

南江县文旅康养首位产业发展路径探究

南江县委党校课题组

文旅康养产业是旺人气、活市场、增消费的生态产业、绿色产业、朝阳产业，对带动关联产业发展，助力乡村振兴战略实施，推动经济社会高质量发展意义重大。近年来，南江县深入践行“两山”理论，秉承“全域旅游”理念，围绕“生态立县、文旅强县、和美善治、同步振兴”发展路径，聚焦“生态经济发展高地、国际休闲度假旅游目的地”目标定位，聚力发展文旅康养产业，促进了产业升级，加强了产业融合，优化了产业布局，带动全县人民吃上了“旅游饭”、端起了“金饭碗”。进入新发展阶段，文旅康养产业发展不可避免会面临新的困难和挑战，如何有效释放文旅康养产业生态及经济价值，持续增强文旅品牌效应，是当前乃至今后一段时期深入思考的课题。本次调研，采取查阅资料、群众访谈、实地调查等方式，对全县文旅康养首位产业发展现状进行了充分的了解。在此基础上，提出了全县文旅康养首位产业发展存在的问题，并进一步提出了新形势下南江县突破发展文旅康养首位产业的路径。

一、南江县文旅康养首位产业发展现状

（一）产业收益明显

独特的地理位置和适宜的气候条件，造就了南江县不可复制的生态优势。全县文旅资源丰富，共有旅游资源 2314

处，优良级旅游资源 510 处，占总数的 22%，新发现新认定旅游资源 809 处，占总数的 35%；五级旅游资源 13 处，约占总数的 0.6%；四级旅游资源 49 处，约占总数的 2.1%。生态旅游资源主要集中在北部光雾山，乡村旅游资源主要集中在中部和南部地区，中部有小巫峡、九龙山、断渠古人类遗址等文旅资源，南部有醉美玉湖、七彩长滩、云顶茶乡、植梦西厢等乡村旅游景区。目前，文旅康养产业已成为南江县的支柱产业，对全县的经济增长贡献率达 20%以上。近三年，南江县旅游总收入、游客接待量年均增速分别达 12.87%、9.24%。

（二）政策支撑有力

南江县高度重视文旅康养产业发展，将文旅康养产业作为首位产业进行打造。近年来，国、省、市“十四五”规划提出了关于发展壮大“文旅+”产业新业态目标要求，同时，国家层面也提出了建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区、建设国家级夜间文化和旅游消费集聚区。省级层面支持建设集文化创意、旅游休闲等于一体的文化和旅游综合体，鼓励在城市更新中发展文化旅游休闲街区，建设一批国家文化产业和旅游产业融合发展示范区。南江县立足实际，抢抓新时代西部大开发、长江经济带、成渝双城经济圈、川陕革命老区振兴、乡村振兴和建设巴蜀文旅经济走廊等重要发展战略机遇，先后印发了《关于加快发展生态旅游产业的

决定》《南江县加快旅游业改革发展意见》《南江县生态旅游产业发展实施方案》《关于加快全域旅游发展的意见》等 10 余项文件，通过一系列政策文件，为文旅康养产业在基础设施、环境优化、形象宣传、公共服务、安全保障等方面的建设和发展注入了强劲动力，形成了全民抓旅游的浓厚氛围，彰显了文旅康养产业在推动县域经济高质量发展中的主导地位。

（三）品牌创建有效

南江县始终把品牌创建作为推动产业发展的重要手段，高位开展文旅康养品牌创建，不断提升文旅康养品牌的知名度、美誉度、影响力。通过近年来的持续攻坚克难，目前，已成功创建光雾山-诺水河世界地质公园旅游品牌 1 个，成功创建光雾山国家 5A 级旅游景区和米仓山、玉湖长滩、云顶茶乡等 3 个国家 4A 级旅游景区，有国家重点风景名胜区、国家生态旅游示范区、国家生态文明示范县等 9 个国家级旅游资源品牌。成功创建天府旅游名县、省级全域旅游示范区等 7 个省级旅游品牌。文旅品牌的有效创建，为擦亮文旅名片推进文旅康养产业奠定了强有力基础。

二、南江县文旅康养首位产业发展中存在的问题

（一）产业配套服务不够健全

近年来，南江县委、县政府立足实际，多措并举有效推动了文旅康养产业长足发展，高质量筹办了四川光雾山国际红叶节、巴中市首届文旅康养发展大会等活动和会议，文旅

名片持续擦亮，但也出现了产业设施配套无法满足文旅康养产业发展需要的情况。主要表现为：一是文旅项目类型单一。通过调研发现，有部分游客认为景区的旅游项目仅仅满足于单类群体，消费体验项目较少，对他们的吸引力比较弱。一些景点只有景色、没有消费场景，不能满足各年龄段人员消费需求，例如老人的养生产品、中年人的娱乐场所、孩童的游玩场地等，不能充分兼顾到老、中、少三类群体的旅游需求，对“吃住行游购娱养”各要素考虑得不周全，很难留住游客。二是交通网络体系不畅。交通网的布局实施进度还相对滞后，不能适应文旅点位协同发展，例如从南江县城到光雾山景区仅有一条国道可以通行，易受天气、季节等客观因素的制约，从而影响游客的体验感。三是文旅线路开发较少。南部乡村旅游有其特色，但由于景区统筹谋划相对较弱，对当地的农耕文化、红色文化、古巴国文化等“沉睡”资源挖掘还不够，旅游线路的规划较单一，且数量较少，不能很好地满足游客的旅游需求，致使部分景区、景点的游客较少。

（二）宣传推广力度不足

近年来，南江县委、县政府在文旅康养产业发展过程中对南江文旅品牌进行了有效的宣传推广，取得了一定的效果。但也表现出一些问题，主要体现在这几个方面：一是宣传示范效应不够。调研中发现，一些干部和群众主人翁意识不强，对本县的文旅康养首位产业发展认识不足，对文旅康养等历史文化资源了解不深。群众主动宣传的意识还不强，个别群

众的思想观念有待转变。二是宣传途径相对单薄。虽然现在对南江文旅品牌能够通过节庆活动、网络平台等方式进行宣传，但是成效还不明显，有体量，缺质量。在一些具有明显地标、人流量大的公共场所，对文旅品牌的宣传还不够，部分南江本地群众对文旅品牌认识仍然很模糊。

（三）人才队伍竞争力不够

面对日益增长的文旅消费需求，需要有专业化的文旅人才提供智力支撑。南江县现有的文旅人才队伍已经不能满足文旅产业高质量发展，由于南江县结合自身实际把文旅康养产业作为首位发展产业，基于多种因素的叠加，就使得对文旅康养产业人才的需求愈加旺盛。文旅康养产业本身就是一个交融贯通的大文旅产业，其产业上下游需求多样，专业性强，特别是文旅规划、智慧旅游、旅游营销、文旅创意等各方面的专业人才缺口大，人岗匹配度相对较低。县内懂管理、会营销、懂技术的新型职业农民占比较低，较少参与文旅康养产业的发展。一些依靠文旅康养产业发展的当地群众，大多数都是旺季在家经商，淡季外出务工，全年专职从事文旅康养产业的从业人员少，造成一些淡季景区消费服务不足，人气不高。南江县作为劳务输出大县、人力资源丰富，如何把这一优势运用到文旅康养产业发展中来，让当地老百姓在家门口吃上“生态饭”、走上“致富路”，成为当前亟待解决的重要问题。通过调研发现，当前南江县本地中职、高职毕业生因专业方向、岗位需求、个人前途等多种原因，很多都

前往大城市从事服务业，既不能扎根在大城市，又很难回南江当地发展自身事业，从事文旅康养产业服务的较少。这些都成为了遏制南江文旅康养产业加快发展的瓶颈。

（四）文旅企业带动不明显

南江县在突破发展文旅康养产业的过程中，先后引进了一些企业参与到产业发展中，但总体来说，量比较小，且实力相对较弱，县域内缺少层次高、品质好的文旅项目。先后包装储备重大文旅康养项目 23 个，总投资约 108.8 亿元；引进四川开元集团，投资 70 亿元打造光雾和谷森林康养旗舰项目；引进陕旅集团、义乌小商品集团、宏帆集团、巴山美集团等投资 120.5 亿元建设燕子岩索道、义乌文旅小商品集散中心、宏帆广场特色商业街等项目。但是，目前，全县规上入库文旅企业仅 16 家，现有文旅类经营主体规模小、行业集中度低、带动能力不强，特色商品在文化植入、功能创新、工艺改进上力度不足，竞争实力不够，缺乏文旅领军企业和龙头企业。在实际操作层面，还需要加大对文旅康养产业发展的投入，以及寻求上级更多的政策支持，同时，对那些取得成功的项目可推广到全县，加大力度持续开发，更好服务文旅康养产业发展大布局。

三、南江县文旅康养首位产业发展的优化路径

（一）构建配套“综合体”

完备的产业配套体系能够壮大文旅康养产业的整体实力。一是丰富文旅业态。要提前做好谋划，突破单一旅游项

目限制，掌握老、中、少三类群体的基本动态，充分考虑他们的合理诉求，结合三类群体的合理需要，最大程度满足老、中、少群体对高品质旅游的目标追求。二是改善交通条件。加快建设快进慢出的文旅交通体系，构建以信息咨询、游客集散、旅游交通三大服务为核心的南江县游客服务中心，结合场镇布局，形成以公路为主、铁路为辅、航空为补充的综合交通网络。同时，要加快推进旅游业智慧化、数字化、网络化发展。三是推出精品线路。立足南江县生态资源优势，进一步打好“红”和“绿”两张牌，突出“红”+“绿”主攻方向，将“红色”文化底蕴与“绿色”生态资源充分整合。首先，规划一批“特色主题”精品旅游线路。联动广元剑门关、南充阆中古城、广安华蓥山、广安邓小平故里、旺苍红军城等开发一批精品区域游览线路。其次，开发一批市域精品游览线路。联动市内恩阳古镇、诺水河景区、川陕苏区王坪景区、驷马水乡等4A景区。最后，开发县域特色游览线路。即“山水南江”生态康养度假游线、“巴山乡愁”田园乡村休闲游线、“米仓古道”文化深度体验游线、科普研学主题游线、历史文化主题游线、红色记忆主题游线等。通过打造一系列精品线路，多方联动，探索开发新的康养基地。

（二）汇集招引“聚宝盆”

项目是产业发展的载体和支撑，文旅康养产业要实现真正意义上的发展，就必须抓项目谋划，开展大对接，强化招商引资，持续不断为文旅康养产业发展注入新鲜“血液”。

一是明确责任分工。通盘制定全年的文旅招商工作计划、激励政策、考核任务，同时，定期召开文旅招商引资项目推进工作座谈会，加强各部门的协调联动，听取社会各界专家、团体、群众的意见，形成有效合力，共同推进重大招商引资项目，切实壮大项目建设集群。二是加强双边对接。首先，要加强项目前期包装策划，健全招商引资的相关目录，做到精准招商引资，积极组织招商引资团队参与各级各类文旅推介会，主动与有实力、有影响、有理念的大集团、大公司开展有效对接洽谈，以更好获得成为投资目的地机会；其次，要经常性地加强与客商之间的联系，建立完整的客商库，优先获得投资方面的相关讯息，强化本地资本；最后，建立健全文旅康养项目招商引资评估评价机制，制定产业发展的导向目录。三是完善政策服务。要紧盯招商引资和规划项目的动态跟踪管理，围绕县域内各个文旅点位的特色，要因地制宜，分类引进相关的企业，仔细明确每个项目的责任单位、投资建设、政策扶持等情况，实时跟进招商引资的各类项目，切实做好招商项目的落地运营与招商企业的长期配套服务。同时，要有效发挥资金集聚效应，支持通过政府和社会资本合作（PPP）、贷款贴息等方式，引导各类资金参与投资文旅领域。

（三）涵养人才“蓄水池”

文旅人才是文旅康养产业发展的关键要素，为促进文旅康养产业发展提供源源不竭动力。因此，破解人才队伍建设

不足的瓶颈显得尤为重要。一是培塑本土文旅人才。建立健全文旅人才队伍建设机制，县级有关部门要把文旅促进就业纳入就业发展规划和职业培训计划，不断加强文旅产业专业人员的培训教育，定期组织文旅产业从业人员外出学习先进经验，开阔视野，提升文旅产业从业人员的能力和水平。二是引进外地文旅人才。一方面，积极主动与省文旅厅对接，以交流互派的形式，选派专业过硬、能力出众的文旅产业人员到南江县指导开展工作；另一方面，结合“巴山优才计划”和人才先行区创建要求，严格按照招考程序，通过公开考核招聘的方式，选拔一批文旅专业人才，充实文旅产业人才队伍，提高全县文旅队伍整体素质，更好服务于全县文旅康养产业全面发展。三是建设文旅人才智库。大力实施文旅智库建设，通过聘请全国知名文旅规划、景区建设、宣传营销等方面的专家，定期提供指导建议，攻克文旅产业发展过程中出现的个别难关，涵养人才聚居“蓄水池”。

（四）行成宣传“全链条”

文旅康养产业要全面发展，必须持续加强品牌的宣传，以优秀品牌塑造带动南江县文旅康养产业在巴中知名、四川闻名、中国有名、世界出名。一是创新网络营销。充分利用互联网资源，实施精细营销、抓好节庆营销，创新运用抖音、快手、哔哩哔哩等平台开展线上直播，增加直播流量，宣传文旅品牌。此外，还应加强与主流媒体、高端媒体、新媒体的深度合作。二是加强活动营销。一方面，结合本地文化旅

游资源优势,加强与营销策划专业公司的合作,持续办好“红叶节”“大酥肉节”等重要活动,策划一些代表性、引领型、创新性的活动,组建专业的团队开展营销,加强与周边市场的合作,不断丰富旅游业态,提升南江品牌的竞争力;另一方面,选派专业人员参与国家、省、市级各类“节、展、赛、会”,丰富活动内容,学习先进经验,开展交流接洽,强化联系互动。三是强化矩阵营销。先通过举办特色活动展现南江县本地风土人情、文化魅力,聚集文旅康养产业发展的人气,再用网络宣传进一步提升县城文旅产业发展的知名度,待人气聚到一定程度,利用文旅品牌带动相关产业的全链条发展,保证整个营销体系不重复、不乏味。此外,还可以充分利用东西部协作政策,借助横店影视、东阳木雕等品牌影响、技术支撑、社会效应,推动建成外景拍摄基地,联合开发文创产品,打造特色文旅小镇、康养基地、乡村旅游景区,全面推介南江文旅品牌,助力南江文旅产业做大做强。

课题组成员:张雪、王玉林、罗建等