我省将力推慢游、静修、颐养系列产品

□ 张陇堂

近日，我省文化和旅游厅印发《2019年全省文化和旅游工作要点》，对今年文化和旅游工作作出部署。《要点》明确提出，2019年，我省要提高文化旅游发展信息化智能化水平，全面建成“一部手机游甘肃”综合服务平台。还要持续做大做热冬春旅游市场。力推河西走廊自驾之旅等精品线路和“慢游、静修、颐养”三大系列十大冬春旅游系列产品。

我省将按照“统一设计、互联互通、全面服务、突出运营、技术创新”的原则，加快建设“一机游”支撑管理及资源应用服务、基于旅游多源数据融合及预测的精准营销服务、综合政务及管理应用服务、旅游目的地综合服务、游客公共服务及内容运营、智慧业态应用服务6个平台，无缝对接各方资源，实现“金牌导游、贴心管家、全能导购、文化导师”的总体目标。开发好“一包如意走丝路”文创产品开，将“如意甘肃”宣传口号与文创产品巧妙结合，推出登山包、骑行包、沙漠包、自驾包等多款文创产品，使之成为游客出行的“如意锦囊”，打造具有地标意义的甘肃文化旅游IP符号，带动文化旅游消费升级，提升“如意甘肃”品牌大众认知度。

我省将加大实施精准宣传力度，深化区域协作，依托现有丝绸之路旅游推广联盟、中国长城旅游市场推广联盟、黄河旅游联盟等平台，共同打造“丝绸之路”“长城文化”“黄河文化”等国际旅游品牌。

《要点》提出将组织协调省内三大旅游联盟赴主要客源市场开展宣传促销活动，重点开发京津冀、长三角、珠三角、中短程及周边市场，持续加强兰渝铁路和宝兰高铁沿线城市的宣传推广与市场开拓。

此外，还要持续做大做热冬春旅游市场。力推河西走廊自驾之旅等精品线路和“慢游、静修、颐养”三大系列十大冬春旅游系列产品。继续落实《关于鼓励旅行社“引客入甘”旅游的补贴办法》和《关于开展冬春季旅游优惠活动的补贴办法》，充分发挥“引客入甘”政策措施的激励作用，促进冬春旅游持续升温。继续深化甘肃旅游品牌推广战略联盟政企合作，联合推出系列优惠措施，吸引更多游客来甘旅游消费。

持续加大网络宣传力度，科学谋划实施我省文化和旅游网络宣传项目，采取网络直播、专题推广、广告投放、优化搜索引擎关键词等灵活多样的方式，对全省文化和旅游资源在线上线下进行深入宣传。

县域旅游发展要在“特”上下工夫

□ 俞和江

据报道，每晚七点半、九点两个时段，福建省沙县七峰叠翠公园都要上演“最美沙县”灯光秀，极具视觉与听觉冲击力，吸引了众多来自全国各地的游客。沙县因为打造了独具特色的夜景工程，开发了城区夜间旅游价值，有效推动了县域旅游业向纵深发展。

像沙县这样因注重特色化旅游发展而成功的例子还有很多。“汉唐古镇、两宋名城”福建泰宁古城的城区游，因其富有特色的进士街、尚书街、九举巷、古建筑群落以及别具一格的新徽派翘角仿宋古城建筑，吸引了众多游客。乡村旅游方面，浙江桐庐的荻浦村“妙”笔描绘美丽乡村，在挖掘古孝义、古树、古戏曲、古造纸等四大特色文化的同时，将曾经的“牛栏”和“猪栏”变成时尚而又有情调的“牛栏咖啡”和“猪栏茶吧”，吸引大批游客慕名而来。福建明溪县夏坊乡中溪村，打造“鸟友之家”，推动乡村生态观鸟旅游发展，吸引了大量国内外野生动物摄影师和观鸟爱好者。

无论是沙县、泰宁的城区游，还是桐庐荻浦村、明溪中溪村的乡村游，都是因为注重“特色化”而走活了旅游发展“一盘棋”。

随着生活水平不断的提高，旅游变成人们生活的重要组成部分，各地也乘势借势做大旅游经济“蛋糕”。然而，不可否认，一些地方旅游“火爆”的背后也暴露出“特色化”不足等问题，出现了旅游发展“城城相似”“千村一面”的“同质化”现象。具体表现为：规划粗放、缺乏特色、缺乏创新；文化内涵不足，经济带动作用不强；管理方式粗放，服务和基础设施跟不上等等。

笔者认为，实现“特色化”、避免“同质化”需要在以下几方面努力：

一是规划先行，差异化开发是旅游发展实现“特色化”、避免“同质化”的重要前提。要多些差异化开发，少些雷同化模仿，这样才能更好克服和解决城区游大多是一模一样的人造“古街”和乡村旅游大多是“村头吃饭、棚里吃果”的“同质化”问题。

二是深挖当地文化DNA，打造个性化品牌是旅游发展实现“特色化”、避免“同质化”的重要手段。旅游特色大多体现为文化之特。各地文化、民俗均不同，如果能深挖当地文化和民俗DNA，就能像桐庐荻浦村一样，打造出“特色化”文化旅游产品。同时，精心创意，注重创新，是打造“特色化”旅游的重要手段。福建沙县正是因为精心创意、注重创新，才打造出“最美沙县”灯光秀这个夜间旅游的个性化品牌。

三是做好“特”文章，还需好的“软硬件”基础支持，这样才能让旅游发展“叫好又叫座”。要让旅客“乘兴而来，尽兴而归”，就必须做到“软硬兼施”，既要抓好便利的交通、住宿等旅游基础性建设，又要为游客提供优质服务。如此，才能避免“看上去很美、玩起来很坑”，才能更好吸引“回头客”，增加“新游客”。

目前，我国旅游业发展已进入高质量发展阶段，各地各有关部门应采取积极措施，注重“特色化”、力避“同质化”，如此，才能有效解决旅游发展中一些地方或一些景区风光一时，不久却门可罗雀的“昙花一现”问题，让旅游产业走上可持续健康发展之路。

中国景韵

这个春天心心念念的远方是林芝

□ 小蔚

春天的序幕才刚开始拉开，林芝桃花便迅速地用自己的璀璨烂漫向所有人宣告：西藏，始终是这个星球上最独一无二的存在。

阳光明媚，万物复苏。自南向北，季节候鸟也开始了新一轮的飞翔。而我们的雪域高原应该会醒的稍慢一点，毕竟它的海拔是那么的高。但是在其中，沿着一条河谷，春天却已经早早地悄然来到。

雅鲁藏布江大峡谷是西藏的恩赐，因为有她的存在所以印度洋暖湿气流可以一路北上源源不断地输送水汽和温暖。这些水汽和温暖也直接让我们有幸在中国这片疆域内拥有第二个“江南”。这个江南，名叫林芝。位于西藏的南部位于雅鲁藏布江沿岸，每到三月，那里的桃花漫山遍野地盛开，沿着河谷、山涧、田野，沿着屋舍、人家、公路齐齐怒放，绚丽无比，烂漫至极。

事实上，林芝桃花早已盛名在外。每年春天都有无数人不远万里入藏，只为看一眼心心念念的林芝桃花。桃花哪里都有，可林芝桃花却永远是最无可替代的那一个，所以才让那么多的人为之牵肠挂肚，非要去看一眼不可，甚至，是一去再去。

那片铺陈于雪域高原天地之间的粉色花海，有着极致的美和极致的诱惑。她们或长于雪山之下，或开在河滩之上，或盛放在国道两侧，或伫立于青稞田间，或安静地与牛羊农舍相互作伴。

每一棵、每一株都那么饱满鲜艳，散发出高原自带的一抹野性。与雪山、峡谷、公路、草甸、林海遥遥相称，互相折射出彼此的美，辽阔中散发出阵阵温柔，苍茫中透露出几分清秀。

“桃之夭夭，灼灼其华”在我看来只有林芝的桃花才能将这八个字诠释的更加生动。因为它们是生长在几千米的雪域高原之上的，还因为它们已在那里自顾自地绽放了几百几千年。藏区的气候考验着当地的人，自然也考验着本应柔美的桃花。因此，林芝的桃花是不如江南桃花那般娇俏秀丽的。这里的桃树，枝干粗壮挺拔。这里的桃花，花朵密密匝匝，它们是热烈的，奔放的，同时因为天然的嫩粉色又难免带着几分柔美和妩媚。

这样的桃花生长在林芝的许多地区，只要是印度洋水汽能够悄悄潜入的角落，我们美丽的藏地野桃花，都会在每年的三月，傲然怒放向每一个远道而来的游人，毫不吝啬地展示出自己的美。

另外，我们也不仅仅只是去林芝看桃花。而是把林芝桃花放在西藏这片天地里用桃花去看一看整个西藏的春天。

西藏的春天是最令人惊艳的存在。北方的山川还挂着厚厚的雪线，而南方峡谷地带已经一片和煦明媚，与初春来了个深情相拥。

敏感肌换季护肤大作战

时尚宝典

□ yoke

温柔的春风送来了春天，虽说没有冬天皮肤干燥的烦恼，但很快我们又要面临一个巨大的问题就是换季皮肤敏感，过敏的问题一旦处理不好，各种皮肤问题也就随之而来。

季节的变化加上本身自己皮肤的脆弱，换季成了很多小仙女的噩梦。

换季时体内激素水平的变化使肌肤角质层的更新稳定受到影响，就容易出现蜕皮，同时会出现皮肤瘙痒。就是传说中的过敏，皮肤摸起来也是非常粗糙。

对于敏感肌来说，在换季容易敏感的时候，就是要尽可能地减少对皮肤的刺激。在早晨洁面时，如果不是特别出油的皮肤，建议用温水清洗就可以了。

在必须使用洁面产品的时候，也推荐使用泡沫洁面等比较温和的方法，而带有去角质功能的产品以及美容仪器，在这段时间内也建议停用。

在换季容易过敏的时候，我们的护肤步骤就需要尽量地精简，日常如果有用去角质产品、美白产品、祛肿产品等，在此时都可以省略这些步骤。

而基础的保湿步骤则要认真对待，尽可能选择温和的保湿产品，在洗完脸之后，用抗敏喷雾镇定一下肌肤，再做一个简单的湿敷，在这个干燥的季节，补足水分才能给肌肤带来稳定的状态。

虽说在换季这种敏感脆弱的时刻，对于增加皮肤负担的化妆步骤，的确不宜太多，但是，基础防晒是绝对不可少的。因为如果不注意防晒，在紫外线的侵袭下，肌肤就会迅速老化，敏感问题也会加重。

那这次换季护肤的要点你都学到了吗？让你在换季的时候，一样拥有好的肌肤！

草原特色民宿让马冬梅告别穷日子

□ 成欣　屠国玺

在甘肃省甘南藏族自治州洮河流域大峡谷起伏的山影中，几座建在木耳镇博峪村的土黄色、藏红色和缃色为主的苫子房格外引人注目。马冬梅家的民宿就是其中之一。

走进家中，炉子上正煮着一锅牛肉粥，旁边放着一壶刚烧开的牛奶。一旁的储物柜上，放着酥油、牦牛肉和干果。这些都是她新年开张后招待客人的食材。“每天能接待七八桌客人，很多都是回头客。”

自2017年10月营业以来，马冬梅的民宿经常“供不应求”，2018年一年营业额超过50万元。“旺季的时候游客吃饭都要排队。”于是，她请同乡的两个贫困户来家里长期帮忙，不论旺季或淡季，工资都如数发放。

“这放在以前想都不敢想。”马冬梅所在的博峪村是一个半农半牧的乡村。几年前，让这里远近闻名的是贫穷。博峪村景色虽美，地理位置却相对封闭、交通不便，出产的牛羊肉品质优良，但销售渠道不广，群众收入增长缓慢。

很长时间里，马冬梅一家挤在一间盖了40多年的小木屋里。为了生活，夫妻俩不得不去内蒙古打工，在一个建筑工地起早贪黑干活。“两个人辛苦一年只有2万元的收入。这些年自己遭受的辛酸和挫折数不清。”

博峪村的转机出现在2016年。

2016年，当地政府因地制宜发展旅游业，建设生态文明小康村，对全村136户民房进行了风貌改造。听到这个消息，马冬梅心里寻思，自己有做饭的手艺，何不回家乡开个民宿。

得益于当地政府的支持，马冬梅家里的木房得以翻新，建成了具有特色风情的苫子房，成为村里旅游发展的排头兵。

目前，博峪村已有18户办起了特色民宿，年均收入9万元。以特色民宿为主的乡村旅游服务业已成为该村的主导产业。木耳镇副镇长宁琪介绍，村里还将依托附近的大峪沟4A级景区等资源优势，新建苫子房，进一步发展旅游。更多人将会和马冬梅一样快速告别穷日子。

旅游时讯

世界银行贷款项目助力甘肃开拓境外客源市场

本报讯　（记者　闫美玲）近日，经甘肃省文化和旅游厅积极协调争取，世界银行、联合国世界旅游组织将甘肃文化和旅游营销推广服务纳入世界银行贷款甘肃丝绸之路经济带文化传承与创新发展项目。

根据甘肃省文化和旅游厅与世界银行、联合国世界旅游组织达成的意向，该项目将重点支持甘肃制定国际旅游市场营销策略、开发文化旅游品牌推广平台、打造丝绸之路精品旅游线路和“三区三州”新精品旅游环线、开展旅游从业人员培训等方面。该项目的实施，必将有力推动甘肃入境目标客源市场精准营销、深度开发，夯实甘肃文化旅游入境市场发展基础，提升甘肃文化旅游的国际知晓度和美誉度，促进丝绸之路经济带甘肃黄金段入境旅游市场持续快速发展。

近年来，在甘肃省委、省政府高位推动旅游强省建设的大背景下，通过举办丝绸之路(敦煌)国际文化博览会和敦煌行·丝绸之路国际旅游节、积极参与南向通道建设、在境外主流媒体进行宣传报道、邀请境外旅行商规模化入甘考察踩线、组团赴“一带一路”沿线国家和地区开展宣传推广活动、在新加坡设立甘肃(东盟)营销推广中心等一系列务实管用的举措，对甘肃旅游海外形象进行全方位塑造。

2018年，全省接待入境旅游者10.01万人次，全省旅游外汇收入为2740万美元，分别增长27%和31.4%。

海南甘肃两省签署文化旅游等领域合作框架协议

海南省政府、甘肃省政府近日在海口签署战略合作框架协议，将共同抓好“一带一路”建设最大机遇，共同推进特色产业、经贸交流、文化旅游、科教人力资源等领域的务实合作，共促发展。

根据框架协议，两省将开展特色产业合作，对接甘肃重点发展的十大生态产业和海南重点发展的“十二大产业”之间的契合点，加大产业合作力度，重点加强中医药、制种、新能源等产业的合作。

加强经贸交流合作，携手推进“一带一路”建设，把海南作为甘肃开展国际合作的重要窗口，把甘肃作为海南与中西亚合作的桥梁和纽带，共同推进两省对外开放；积极构建两省农产品产销对接新机制，加强两省企业联系，推进会展业合作发展。

推进文旅深度合作，深入开展文化交流活动，积极搭建省际交流合作平台，着力推动两省旅游业界形成南北交流、海陆联动、融合共享、互为客源、整合营销的旅游合作机制，建立共享的旅游招商项目库，大力推进两地旅游市场多极联动，加强智慧旅游合作，强化人才兴旅，加开航线，促进两地旅游市场快速发展。深化科教人力资源合作，重点开展科技、教育培训、人力资源等领域合作。

同时两省将建立高层协调机制，研究部署琼陇合作重大事项；建立两省间多层次协调机制，推动合作事项落地落实。　（吕宝林）

兰州市文化旅游招商引资项目推介会在北京举行

日前，由中共兰州市委、市政府主办，兰州市文化和旅游局、市政府合作交流办公室、市政府驻北京联络处承办的兰州市文化旅游招商引资重点项目专场推介会在北京举行。

近三年来，兰州市先后实施文化旅游项目179项，完成投资151.94亿元。2018年，全市接待国内外游客达到6721.9万人次，同比增长23.7%，实现旅游总收入594.1亿元，同比增长30.13%。

进入新时代，兰州发展面临的政策机遇比以往任何时候都更为多重叠加，兰州发展也已经步入高质量发展的崭新阶段，兰州市级财政每年预算安排不少于5000万元的文旅产业发展专项资金，组建兰州市文旅产业发展有限公司，设立总规模100亿、首期规模20亿的兰州文化旅游发展基金，专门用来支持推动文旅项目融资建设。

同时在2月28日举行的文化旅游招商引资项目推介会上，兰州市政府副市长刘荣作了重点文化旅游项目推介，兰州市为董松根等18位专家颁发了兰州市政府经济顾问聘书，为兰州籍青年演员孙茜、魏蔚颁发了兰州市文化旅游形象大使聘书。

（杨雨奇）