

象山旅游“轨交时代”，来了！

□象山县政协科技、科协界别组



宁波市域铁路象山线于今年1月开工，预计2026年底建成，这将极大弥补象山交通短板，推动象山全面融入宁波都市圈、接轨长三角，对象山滨海旅游业的发展也将带来新的挑战与机遇。

现状与问题

象山坚持全域化、品牌化、智慧化，高水平建设旅游强县，旅游业呈现出健康快速发展态势，成为浙江省首批全域旅游示范县、浙江省首批文旅产业融合试验区，入列中国县域旅游综合竞争力百强县。但象山旅游业距离国家全域旅游示范区、全国知名海洋休闲度假旅游目的地的目标尚存在一定差距，尤其是轨道交通的开通运营将重新整合和配置城市的经济社会资源，对象山滨海旅游的内涵与品质提出更高要求。受外部发展环境和自身结构性因素影响，象山滨海旅游发展存在以下问题：

综合交通服务水平有待优化。随着长三角一体化发展、浙江“四大”建设、宁波都市圈建设和甬舟一体化协同推进，区域交通运输网络体系将更加完善。但象山目前对外通道数量少，南北向快速通道单一，枢纽站场建设相对滞后，港口集疏运系统不完善。内联不畅，景点之间便捷、快速的交通网络尚未构

建，节假日和上下班时段拥堵现象仍较严重。海岛出行不便，优质的海上资源尚未完全开发，海上交通、通用航空发展亟待加强。

旅游资源分散且海洋特质不浓。滨海旅游协同发展机制不够健全，部门间缺乏联动，滨海旅游产品类型不够丰富，仍以海滨观光、游泳、摩托艇、帆船、露营等为主，个性化、体验型、参与性的项目较少，滨海旅游消费的热点、爆点不够多，缺乏海洋地理、生物、人文等题材的研学类高附加值旅游服务，游客体验感不足。

产旅融合深度不足。滨海旅游产业链不够长，与文化、商业、体育、农业、交通等产业的融合度不高，特色品牌不强，与周边县（市、区）产品同质化现象明显，吸引力不够强。吃住行游购娱六要素之间的关联性和匹配性尚未得到很好解决，海鲜餐饮业“特而不优、散而不强”。

等纳入象山城市基础设施建设规划，不断优化共享出行基础设施环境和运力投放机制。根据轨道交通站点及重点景区，建设“一点租多点还”的出行服务体系。

整合沿线旅游资源，联动打造滨海旅游经济带。结合“社会主义现代化滨海花园城市”特色定位，以宁波市域铁路建设为契机，以空间融合、主客共享为原则，整合宁波市域铁路象山线沿线山海特色和生态资源优势，推动旅游业跨界融合发展，突出城市功能与旅游功能叠加融合，构建“处处皆风景、时时能观光、行行在畅游、人人难忘返”的全域旅游发展格局，打响象山“北纬30度最美海岸线”旅游品牌。

深化文体旅商融合发展，做精做强滨海旅游特色品牌。厘清旅委、旅发中心、文广旅体局、旅投等部门职能，建立以“北纬30度最美海岸线”品牌建设为引领，以“万象山海、千年渔乡、百里银滩、十分海鲜、一曲渔光”为核心，构建一批具有标志性的IP品牌。重点推进松兰山景

发展建议

区、半边山景区、石浦渔港三个旅游区的建设，进一步打响象山海洋休闲度假旅游目的地的知名度和影响力。借力2022年杭州亚运会，完善亚帆中心功能，最大限度发挥松兰山——大目湾区域亚运效应，以海上运动休闲、游艇、帆板帆船、海洋马拉松等为主要功能，做好体旅深度融合，大力推进松兰山国家级旅游度假区创建。半边山休闲度假区依托优越的自然生态环境，引入国内外优质医疗资源和成熟的养老康复体系，发展医疗康养、养生养老等海洋旅游新兴产业，着力打造国家级海洋医疗旅游示范区。石浦区块山、城、海、港、岛各种海洋资源要素俱全，围绕风情渔港主题，充分挖掘石浦渔港、历史名城、渔村渔家、渔俗文化、特色产业，开发渔乡特色风情游、渔港景观游、海岛探秘游等，有效串联渔港古城、石浦老街、东门渔村、中国渔村、花岙岛、檀头山岛等景观，延长游客的停留和体验时间。提质发展影视文化产业品牌，丰富象山滨海旅游内涵。充分发挥

象山影视城已有的影响力，进一步激发影视文化产业新动能，从影视拍摄向全产业延展，打造完善的影视文化旅游产业链条。创新产品内涵，积极探索网络旅游、线上线下相结合的新模式，打造“实景+网络”互动体验游，争创象山影视城国家5A级景区。探索象山海洋文化基因解码，做强滨海文旅产业。依托国家级海洋渔文化（象山）生态保护区建设成果、山海风情、海防历史遗存、渔村渔俗等，着力培育开发“海洋文化+旅游”“海洋文化+体验研学”等新产品，丰富海洋文旅产品内涵。提升餐饮服务行业水平，增强滨海旅游美味。着力培育具有象山海鲜特色的餐饮产业，做优美食旅游IP品牌，加快实施“名厨、名菜、名店”工程，完善“象山十六碗”标准体系，着力提升就餐环境，做精做靓海鲜餐饮业，提升“象山味道”“中国海鲜之都”品牌影响力，打响象山海鲜特色餐饮品牌，从味蕾上提升海洋旅游的美誉度。

建德草莓：味道好前景好！

□建德市政协农业界别组

基本情况

建德草莓历经40年发展，从无到有、从有到优，对以产业推进乡村振兴、促进共同富裕具有重要作用。当前，建德提出要集中力量发展草莓产业，持续做大规模、做精品质、做优品牌，努力打造农民增收致富的标杆产业。建德市政协农业界别组调研提出，草莓产业的高质量发展，需要在综合效益、规模效益、生产效益、经营效益和质量效益上下功夫，久久为功，持续变革创新。

建德是“中国草莓之乡”，在业界有“南建德北丹东”之美誉。建德草莓始种于1982年，是我国最早发展大棚草莓种植的县市之一。现有本地种植0.5万亩、异地种植7万亩，种植规模仅次于辽宁丹东的东港市和安徽合肥的长丰县，列全国第三。建德草莓异地种植覆盖了全国27个省（自治区、直辖市），并走出国门到达乌兹别克斯坦，是全国异地种植规模最大

的县（市）。现有莓农5330户、13660人，有企业15家、专业合作社48家、家庭农场18家，形成了一批草莓特色小镇、专业村，草莓的全产业链产值超过40亿元。经过40年的发展，建德草莓有基础、有效益、有人才、有优势，但也存在缺科技、缺加工、缺冷链和缺投资、缺文化等一系列问题，制约了草莓产业的高质量发展。

存在问题

种业“卡脖子”问题亟待破解。目前国内主流种植品种均为日系草莓，具有自主知识产权的优良品种不多。随着多年种植，暴露出品种种性退化、病虫害日益严重、综合收益下降等问题。加上国外种苗企业已启动全球知识产权保护，新品种引育引种难度加大。建德莓农凭经验自行育苗的比例超过95%，死苗率居高不下，种植风险逐年加大。莓农求稳的心理比较普遍，习惯依靠老经验、老传统开展种植。取得“种子种苗生产经营许可证”的仅4家，不仅如此，取得许可证的莓农也没有规范使用，种苗交易存在法律风险。

产业规模集聚效应和品牌影响力不够凸显。建德莓农虽然有5000多户、近1.4万人，但种植面积大多在20-50亩左右，没有形成集聚效应。由于规模小，专业分工不够精细，规模效应不够突出，专业服务组织不够有力，市场影响力还需加强。从销售上讲，销售模式单一，草莓销售一直依托经销商贩销到全国各地，电商、休闲采摘、团购等产地直销量不大，只占产量的20%左右。就品牌影响力而言，线上，建德草莓影响力和丹东、安

徽的草莓比有较大差距；线下，消费者的知晓度也偏低。

“莓二代”减少，莓农人才面临严重断档。草莓产业虽然效益可观，但同样面临后继乏人问题。随着“莓一代”年龄的增长，普遍存在专业技术水平不高、接受新技术能力不强、长期劳累身体状况欠佳等困难。“莓二代”因为草莓种植太辛苦，多数选择务工经商，不愿从事草莓种植。建德全市“草莓师傅”平均年龄55岁，2021年新增莓农35周岁以下仅100余人，许多莓农考虑3-5年后不再从事草莓种植。

生产销售环节配套设施和产业化体系尚不完善。莓农使用新设备新技术不从心，有些莓农由于种植面积偏小不愿意购置现代化设备，适用于大棚内操作的小型化机械严重缺乏。进入高端市场精品销售刚刚起步，电商销售比例低，头部电商落地少，销售范围也主要集中在周边省份。社会资本投资草莓产业的积极性有待进一步提高，农膜农药、包装印刷、规模化包装车间等配套产业也未形成完整的产业链，设施用房和用于分拣销售的冷藏、储藏、运输都存在短板。



对策建议

加速种业创新，做强草莓“芯片”。一是强化培育。出台专项扶持政策，力争建设国家级草莓产学研中心，培育一家以上育繁推一体化的高新育苗龙头企业。建立健全草莓“原原种苗、原种苗和种植苗”“三级育苗体系”，努力打造中国草莓种业发展高地。二是持续引育。持续加强与中科院、浙江大学和省市农科院的合作，加大草莓种苗核心技术攻关，每年引进一批国内外草莓新品种进行试种、筛选，加速草莓品种更新换代，不断增强草莓产业发展后劲。三是优化繁育。大力推广拥有完全自主知识产权的“建德红”“越秀”等新品种，力争在3年内成为建德的主培品种，实现草莓品种“早中晚熟搭配、特色品种多样化”科学布局。四是注重育苗。高度重视种植苗抗病性攻关，加大对脱毒苗、基质苗培育和苗病快速检测机构的扶持力度，开展草莓气象指数保险，稳定莓农育苗收益，打响“建德草莓建德苗”品牌。

加速产业规模，做大草莓“蛋糕”。一是通过“内拓”做强。在种苗繁育关键环节和社会化服务提供、专用农资供应、数字化大棚设施设备研发、草莓深加工产品研发、基质供应、人才培养、草莓包装以及草莓文化、草莓旅游、草莓养生等“莓外业务”上做文章，通过培育“产业总部”或产业链“头部”，夺得草莓产业的话语权、定价权。二是通过“外溢”做优。有效利用“两非”整治以后的土地空间，支持经营主体在整治后的“存量”用地和抛荒地上做文章，为土地的高效利用蹚出一条新路。三是通过“抱团”做大。探索打破镇村区域壁垒，按照产业相近、地缘相邻、农民自主的原则，加强县域内的联动，招引行业头部科技、电商企业，以“产业联合体”的形式，携手做好产业

提规文章。

加速配套服务，做深草莓“链条”。一是“莓美与共”。借鉴大同“西乡草莓园”建设的思路，将园区与集体经济巩固提升和美丽乡村建设统筹考虑，统一规划，使草莓“精品园”成为村民幸福生活的家园和市民休闲旅游的乐园。二是提能升级。持续开展“标准地”建设，对有条件的按片区布局升级为“标准园”，通过综合服务平台植入金融服务、社会化服务、种苗提供、技术交流、销售服务等功能，让企业就近享受全方位一站式综合服务。对零星的基地通过规划，强化整合，逐步升级为“标准地”或“准标准地”。三是集群建设。积极创建国家优势特色产业集群，引导经营主体向草莓产区集中，统筹构建分工精细、协作紧密的联动机制，形成有竞争力的产业集群。引入社会资本进行改造提升，打造衍生产业集群，提升产业集群效应。四是融合发展。做深“草莓+”文章，不断完善集草莓种植、草莓文化、草莓科技、草莓机械、草莓休闲、草莓康养等于一体的现代草莓产业体系。深度推进草莓产业的产村融合、三产融合和产学研融合，研发盆栽草莓、集装箱草莓，让草莓“登堂入室”，满足城市居民多元生活需求。

加速技术变革，做新草莓“高度”。一是加快推进草莓产业数字化改造。迭代升级“建德数智草莓”应用场景，加快数字草莓工厂建设步伐。从草莓精品园入手，在产业资源管理、种植预警与防治、数据决策等方面发力，逐步提高草莓种植区数字化传感、监控等设备覆盖面，打造一批草莓产业双强农业示范、数字化农业示范和农产品仓储保鲜冷链基地。二是注重创新平台建设。依托现有草莓小镇、草莓精品园和种植大户，推动新型草莓产业

研发机构、技术创新中心和创新联合体建设。加强良种、良法、良田、良机的集成配套，不断提升草莓产业的数字化、科技化水平。三是提高草莓产业综合机械化水平。结合草莓“标准地”建设，不断加大生产环节的宜机化改造。特别是对莓农遇到的“不拆大棚种植”的宜机化难题，集聚政府、高校、科研院所和市场等多方优势，在先进适用农机上求突破，让莓农有机用、有好机用。四是加强人才培养。重点抓好草莓师傅、农创客、莓农三支队伍，推行“首席专家+科研团队+草莓师傅+种植大户”工作机制，确保草莓产业后继有人。

加速抢占市场，做优草莓“名片”。一是扩大品牌影响力。发挥莓农办的牵头协调作用，加大建德草莓的推广宣传力度，挖掘和提炼草莓文化，讲好品牌故事，提升建德草莓美誉度。二是完善区域公用品牌共享机制。广泛推行母子品牌、全产业链品牌以及品牌联盟等模式，逐步实现草莓“两品一标”农产品“身份证”和赋码标识管理。三是强化标准质量管理。致力构建草莓产业标准体系，制定完善草莓标准、生产基地（园区）标准和产品质量标准，做到优势特色产业全部有标可依，用严格的标准控制，提高建德草莓品牌内核。通过品牌授权和质量管控，将“小散乱”非标化的草莓基地组织起来，提高“小农生产”水平，满足“大市场”需求。四是拓宽“数字超市”渠道。完善销售网络 and 体系，加强与盒马生鲜超市、浙江农信等新零售渠道和天猫、京东等电商平台的合作，实现销售模式向以盒马鲜生为代表的新零售、拼多多为代表的新电商、社区团购为代表的新销售转变，进一步发挥农创客直播平台作用，不断提升建德草莓知名度。

