普通的景点上的讲解员，或者摇旗的旅游团领队，导游可以是一种媒介、一个杠杆，撬动一个区域更大的传播力、影响力。全国名导工作室成员李德煜说：“哪怕是一块碑、一个山洞、一座桥、一间小店或者一款文创产品，导游若能把故事讲好，都可能成为传播爆款。”开化百万年薪聘请导游，实际需要的不只是导游的传统技能，更要看导游打造网红旅游目的地的水平。

再次，这次招聘顺利帮助开化实现

“出圈”，知名度对于想发展旅游业的城市来说，能直接转换为致富商机和发展动力。在社交平台上，百万年薪聘导游的新闻成功点燃大批网友好奇，最火热的时候，这条消息挂在全国热搜榜第9，不少人想到开化实地看看。

“拿出广告费的1/10，已经达到了十倍、百倍的传播效果。”夏盛民说。“招聘真正成功，是在座各位优秀导游、金牌团队都愿意到开化来，与开化签约，不然就是一个博眼球的活动而已，意义不大。”他向所有20强选手发出邀请，需要什么政策尽管提，一个个谈，“也许第1名不是你，没拿到年薪百万，但你可能签了200万元、300万元的项目。”

「来源：3月8日《解放日报》」

■ 编后

旅游攻略遍地“种草”的时代，一座不起眼的小县城砸下重金聘导游，不是噱头而是需求。凭着“金牌导游”能不能重振全县旅游业？开化县这“百万”花得值不值？这些问题都有待时间来验证。但不可否认的是，“百万年薪聘导游”为当地旅游业造势，也不失为一种获得人才、抢占先机的好方式。超出预期的效果已经证明，这是一个成功的营销案例，同时也释放了诸多积极信号。对“金牌导游”的求贤若渴，反映出当地政府对发展旅游业的决心与力度，活动带起了极高的话题热度，进一步提升了小县城的知名度，也提振了旅游从业者的信心。



花式饮茶“新婆”

3月9日，在安徽省黄山市屯溪区孙王阁的琪花社茶楼，茶艺师姜克美为顾客制作“花式点茶”。

安徽省黄山市是黄山毛峰、太平猴魁和祁门红茶的原产地，饮茶历史悠久。如今，创新的茶品制作技艺与饮茶新方式受到当地消费者的欢迎。这些更加符合年轻人消费习惯的饮茶新方式，为茶叶消费注入源源不断的新动力。

新华社发（施亚磊 摄）

聚焦消费需求 延伸产业链条 数字化+新场景，体育产业“潮”起来

3月初，2023江苏体育产业大会在南京召开。本次大会以“创新体育消费 赋能体育产业”为主题，聚焦体育消费新需求、数字体育经济发展、体育消费新场景等课题，与会者为全面激发体育消费动能、加快构建现代体育产业体系“支招”。

重需求 更智慧 数字赋能提升竞争力

本次江苏体育产业大会提出，加快体育产业全产业链数字化转型，推动体育服务业数字化升级，引导线上消费、定制消费、智能消费，鼓励体育制造业加快“智改数转”，提升数字体育产业核心竞争力。江苏省体育产业发展专项资金将持续加大对数字体育产业项目的扶持力度。

位于苏州市吴江区的苏州湾体育中心是一座“智慧”体育场馆，游泳、篮球、羽毛球等场馆提前线上预订、刷脸即可入场，室内灯光、温度由智能模块随时调控。“这套智慧场馆运营管理系统可以实现客流监测、运动数据报告、营销增值等多方面的数字化，基于入馆客户性别、年龄段等进行统计分析。场馆开业一年半左右，接待用户已超过70万人次。”橙狮体育场馆运营总经理潘志高说。

电子竞技是数字体育领域新增长极之一。“江苏电子竞技产业发展基础较好，产业生态布局较为全面，产值约150亿元，占全国的8%。各类电竞企业有5000多家，电竞核心赛事具有影响力，各

项指标居全国前列。”江苏省电子竞技运动协会副会长、南京金陵科技学院动漫学院院长王贤波在会上介绍。目前，江苏省已有无锡智慧体育产业园数字体育项目集群、南京游戏谷游戏产品开发企业群等，拥有苏州LNG战队、苏州KSG战队等电竞队伍以及一批品牌赛事。

体育跨场景数字化应用，已成为体育产业发展的重要方向。会上，中华全国体育基金会副理事长、秘书长彭维勇表示，体育产业应以创新为驱动，着眼于更加科技化、便民化、智能化，推动体育用品业转型升级；坚持品牌化、多元化、融合化、数字化战略，推动体育服务业提质增效。

多融合 新场景 拓展体育消费边界

2021年，江苏省体育产业总规模达5652.78亿元，城乡居民体育消费总规模提高至2233.3亿元，人均体育消费支出达2626元，全省居民人均体育消费支出占可支配收入的5.5%。运动健身、体育培训等体育消费需求快速增长。

创新的消费场景、延伸的体育产业链、融合“破圈”的新模式，正不断拓展群众体育消费边界。会议提出，要加快促进体育产业与相关产业以及体育产业内部业态间的渗透交融、协同创新，不断延伸产业链、创新链、价值链。南京体育旅游电子地图就是这样一份融合消费的“指南”——从南京全市12个区遴选出100处体育消费新场景和40家体育旅游景区，这张地图涵盖潮流项目、

塑品牌 优环境 多举措激发市场潜力

江苏省通过强化政策扶持、培育试点示范，努力打造体育品牌。以金陵体育、共创、铁人等为代表的企业创新力、竞争力不断提升，以环太湖自行车赛、扬州（鉴真）半程马拉松、大运河系列赛等为代表的赛事活动影响力、带动力不断增强。

南京、常州、苏州是国家体育消费试点城市，2021年三市体育消费总和达到841.5亿元，人均体育消费支出均超过3000元。“更多的商业元素融入运动环境，将带动体育服务市场化、运动环境时尚化、运动群体大众化和运动项目娱乐化，激发‘体育+’市场潜力。”环球港商业集团江南环球港总经理陈瑶说。位于常州的江南环球港是江苏省体育服务综合

体项目，这里既有足球、保龄球、卡丁车、攀岩等10余种大众运动项目，也有电竞、真人CS、真冰场等新兴运动项目，每年在此举办的各类赛事活动不少于50场。

做强主体做优品牌，需培育打造一批质量卓越、优势明显、具有国际竞争力的领军体育企业、专精特新企业和品牌产品。以制造业起家的南通铁人运动用品有限公司，如今已转型成综合性体育产业公司，从事健身康复器材研发生产、体育场馆运营管理、体育赛事策划运营等业务。“我们将各种健身训练器械融入互联网创新科技；组建了一支专业的体能康复团队，为高水平运动员科学化训练提供可靠保障。”该公司执行总裁秦银波说。

「来源：3月6日《新华日报》」

■ 编后

健身者不断增长的需求有力拉动了体育产业创新，也为丰富的产品和服务供给开辟了新需求。沉浸式、体验式的消费新场景，带动相关体育用品销售火起来，为体育产业发展注入了新活力，也带来新课题：面对越发庞大的健身人群，如何满足日益多元化的需求？面对快速增长的消费市场，从何处发力方能占据先机？全民健身热潮翻涌，体育产业当“趁热打铁”。新型消费意味着新人群、新需求，商家也要采用新营销、新供给，进一步顺应消费形态的发展，在供给侧积极进行创新，提供满足消费者多元化需求、老百姓喜闻乐见的产品和服务，才能把握新风口。

“我家6口人，今年共分红600元。分红那天村民们非常高兴，从来没想到这些闲田也能变成宝，能拿租金还能分红。”近日，安徽省合肥市长丰县杨庙镇大路村陈良元回忆前不久村集体分红的场景，脸上洋溢着喜悦的笑容。

“2020年，村集体收入仅仅1004万元，全县排名第161位！”大路村党支部书记董永含说，2022年，大路村集体经营性收入突破1000万元，实现年纯收入108万元，在全县244个村集体经济组织中排名第1位，在合肥市范围内率先登上“千万高峰”，这得益于实践中摸索出的“国有企业+村集体经济合作社+职业农民”的“大路经验”。

紧随董永含走在田间地头，记者看到，大路村数千亩麦苗绿油油，一派生机勃勃的景象。

“以前很多田都撂荒了。”董永含介绍，大路村地处江淮分水岭，耕地面积6075亩，由于基础设施较差，种粮收益偏低，农民普遍外出打工，土地抛荒现象严重。通过“双招双引”，2021年4月份，安徽农垦农产品公司与大路村签订了4000多亩地的流转合同。

这4000多亩地该怎么种？经协商，安徽农垦与大路村决定建立村企联建、利益共享、风险共担的工作机制：安徽农垦负责“资金+技术”，村集体合作社负责“组织+协调”，职业农民负责“管理+生产”。

安徽农垦率先投入资金修整土地，选派了陈从贵等3名农业技术骨干到大路村蹲点，进行技术指导。“我们提出了小麦和高粱的种植方案，提供种子肥料和技术，收获的小麦由公司回收作为麦种，高粱销往酒厂，日常管理协调完全依靠村集体合作社。”陈从贵说。

“我们把流转的土地分成6个网格，一个网格500亩左右，由村干部担任网格员，打药施肥、浇水耕种需要人手，通过网格员上报，由合作社从村里聘请村民，每人每天100元。”董永含深切体会到，这种“专业技术扶持+网格化管理+职业农民生产”合作机制效果显著。

“去年严重干旱，周边高粱亩产只有两三百斤，我们的高粱平均亩产500斤以上，部分高产田在六七百斤以上。”董永含说，就靠这4000多亩小麦和高粱，村集体收入一下实现了跨越式突破。

利润分配上，大路村实行“5+2+3”的分配模式，安徽农垦、村集体、农民分别按照利润的50%、20%、30%进行分成，村民收入大幅提升。

陈良元原来在外面开收割机，去年听说村里合作社需要人手，就回到村里当了一名农机手。“我负责田间植保，一年收入七八万元，还能就近照顾老人和孩子，比在外面打工安心多了。”陈良元说，他以前到处打工，家里14亩地只能抛荒，土地流转后，一亩地每年有500元租金，每人还有分红，村民真正从中受益。

2022年，安徽农垦农产品公司在杨庙镇大元村流转了1500亩土地。最近，又与长丰县罗塘乡签订了12万亩土地流转协议，复制“大路经验”发展现代农业。

2022年，长丰全县244个村集体经济性收入累计274亿元，经营收益1.07亿元，村均收入达112.3万元，村均收益达438.5万元。其中，村集体经营性收入1000万元的1个，500万元的4个，200万元和100万元以上的分别有21个和109个，50万元的全覆盖。

下一步，长丰县将全域推广集体经营、全程托管、村企联建的多元路径，力争村集体经济收入两年内全部破百万元。

「来源：3月10日《安徽日报》」

长三角 新闻快览

苏州河北岸再添一超大面积滨水空间

近日，上海市静安区苏州河北岸再添一处超大面积滨水空间，北苏州路（浙江北路—福建北路）公共空间景观提升项目建成对外开放。

该区段长约250米，改造前因防汛墙与沿岸地面高差较大，几乎“临水不见水”。此次提升通过防汛墙后退、一级防汛墙降低至42米、设置艺术造型的镀锌护栏来做亲水性改

造。同时，结合南侧苏河湾绿地建设，同步实施道路改建及高品质公共空间建设，总面积约8000平方米。

根据不同的地形地势，整个公共空间通过主题小品与绿化配置，白天展现整洁而具有水波浪韵律感的亲水景观，夜间打造曲线灯光图案透光景观墙，并设置一处苏河驿站。

「来源：3月14日《新民晚报》」

1份信用报告代替40个部门证明 可实现网上办、实时办、无感办

安徽省政府新闻办3月6日召开新闻发布会，对近日印发的《安徽省企业公共信用信息报告代替无违法违规证明实施方案》进行发布和解读。

方案明确，2023年起，安徽省内企业在申请上市、融资、评优评先等事项中，通过“信用安徽”网站、“皖事通办”平台等免费申请获取公共信用信息报告，代替赴多部门办理法院执行、发展改革委、教育、科技、经济和信息化、药品监管、税务等40个领域无违法违规证明，以“1份信用报告代替40个部门证明”。代替工作于3月底前逐步实施，4月起全面代替，实现“应替尽替”。各级政府部门依法依规逐步扩大企业信用报告适用范围，在更多事项中推广应用，同时，鼓励企业在开展市场经营活动过程中应用信用报告。

《实施方案》的印发实施是安徽省深入践行为企业优化营商环境的重要举措。聚焦企业在开具无违法违规证明过程中的痛点、堵点、难点，实施企业信用报告代替无违法违规证明改革，实现“数据多跑路，企

业不跑腿”，提升企业办事便利度，推动营商环境持续优化。

据安徽省发展改革委相关负责人介绍，接下来将从“网上办、随时办、实时办、免费办、无感办”5个方面优化提升信用报告服务，切实推进“1份信用报告代替40个部门证明”。依托安徽省信用平台开发上线企业信用报告查询系统，通过“信用安徽”网站、“皖事通办”平台等对外提供服务，企业无需现场办理，登录上述任一网站平台即可获取信用报告，实现“网上办”；线上系统提供7×24小时不打烊信用报告服务，实现“随时办”；提升系统响应服务速度，企业完成“登录、认证、生成”3步，可在1分钟内获取信用报告，实现“实时办”；企业线上、线下获取信用报告均不限次数，不收取任何费用，实现“免费办”；安徽省内各级政府部门在办理行政服务事项时，需核实企业是否存在违法违规行为，直接通过省信用平台获取相关企业信用报告，无需企业提供，实现“无感办”。

「来源：3月8日《安徽日报》」