

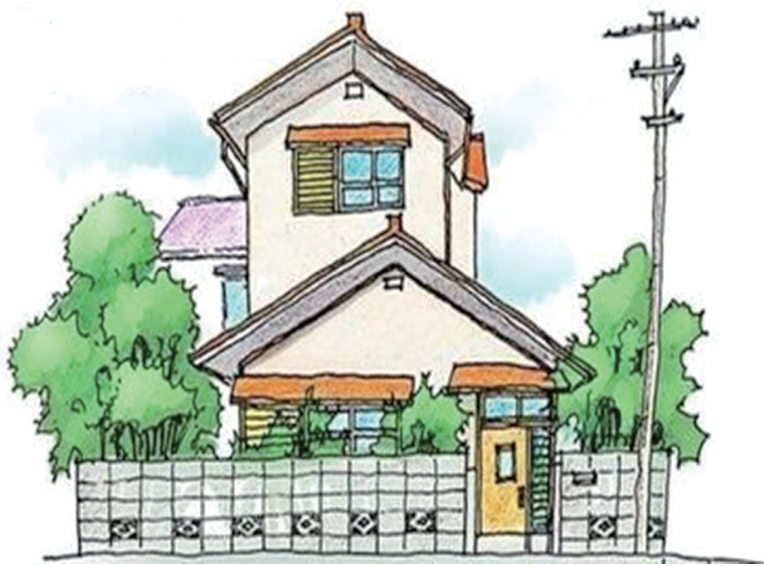
以民宿点亮乡村“美丽经济”

冯新

在宜秀区罗岭镇小龙山社区黑洼组，“树蛙部落”项目现场机器轰鸣、车辆穿梭，一幢幢造型独特的房屋初具雏形。近年来，该镇以巨石山风景区的属地小龙山社区为试点，充分盘活闲置民房等土地资源，通过“政府引导、市场运作、群众参与”的方式，打造安庆城区的民宿集群样板，为乡村振兴“住”入新活力。（《安庆晚报》5月26日）

罗岭镇利用巨石山风景区独特的地理气候及丰富的生态文化资源，突破性、创新性发展民宿业，吸引了大批周边城市游客，形成了独特的“避暑纳凉经济”，既有力推动了当地脱贫攻坚和乡村振兴，又成为经济增长的新引擎。

作为乡村经济发展中非常活跃的一种新产业，民宿有着“宿在民居、乐在乡间、游在山水”的优美意境，是“有温度的住宿、有灵魂的生活、有情感的体验”。民宿由于其力图将旧乡愁与新乡土完美结合，契合了大多数城里人的内心需求，自问世以来，颇受市场的青睐和追捧，不但让疲惫的市民有了适情的憩息之所，更能增加农民收入，改变乡民生活，革新村民观念，高质量推动乡村“美丽资源”向“美丽经济”转化，从而一跃成为乡村经济的新动力。



图片来源于网络

民宿经济作为新生事物，既是传统的旅游经济，又是发达的服务经济，完全契合了高质量推进乡村振兴战略的发展理念，给广大农村带来了一抹美丽亮色，带来了一股清新活力。它点燃了农村文明进步的光明前景，焕发出古老乡村的旺盛生命力，延续着千百年农村持续发展的强大活力。发展民宿经济，契合了现代人远离喧嚣、亲近自然、寻味乡愁的美好追求，给人一种释放压力、回归自然的释怀和放松。从这个意义上说，民宿经济让寂静的农村再度热闹，让凋零的乡村再次繁荣，让荒芜的土地再现绿色，它的积极影响将助推农村面貌发生根本变化。

当然，民宿产业的发展，重在挖掘内涵、展示乡村“自然味、乡土味、人情味”。其开发应以乡村民宿为主，突出利用闲置资源、保

持民情风貌和深度体验生活三大要素，在划定边界范围内进行合理规划 and 差异化开发，避免同质化，突出品味档次、做亮品牌品质，真正把乡村民房变为乡村美舍，禁止占用集体用地甚至耕地新建、扩建，不提倡在“乡土地”上建“洋民宿”，让“望得见山、看得见水、记得住乡愁”成为乡村建设主基调，让民宿真正成为市民安放乡愁、慰藉灵魂的场所，从而实现“进得来”“住得下”“留得住”“火得久”。



盘活闲置资源 助力乡村振兴

潘天庆

近几年，随着城镇化发展，村民纷纷在城镇买房安家，一些村落逐渐“空心化”。这些“空心化”的村落，有的因资金不足，导致基础设施落后，有的则建筑破损无法及时修缮。罗岭镇以巨石山风景区黑洼组为试点，充分盘活闲置民房等土地资源，打造安庆城区的民宿集群样板——“树蛙部落”，实现全镇旅游民宿产业从规模到质量的全面提升。这不仅盘活了当地更多旅游资源，拉近了城乡之间的距离，使城郊保留的文物古迹、历史民俗等呈现在更多世人面前，也为乡村振兴“住”入新活力，这一盘活闲置资源的成功做法，值得思考。

黑洼组的成功转型，源于当地政府因地制宜，既用政府有形之手引导，又用市场化无形之手运作。针对黑洼组成为“空心村”，又坐

落在巨石山风景区，罗岭镇与上海乡伴文旅集团建立战略合作关系，吸引上海优秀民宿规划设计团队、优秀人才和资本到安庆投资建设民宿。统一规划设计，打造不同主题的精品民宿，通过民宿运营提升基础设施条件，并加强人才培养、运营管理培训等，将民宿产业纳入全镇旅游发展体系，持续打造文旅消费新热点，让游客“流量”变成“留量”，带动旅游二次消费，推动民宿经济全面发展。

更值得一提的是，黑洼组的成功转型，还源于群众的参与，将闲置住房集体流转。正如一位村民所言，“树蛙部落”项目不仅让老房子焕然一新，每年还有几千元租金，让他也当起了房东！村民，作为村落的主人，他们不仅是村落建筑的使用者、维护者，还是历史文

化遗产的传承者。盘活闲置资源，发展乡村产业，其目的都是让村民富起来。村民们在盘活闲置资源中，乐享和美乡村，共享发展成果，尝到了甜头，就有了积极性和主动性。而村民的积极参与，也让村落有了烟火气，如此民宿与乡村旅游也就有了滋养的土壤。

发展民宿，打造乡村旅游，实现乡村振兴，需要更多像黑洼组这样盘活闲置资源的创新思维。各地政府和部门要结合本地具体情况，依托自身特色资源，因势利导，开发乡宿、乡游、乡食、乡购、乡娱等特色体验项目。通过“政府引导、市场运作、群众参与”的方式，激励社会资本，调动方方面面的力量，形成上下一心的合力，盘活闲置资产，实现民宿、乡村旅游等转型升级发展。

每个人 都要培养点舆商

詹新惠

三十年前，当互联网刚刚进入中国，网络用户限定在特定人群、特定范围内的时候，关于互联网的一切都才刚刚起步，网络舆情、网络舆论还不知为何物；二十年前，当网络用户有了8000万时，互联网虽仍处在被认知、被接受的状态，但网络舆论已有了一点微乎其微的影响力；十年前，网络用户达到6.18亿，互联网已处于热点无处不存在、舆情无时不发生的境况，网络舆论已开始影响社会、政治、经济、生活的方方面面。

今天，我们迎来超过10亿的网络用户，我们也已身处被舆情风险包围的网络世界，每个人是风险中的一份子，每个人有可能是风险的施加者，也可能是风险的受害者。

因此，每个人都需要学点网络舆情，每个人都要有舆情思维，每个人都要培养点舆商。

作为普通网民的每一个个体，培育舆商首先要培育的就是慧眼识舆情，要理性面对网络热点，了解网络上的一些炒作、营销等现象和手段，分析辨识网络舆情。

数字化生活，不单给我们带来便利和美好，也同样让我们面临各种问题和陷阱。

网络舆情方面，我们需要知道互联网网络公关、网络水军的存在；我们需要了解热搜、榜单不完全是自然形成的，有控评，有人为干预；我们需要意识到一些热点背后存在着自媒体通稿、僵尸账号跟帖……

总之，我们要给自己建立一道防火墙，我们表达的正义感有可能表错了，我们释放的同情心有可能是错放了。

此外，我们还要再多问一声自己，我们为什么总是会被这些舆情、热点击中？网络究竟存在着哪些效应让我们如此“不堪一击”？

因此，我们需要了解网络舆情传播中的各种典型效应，回音室效应、无影灯效应、破窗效应、首因效应、近因效应等等。比如，回音室效应，很容易击中我们每一个人。因为我们现在处于被算法包围、“算计”的环境，一些意见相近的声音不断重复，并以夸张或其他扭曲形式重复，令处于相对封闭环境中的我们轻易就认为这些扭曲的故事就是事实的全部。