

# 东台文旅:打好融合发展“三张牌”

□记者 邓兆冲

**盐城晚报讯** 近日,记者了解到,东台围绕“发展与保护协同、文旅与生态相融、品牌与品质并进”定位,聚力打好特色牌、品质牌、营销牌“三张牌”,做深做透文旅深度融合发展文章,坚定走好文旅融合高质量发展之路。

打好特色牌,以全域视角发展全景文旅。牢固树立“大旅游”理念,以“休闲度假”为主题,以“商养学闲情奇”为元素,全面绘就“只此青绿”的东台画卷。做足“世遗”文章,精心擦亮“世界自然遗产地·盐城东台条子泥”的金字招牌,最大限度挖掘“海洋、湿地、森林”的独特内涵,以珍爱之心呵护“天空精灵”,重点打造“勺嘴鹬”独特地标,高标准建设湿地观光栈桥、鸟类博物馆,展现“海天一色、万鸟翔集”的壮美景观。做活“融合”文章,积极传承好古镇民俗、海盐文化、红帆精神等地域文化,进一步叫响音乐节、观鸟节等文旅产品,精心设计“乡产、乡游、乡食、乡宿”等体验项目,充分彰显农耕农艺、民居康养等农旅特色,以新业态释放蓬勃活力。做优“全景”文章,以4个国家4A级景区为“风景眼”,优化布局东部世遗风光、西部人文历史、中部田园乡村三大文旅板块,精心打造沿海旅游风景线路等,推动处处有景可赏、有情可寄。

打好品质牌,以高端导向厚植高优势。以“四区同创”为主线,重点突破带动文旅融合全域全面提升。市

级层面争创省级文旅产业融合发展示范区,黄海森林公园力争省级旅游度假区2023年度考评排名靠前,条子泥湿地年内完成零碳景区备案认证,西溪景区年内创成全国夜间文旅消费集聚区。重抓节点打造,加快推动黄海森林公园花间驿、小木屋、露营地等业态项目建设,提档升级西溪景区植物园、湖滨花园酒店等功能配套,精心打造条子泥湿地海韵园、科普基地、滩玩乐园、潮汐市集等引流节点。推进智慧旅游大数据建设,不断加强旅游市场秩序管理,提升旅游运营管理的科学化、智慧化。

打好营销牌,以品位提升彰显品牌魅力。围绕话题营销、消费需求等,全面放大品牌效应,多维提升“一路走来、还是东台”的影响力。进一步改善旅游交通、住宿、餐饮、卫生等服务条件,优化24小时书吧布局,加快吉庆路城市书房建设,提档升级博物馆,新建一批服务驿站,完善旅游集散中心功能,开通更多城际旅游快线和景区直通车,提供更具亲和力的旅游服务。深耕长三角、拓展珠三角,重点把握元旦、春节等重要节点,组织开展东台文旅线上、线下活动宣传,加强特色二日短途游线路的推介。持续推出观鸟露营、渔俗体验等旅游产品,精心举办名家书画展、非遗展、摄影展等主题展览,以更富魅力的旅游体验持续扩大影响。

## 范仲淹后人范梅艳西溪寻根

**盐城晚报讯** 10月30日,香港江苏籍乡贤经济文化访问团来到千年古镇——东台西溪,开展交流访问。范仲淹26世孙、香港范仲淹基金会会长范梅艳随团寻根,追忆先贤。

午后的古镇西溪,风和日暖,闹而不喧。香港访问团一行人,在犁木街感受西溪文化的活力四射。情景戏剧《范仲淹》,再现宋代西溪的人文景象。表演中,范公治泼皮、兴仁政、筑海堤等为国为民的场景,深深触动了香港访问团一行人的内心。

“范文正公一直没有离开这片土地,每个人的内心深感震撼,感受到范公先忧后乐的家国情怀。”看到西溪古镇《范仲淹》的演出,范梅艳女士十分感动,向演员、观众讲述着忧乐思想的驱动力量,“我们大概有60至70多个公益慈善项目,最远到西藏、新疆,还有海南岛,我们的足迹遍布全国各地,为什么这么执着?就是因为先祖这句

‘先天下之忧而忧,后天下之乐而乐’,伟大的民族精神激励着我们,为中华民族伟大复兴而贡献力量。”

当天,访问团一行人还来到西溪盐仓监、海春塔苑、影视创客中心、汉服馆、发绣馆等多个场馆,欣赏别有韵味的古镇风光。“三相”留下的人文佳话、古朴沧桑的千年宝塔、国色天香的华美汉服、栩栩如生的青丝奇迹,每一项都让访问团惊叹不已。

据悉,范仲淹与东台、与西溪的故事从未结束。2021年,范仲淹赴任西溪监管盐仓1000周年之际,为表达范仲淹的忧乐情怀,盐城市范仲淹研究会在古镇西溪揭牌成立,东台西溪旅游文化景区为副会长单位。2023年,京剧《范公吟》响彻王昆大剧院。以范公的事迹为主题,京剧结合现代音乐元素,用传统文化讲中国故事,以国粹之声抒为民情怀。

记者 赵亮

## 今世缘三季度销售业绩喜人

**盐城晚报讯** 10月30日,江苏今世缘酒业股份有限公司发布2023年三季度报告。报告显示,2023年前三季度,公司实现营业收入83.63亿元,同比增长28.35%;实现净利润26.36亿元,同比增长26.63%;基本每股收益2.1139元/股。2023年第三季度,公司实现营业收入23.94亿元,同比增长28.04%;实现净利润5.86亿元,同比增长26.38%。

从产品结构来看,2023年前三季度,出厂指导价300元/瓶以上的特A+类产品实现营业收入54.41亿元,同比增长25.24%,占公司收入比重为56.06%;100元至300元价位带的特A

类产品实现营业收入23.48亿元,同比增长37.61%。百元以上中高端产品销售占比高达93.13%,基本盘地位十分稳固,区域深耕不断深化。

从销售区域来看,省内市场继续保持较高的增长态势。其中南京大区实现营业收入20.95亿元,同比增长21.31%;淮安大区实现营业收入16.56亿元,同比增长26.36%;苏中大区实现营业收入11.56亿元,同比增长39.74%;苏南大区、盐城大区、淮海大区也保持较高增长。省外市场实现营业收入6.05亿元,同比增长40.42%。

记者 周峰华

## 全省“百姓名嘴”风采展示

### 我市选手吴笛等人获奖

**盐城晚报讯** 近日,“贯彻二十大奋进新征程”2023年“百姓名嘴”风采展示活动全省总决赛举行,盐城市委宣传部获优秀组织奖。在全省各地26组选手的激烈角逐中,我市东台市选手吴笛的作品《58年:盐碱荒滩变绿洲》荣获二等奖,阜宁县选手陈晶晶、盛俊豪的作品《穆沟古村的变与不变》荣获三等奖。颁奖仪式上,我市2018年“百姓名嘴”选手王启稳受邀特别出演原创情景剧《家门口的宣讲员》。

吴笛是黄海森林生态旅游度假区金牌讲解员。在日常工作中,踏实专业是她的本色,无数次赢得游客好评。她一直在景区忙碌,将黄海森林公园的美景变成走心的讲解,把用心的接待化成游客的微笑。唯有植树志常在,敢教荒滩变绿洲。总决赛中,吴笛从58年前“18勇士”改碱降盐、垦荒植绿说起,声情并茂地讲述了黄海森林公园从点点绿意到葱郁林带,再到繁茂森林,一代代林场人薪火相传,在盐碱滩涂上书写了愚公移山式艰难造林的绿色传奇。如今的黄海森林已然成了黄海之滨上的一颗绿色的“璀璨明珠”。通过吴笛深情讲述,一幅人与自然和谐共生的美丽画卷正徐徐展开。

近年来,我市持续擦亮“盐之有理”理论宣讲品牌,从农村党员、致富带头人、乡贤名人、退休干部、名校优生等群

江苏省“百姓名嘴”风采展示活动总决赛



吴笛在比赛中。

体中选出政治素质高、表达能力强、宣讲接地气的“百姓名嘴”,充分发挥“百姓名嘴”在基层理论宣讲中的示范引领作用,通过他们扎根基层,开展常态化理论宣讲活动,让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。“百姓名嘴”来自群众,讲给群众,他们有中国好人、道德模范、人大代表、行业标兵、文艺骨干,他们用亲身经历和朴实语言,把榜样人物的爱岗敬业、无私奉献、执着坚守的先进事迹进行传播,传递身边正能量,唱响新时代主旋律。

记者 赵亮

## 沉浸式展现盐城发展变迁

### 戏剧《我不是菜鸟》“竹林”首演



《我不是菜鸟》剧照。

**盐城晚报讯** 10月30日上午,竹林沉浸式戏剧《我不是菜鸟》在竹林大酒店内首演。该剧借助竹林大酒店内真实呈现的老盐城场景,以盐城一家三代人“打鸟、护鸟、画鸟”的故事,向观众们展现了盐城发展的时代变迁和社会进步。

“我是盐城建湖人。建湖的高速路口有一片竹林,飞满了白鹭,这种现象是近几年才有的。也没有人去打鸟,大家觉得有鸟的地方很幸福。”谈到剧本创作的灵感源泉,编剧、南京艺术学院党委副书记李向民说,“这是我们几十年来生态文明建设的成果。从打鸟、吃鸟到养鸟、护鸟,再

到画鸟、宣传鸟,它能够串起我们三四十年的巨大变化,这是一个非常特别的视野。”

全剧泪点笑点十足、包袱不断,跌宕起伏、引人入胜,黄海湿地守护员们以戏剧的形式,与群众近距离相见,产生心灵碰撞。演出中,丹顶鹤、黑嘴鸥、勺嘴鹬等黄海湿地精灵们相继登场,让观众们切身感受到生态文明建设的成果。一个半小时的表演,一个个生动鲜活的人物形象,一幕幕催人泪下的动人故事,引发了现场观众强烈的情感共鸣。

引人注意的是,大屏上的湖荡风光扑面而来,舞台上的表演张力十足,中庭内的独白冲突不断,多维互动空间创造了十足的沉浸式体验。李向民表示,该剧在演出空间的调度上花了很多心思,竹林大酒店的每一处角落、每一条街巷都是景。演出设计“因地制宜”,将中庭、人民大舞台、大屏等多元场景联动,既延伸了演员的表演空间,同时让观众还能在戏剧中游览竹林大酒店,欣赏盐城湿地风貌,做到了“演在竹林,人在剧中”,沉浸式体验直接张力拉满。

据悉,2021年10月底,承载了几代盐城人集体记忆的竹林大酒店重装开业。经过两年的精心运营,已蝶变为城市文化生活的新地标,累计吸引200余万人次打卡,获评“长三角最美公共文化空间”。

记者 赵亮