

关于加强精神文明建设的若干思考

盛学东

党的十八大报告指出,“让人民享有健康丰富的精神文化生活,是全面建成小康社会的重要内容。”几年来, 儒岙镇始终坚持把加强农村精神文明建设作为提升中心镇软实力、竞争力和生产力的重要抓手,经常、广泛、深入、持久地开展精神文明创建活动,取得了一定成效。

一、儒岙镇精神文明建设的实践

1. 坚持文明建设与中心工作相结合,促进农村精神文明建设。从促进全镇各项事业协调发展出发,把精神文明建设工作摆上重要位置,做到了“四纳入”:即纳入镇村经济和社会发展总体规划,纳入党政一把手的重要工作议程,纳入全方位目标管理责任制,纳入镇村干部绩效考核内容,从而大大提高了镇村两级抓精神文明建设的责任感和自觉性,促进了全镇精神文明创建活动的深入开展。建立了“四机制”:一是抓好了实行党政领导责任制,成立了精神文明建设工作领导小组;二是抓好了文明建设例会制,坚持每年研究安排精神文明建设工作目标任务,每季度听取相关单位、人员工作开展情况汇报;三是抓好了精神文明建设保障机制,每年镇里都安排专项资金、落实专门人员,用于并推动镇村精神文明建设;四是抓好了精神文明工作督查机制,根据实际情况定期或不定期督查相关任务落实情况,及时解决镇、村精神文明建设中存在的问题,不断加强对全镇文明工作的规范管理和有序引导。

2. 坚持宣传教育与制度规范相结合,抓好农民道德教育。一是在宣传教育方面。以“文明村村行、乡风代代传”活动为龙头,每年都结合法

定节假日和纪念日,先后开展了“争当文明儒僇人”、“村风评议”、“关爱空巢老人志愿服务行动”等移风易俗和道德实践活动。利用宣传栏、橱窗、墙报、公益广告牌、手机短信平台等阵地做好宣传工作。二是在制度规范方面。经过不断的探索实践,树立了“乡村典章”、“村风民主评议”等农村公民道德教育品牌。

3. 坚持文化传承与活动创新相结合,共创农村和谐环境。一是抓好精神传承。儒岙地处天姥山山麓,文化积淀深厚,传统文化在农民中根深蒂固。通过深入开展“文明村村行、乡风代代传”活动,不断挖掘天姥山文化,传承文化精髓,推动经济社会发展,使“儒商文化”和“扁担精神”成为了推动儒僇发展的内动力。二是建好文化阵地。全镇实现了广播电视“村村通”;建成村落农民公园3个,安装了健身器材等;通过文化室新建、旧祠堂翻建、老校舍改建等三种形式建成村级文化活动中心40个;投资70多万元建成镇中学茶艺馆,为全镇体育艺术培训比赛提供良好的环境。投资250万元建成镇文化活动中心,设置有乒乓球室、台球室、图书室、阅览室等,集老年活动中心与青少年活动中心于一体,为群众文化体育活动提供一个多功能场所。三是丰富特色文化。在深入挖掘汉代王母文化、六朝剡东文化、灿烂唐诗文化基础上,不断挖掘天姥山文化,鼓励扶持传统文化发展。本着“一村一品”的思路,大力推进农民“种文化”活动,成效较为显著。上道地村荣获省农民“种文化”群星奖。全镇已成立了40余支民间文艺队伍,活跃在农村第一线,为农村精神文明建设注入了新的活力。成功举办了“天姥风情”广场文

化活动、全国民俗摄影大奖赛、农民书画展览、“中山杯”篮球联赛等多项文体活动。目前,全镇已形成“镇村有场地、天天有活动、周周有演出、月月有比赛”的浓厚的文化氛围。

4. 坚持建管并重与点面联动相结合,深化文明村镇创建。根据儒僇实际情况,结合中心镇和新农村建设,采取“突出重点、打造亮点、以点带面、建管并重”的方法,着重抓好了文明集镇、文化示范乡镇和环境优美乡镇等创建工作。全镇全面形成了村、企业、站所、单位、镇的文明单位群体,发挥着巨大的主体作用。一是突出集镇及重点村的基础建设。近年来,累计投入1000多万元,加快了农村环境配套基础设施建设。如集镇入口广场、文化综合中心等,在集镇东入口104国道两侧建成了千米绿色长廊和两个入口广场绿地,大大提高了集镇绿化水平。完成镇自来水厂改造工程,使全镇自来水普及率达100%。加强集镇环卫设施配套建设,压缩式垃圾中转站投入使用,新建垃圾箱30座,在104国道沿线及集镇重点村新建垃圾集中清运点22处,建水冲式公厕6座,新安装不锈钢垃圾箱80只、环保型分类收集垃圾箱25只,极大地改善了集镇容貌,提升了集镇品位。二是加强人居环境整治管理。加强集镇环境整治。对主街道路段进行全天候保洁,垃圾日产日清,委托县环卫所代为清运并实行无害化处理,并新建生活污水处理站,推广使用生态公厕。组织公安、城管、工商等部门对集镇街道开展大规模集中整治,“垃圾乱倒、污水乱排、车辆乱停、摊篷乱搭”问题得到有效遏制。开展村庄环境整治,加强对群众生

态环境意识教育,建立环境长效机制,村庄环境得到了显著改善。

二、存在问题和困难

几年来, 儒僇的精神文明建设虽然取得了一定的成绩,但还存在着不问题和困难,主要表现在:

一是文明建设思想基础方面。受几千年封建思想等因素的影响,不信科学信鬼神、不惜代价建庙宇、占卜算命、烧香拜佛、红白喜事大操大办、传宗接代要男孩、不愿火葬要土葬等与时代要求不合拍的现象还比较普遍。

二是文明创建能力方面。群众参与性不高,文明建设缺乏长效性。目前,农村有一定文化和技术的青壮年大都外出务工,留在家的大多是老弱病残、妇女儿童、“五保”对象等,他们参与文明创建的积极性不高、手段也不多。

三是文明建设经济基础方面。农村精神文明建设和城市精神文明建设一样,需要有经费保障,但实际情况却是从镇到村普遍反映出精神文明建设缺少经费,心有余而力不足。

四是文明建设手段载体方面。农村精神文明建设活动中,还不同程度地存在着重宣传、轻过程,重形式、轻实效的现象。现在农民的利益驱动性极强,如果创建活动没有让他们在短时间内看到实惠和带来的变化,就会影响他们的积极性。

三、进一步加强精神文明建设的思考

在今后一个时期,加强精神文明建设必须以提高农民文明素质为目标,以文明村镇创建活动为载体,着力在培育新农民、倡导新风尚、建设新环境、发展新文化四个方面下功夫:

一是加强教育培训,着力培育新农民。加强理论武装和形势政策教育,进一步调动农民群众建设新农村的积极性和创造性;抓好思想观念的转变,强化干部群众的机遇、竞争、发展、市场、创业五种意识,激发农民群众的主动性和创造性;抓好科学文化教育,不断提升农村劳动力转岗就业能力。

二是加强思想道德建设,积极树立新风尚。深入宣传贯彻《公民道德建设实施纲要》,大力开展社会主义荣辱观教育实践活动,大力实施村风建设,深入开展乡村典章、村风评议、评星晋级等道德实践活动,广泛开展“讲文明、讲卫生、讲科学、树新风”活动,借鉴城市社区做法,抓好阵地、队伍、活动、制度四个关键环节,切实解决有地方活动、有人干事、有工作载体、有机制保障的问题,加强民主和法制教育,积极推进农村基层平安创建活动。

三是加强镇容村貌整治,科学建设新环境。因地制宜,大力实施清洁家园、“美丽儒僇行动”,突出重点,切实抓好“五乱”治理,力争通过三年左右的努力,使全镇集镇和农村环境卫生面貌有较大改观;着力抓好生态环境建设,并加强文明村、文明单位示范工程建设。

四是加强公共服务体系建设,大力发展新文化。加强农村文化设施和重点工程建设,新建设施更齐全、功能更完善的儒僇镇文化中心。积极推进文化进村入户,抓好农村文化阵地,发掘文化资源,打造特色文化品牌,并加强对农村文化市场的管理,确保用先进文化和健康有益文化占领农村思想文化阵地。

(作者系儒岙镇党委书记)

新昌旅游外宣工作的实践与思考

方森磊

当前, 旅游客源市场竞争日趋激烈,各地都在不遗余力地进行旅游宣传促销活动,以期提高知名度,吸引更多的旅游者。新昌旅游的宣传工作,经过多年的努力已有一定的影响,并积累了一定的经验,特别是已经连续举办14届的文化旅游节进一步提升了新昌的知名度。但横向来看,百舸争流,不进则退,新昌的旅游外宣还有许多工作要做,新昌的旅游宣传还应从我县的旅游资源出发,采取合适的营销策略包装形象,做足做好大旅游、大发展这篇文章。

一、新昌旅游外宣工作的现状

1.抓外宣工作,借梯登高。一是依托主流媒体加强宣传。近年来,《唐诗之路》《诗画新昌》等旅游专题片接连亮相中央电视台等主流媒体,对提升新昌城市形象和新昌旅游的知名度起到了四两拨千斤的作用。特别是今年拍摄的《诗画新昌》从新昌特色的佛教文化、古建筑、古戏剧—新昌调腔等不同角度推介宣传了新昌。二是积极开展大型采风活动进行宣传促销。先后组织了“探秘天姥山·走进唐诗路”和“佛国金秋”摄影大奖赛、“专家教授重走唐诗之路”、“长三角百家旅行社走新昌”等推介活动,从各个层面扩大新昌旅游业知名度。

2.抓重大活动,建台唱戏。以中国首届唐诗节暨第十四届旅游节、新昌茶文化节等重大活动为载体,利用文化旅游这一软产品来“造势”,使新昌成为关注的焦点,吸引了公众特别是游客的广泛关注,也

吸引了不少商务及学术会议聚焦新昌。大佛寺景区旅游“淡季不淡”,五一“黄金周”扩展为“红五月”,国庆“黄金周”延续为“黄金月”。达利丝绸世界成为全国首家以丝绸文化工业旅游为特色的国家AAAA级景区。大佛寺景区与中国茶市合作推出的“茶禅一味”旅游路线被评为长三角地区经典线路。

3.抓市场营销,借线织网。组团赴主要客源地参加旅游博览会,全面促销旅游产品。参加了省、市在江苏、上海、福建等地组织的大型旅游推介活动,收到了良好的效果,以七盘仙谷景区为例,今年5月份随团参加上海推介会,就与当地旅行社达成合作协议,现已累计组织了2000名游客来新。抓区域旅游合作,实现旅游业联动发展。以“市场共促,资源共享,利益共沾、游客互送”为基础,扩展丰富“新天仙配”经典旅游线路的合作内容,自2002年起经过10年的深度合作,已成为浙东旅游的黄金线路,据初步统计,2012年通过此条线路来新游客达到一万余人。

二、新昌旅游外宣工作存在的不足

1. 政府性宣传营销费用投入不足。与一些周边旅游发达县市相比,我县政府性宣传营销费用投入明显不足。一些县市旅游业宣传营销费用都已上千万的量级,而我县近几年来政府性宣传营销费用投入一直都在100万元—200万元之间徘徊,投入不足成为限制我县旅游业宣传营销工作突破的一大瓶颈。因为资金不足,

在互联网、电视、电台、报纸杂志上宣传力度不够,难以形成较为系统、长久和较大规模的促销。

2.营销活动缺乏长效性,营销方式单一。目前新昌的营销活动较为分散,连贯性不强,如很多旅行社和景区都反映,大型促销活动的效果是明显的,如上海、南京的促销活动,但随着促销活动的结束,客源难以保持高增长态势。营销手段较为单一。目前新昌旅游对外宣传运用较多的只是做做广告、搞搞节庆活动、参加旅游交易会等宣传促销手段,真正有效的旅游营销应综合各种资源,在产品组合、拓展渠道等各方面开展有针对性的营销活动,有重点系统性地实施宣传推广活动。另外除了大佛寺公司,我县的大部分景区、旅行社由于经费有限,除了参加政府组织的推广活动布展设摊、派发资料等,没有能力独自开展大型宣传活动,

3. 营销渠道不够畅通。建立稳定的营销渠道,促进多方合作,充分调动旅游中间商的积极性是旅游营销真正发挥效用的关键所在。景区管理多元化,宣传合力难以形成。我县各景区经营主体不同,既有国有的大佛寺与十九峰景区,也有民营企业管理的七盘仙谷、天烛湖景区等。大家各有一本“三字经”,营销思路很难形成合力。同时,目前新昌本地旅行社、宾馆与旅游景区之间的联系沟通与合作较少。而针对外地旅行社的奖励政策本地旅行社也有一些意见,这些都影响了旅行社对于开展旅游地接业务的态度和积极

性,各类旅游信息也无法及时更新和传递给外地游客。

三、加强新昌旅游外宣工作的对策建议

1.转变思路,多措并举,突破营销资金瓶颈。必须转变传统思维定势,多头并进,聚集财力,才能促进宣传营销工作的全面突破。一是持续加大政府性营销费用投入力度。二是争取上级部门专项扶持资金。三是转变传统观念,把旅游业宣传营销费用承担主体由政府单位转移到旅行社、景区景点、宾馆酒店等市场运行主体上来。在进行宣传营销工作时,按照“政府引领小投入,市场主体大投入”的模式,依照公平、平等、自愿的互惠理念,吸引景区、景点、旅行社、宾馆酒店、购物点等市场运行主体参与,进而分摊宣传营销成本,逐步实现宣传营销费用承担主体的转移。

2.整合资源优势,形成合力,实现宣传效益最大化。着眼于大旅游的发展认知,切实整合资源做好外宣工作。一是要整合资源做好外宣。特别是要提升与浙旅集团的合作,整合旅游局与大佛寺公司外宣工作的资源,避免造成有限的营销经费分散、重复支出的现象,集中力量来抓宣传,用较少的投入引来游客量的最大化。同时采取专业化营销策略包装旅游产品,创新旅游营销手段,利用旅游主管部门的主管作用,凝聚县域宣传营销合力,将人力、物力、财力进行合理统一调配,实现总体投入最小化,营销效益最大化。三是提高区域联合互动的能力,联合

宣传推介新昌旅游。建议和杭州接轨,利用“新天仙配”的爱情主题与杭州的“爱情之都”相对接,将许仙、白蛇与七仙女的故事纳入统一的爱情感品牌,打造一条更为丰富的爱情之旅、浪漫之旅。

3.政府主导,市场化运作,建立相互融合的宣传体制。旅游业的终端是吃、住、游等要素构成的旅游服务产品,与普通商品有别,但同样必须坚持按市场经济规律办事。一是继续坚持政府主导宣传策略。突出要做好以节庆活动为载体的宣传活动。尤其是一年一度的文化旅游节,在旅游节庆期间采取“请进来”的宣传促销方式,每年推出新的旅游线路和新项目,邀请主要目标客源市场的重要旅行社商及新闻媒体进行考察观光和报道宣传,建立“客户”档案。以中央电视台、浙江卫视、浙江在线、浙江之声等媒体为重点,以新昌旅游风光为背景,大力宣传推广“新昌旅游”及新昌整体城市形象。通过政府主导性宣传,提升新昌旅游的知名度、美誉度、影响力、感召力和吸引力。二是充分利用网络的时效性、广泛性、灵活性和便捷性,通过电视网络、有线网络盘活资源,互联互通宣传新昌旅游。三是充分利用市场化运作机制。一靠资源、二靠创意、三靠市场化运作,推出大型主题活动。如全国摄影大赛、新昌旅游形象大使选拔赛、拍摄以“新昌旅游”为主题背景的电视剧等活动,不断提升新昌旅游的知名度,为新昌旅游发展做出新的贡献。

(作者系县风景旅游管理局副局长)