

◆学习贯彻党的二十届四中全会精神

# 乘势而上建设全国一流旅居目的地

贵州产业技术发展研究院课题组

党的二十届四中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》明确提出，“推进旅游强国建设”。当前，我国旅游产业蓬勃发展，传统旅游正从“观光式游览”向“品质化生活体验”转型。旅居作为一种深度体验式旅游模式，已经成为旅游产业高质量发展的新引擎。贵州气候凉爽、海拔适宜、环境优美，发展旅居产业优势明显，要抓住这一轮旅游产业升级机遇，把旅居产业作为打造“多彩贵州”文旅新品牌的重要抓手，统筹发展城市和乡村旅居，大力推动旅居与地产、文旅体、农业等有机融合，不断丰富旅居业态，打造全国一流旅居目的地。

优化城市旅居布局、强化引领、推进“旅居名城”建设。针对城市旅居产业供给不足、产业集群效应不明显等问题，建议：一是优化城市旅居布局，推动旅居地产项目与地方特色资源双向奔赴、形成互动。对于增量旅居地产项目，要提前考虑旅居业态，重点在景区、公园、度假区、古镇等周边布局。二是突出避暑旅居，着力建设旅居产业先行区、示范区。在进一步做好老年人避暑康养这篇大文章的同时，整体谋划数字游民等年轻群体来贵阳旅居创业、休闲度假。加强对四川、重庆等主要客源地的文化宣传与品牌营销，进一步拓展湖南、湖北、广东、江西等重点市场。三是谋划推进“旅居名城”建设。在各市州选择1—2个有条件的县（区）建设“旅居名城”，将镇远、凯里、花溪、兴义、水城等建设成为重点历史文化旅居城，将桐梓、习水等打造成为环成渝旅居带，培育修文、龙里等黔中旅居县城圈。

强化乡村旅居配套、培引主体、不断提升产业组织化程度。针对乡村旅居产业层次不高、产业组织化程度低等问题，建议：一方面，在城郊村、景区周边村等重点发展的旅居村，探索构建餐饮文化消费公共空间，配套完善步道、公交、快递等基础设施及服务，大力整治环境卫生。

另一方面，在培育和引进经营主体上下功夫，鼓励民宿业主开发民俗展演、非遗体验、农事研学等旅居项目。比如整乡推动旅居产业发展的贵阳市花溪区黔陶乡，进村是园（田园风光）、进门是院（休闲交流）、楼下是坊（工坊体验）、楼上是居（居住生活），还有集多种服务功能于一体的产业示范庄。应及时总结推广一批乡村旅居好做法好经验，加强人才培训和使用。

进一步深化改革景区旅居、注重“景城联动”、提升产业层级。针对景区旅居产业协同不够、业态不丰富等问题，建议：要突出“景城联动”，进一步抓好景区管理改革各项措施的落实；着力推动景区运营主体以商招商，积极招引有关文化演艺、体育赛事等龙头企业入驻景区，丰富产业链生态。从遵义市赤水天鹅堡·天湖岛景区运营看，设立度假区和度假小镇，更契合旅居概念、效果比较好，应总结运用好“景区+度假”模式，破解景区观光游居滞后的难题。景区旅居关键靠龙头企业引领来提升产业品质，课题组对多家旅居经营主体进行了分析研究，这些企业业务主要有综合引领型、基地运营型、内容供给型、平台服务型、规划设计型、行业拓展型6种类型，应引导重点景区因地制宜，加强与相应经营主体的项目合作，不断挖掘和丰富旅居产品和业态，为旅居产业发展发挥示范作用。

积极搭建旅居与地产的联结通道，重点在盘活闲置房产上下功夫。发展旅居地产、坚持租购并举，是方便城镇旅居者体验当地生活的基本承载，也是盘活释放城镇闲置居住资源价值的有效途径，建议：一是重点选择在公园、地铁等附近发展旅居地产，运营主体要在旅居项目规划设计环节就提前介入，以便与后续运营无缝衔接。二是积极促进存量地产项目与头部运营主体对接，可采取“房源+连锁品牌”“房源+OTA平台”“房源+轻资产运营”“房源+换住体系”4种方式盘活，按营业额一定比例分配收益。三是推动房地产开发商、运营商加快转型，根据市场变化加大旅居

房产品供给力度、优化产品结构、做到租售并举。我省民宿缺乏中端产品，建议开发针对中等收入人群的长租民宿。四是注重运用市场化机制解决房源淡季闲置问题，可采取以旺补淡、四季联动、全国换住等方式进行探索。如与海南省相关企业合作建立联营平台，培育“冬到海南、夏到贵州”联营模式。

强化需求导向，推动文旅、康养、研学特色资源与旅居市场有效对接。对文化旅游，建议进一步坚持以文塑旅、以旅彰文，突出文化在旅居中的引领作用；根据旅居者的消费需求，重点在文化场景打造、文化活动组织、文创产品供给、公共文化服务等方面狠下功夫；大力支持省、市、县三级文化单位开发文化产品、开拓市场、积极对接城市和乡村旅居项目。对于康养旅居，我省拥有森林、温泉、中药民族药等宝贵资源，建议把准康养客群，一部分是注重身体健康的老年，一部分是需要缓解压力的中青年人群；要把森林养生、温泉养生、中医药养生等作为主攻方向，支持企业开展康养产品深度研发并积极投放市场，形成产业化；围绕旅居社区、景区等布局保健基本服务配套项目，满足旅居客基本需求，同时，引导支持企业开发和提供植物芳香疗法、音疗等精品服务。对于研学旅居，应高度重视青少年寒暑假研学旅行市场的培育壮大，进一步明晰研学旅居安全有关方面的责任边界；支持企业集成研发多种研学形态的组合产品；进一步扩大特色研学基地规模、提升研学体验感和获得感；对一些特色旅居研学基地，要注意挖掘客户资源和独特价值。

着力解决“地、房、钱、证”等政策端堵点。新兴产业加快发展，离不开政府、经营主体、社会组织等方面共同努力。建议研究出台旅居专项用地保障措施，允许重点乡村探索点状用地等灵活方式，有序推进农村集体经济经营性建设用地入市改革，加强存量建设用地和闲置宅基地盘活利用；建立旅居地产项目认定标准，优化教

育设施、车位配比等配建和淡旺季物业收费标准，积极引导支持房开企业开发小户型、精装修等“候鸟式”旅居商品房，拓展存量地产盘活渠道，鼓励房地产商采用先租后售、租购并举的方式引流盘活；注重整合各部门资金使用，创新推出金融产品和服务，采取项目贷款贴息、经营户补助和轻资产短期流动资金贷款支持等措施，把旅居纳入“引客入黔”奖励范围；统一全省证照办理规范，学习借鉴有关省做法进一步完善和优化网约车管理，引导和鼓励民宿“一个申企”“企升规”，支持成立贵州省旅居行业协会，充分发挥协会在政企沟通联络、行业秩序规范、抱团良性发展等方面积极作用。

构建全域旅游宣传体系，完善传播链条，打响“旅居贵州”新名片。目前，“旅居贵州”品牌知名度仍有待提升，只有以“旅”为先行导向，以“居”为核心支撑，才能完善传播链条，建议：一是全省统一打造“旅居贵州”IP、提升旅居知名度。制定统一宣传策略，整合景区、城市旅居地产、乡村旅游等资源，联合开展“旅居贵州”品牌推介活动，发布旅居地图，推广典型案例，推出“一程多站”联程旅居产品线。二是激发和保护旅居创业活力。当前贵州不少旅居企业主动自发到云南、浙江等地学习取经，因地制宜开办民宿和体验坊，应给予引导支持。三是善于借助社会组织开展精准营销。高度重视社群文化对旅居者的日常吸引力，引导社区成立各种兴趣小组，组织旅居者开展丰富的文娱活动。四是充分发挥各类媒体的宣传引流作用。这些年贵州“村超”“村BA”“村T”、贵阳“路边音乐会”引起一波又一波流量，建议继续加强与小红书、抖音、快手等平台合作，发挥网络大V、运营公司作用，运用短视频、直播、短剧、攻略笔记、优惠促销等方式强化传播，不断扩大“旅居贵州”对外影响力。

（课题组组长：魏雄军，课题组成员：谢双扬、冉依林、鲁成军、罗爽、李骏宇、宋沛林、李悦、潘靖）



铜仁市印江自治县慕龙村大力发展旅居产业。  
周访华 摄（影像贵州）

## ◆理论宣讲

理论宣讲是党的理论武装工作的关键环节。立场、主张、动员是理论宣讲的核心概念，应坚持不懈；形式、方式、媒介是理论宣讲的重要环节，可因时而变。贵州创新开展“理论宣传二人讲”取得了较好的成果，但在组织形式、人才挑选等方面仍存在一些不足，需要注重理论宣讲工作中的概念和环节，清晰认识变与不变的辩证关系，才能推动工作拓宽走深。

理论宣讲的核心概念不能变。理论宣讲必须始终坚持习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作，站在最广大人民的立场上宣传党的创新理论。从人民群众最关心、最直接、最现实的问题出发，把党的正确主张变为群众的自觉行动，让群众明明白白地理解这些主张提出的原因。同时，激发人民群众的主人翁意识，在日常行为和行动中，在自身追求美好生活的人生体验中，积极投身中国式现代化建设实践。

理论宣讲的立场、主张、动员不能变。理论宣讲一定是站在党和人民的立场去进行宣讲，而不是站在别的什么立场。必须将党治国理政的各项主张明确、清晰地表达出来。这种表达可以是直接性地以政策解读的形式表达的，也可以是形象化、以生活事例或者思想感悟来侧面表达，但是无论哪种形式，核心都是让人民群众知晓党的理论主张。理论宣讲除了教育群众和统一群众思想以外，更重要的是动员群众、引导群众，这种动员是形成一种潜移默化的心，最终影响宣讲对象的日常生活和行动。

推动理论宣讲更有内涵。习近平总书记在给上海市杨浦区“老杨树宣讲汇”全体同志回信中强调，你们结合亲身经历，向市民讲历史，讲党的创新理论，讲新时代上海城市发生的可喜变化，这是很有意义的事情。理论宣讲吸引人的关键是内涵，只有内涵丰富、反映时代发展、反映社会变迁的宣讲才能引起群众的共鸣。因此，必须重视“理论宣传二人讲”的质量建设，明白一场照本宣科、不接地气、完成任务式的宣讲对基层群众凝聚力的破坏作用，严格做好质量把关，在控制数量的前提下，抽调理论专家对主题、讲稿等进行细致审查并提出修改建议。

理论宣讲变的是形式、方式、媒介。理论宣讲工作要跟随时代变化，当下，个人通过互联网所获取的知识和信息是过去的时代不曾具备的，但是这种离散化、碎片化的信息片段带来的认知割裂同样是过去不曾具备的。同时，人民群众的情况是有变化的，农村人口与城镇人口的比例变化、受教育人口特别是受大学专科以上教育的人口增长等，都使得理论宣讲要贯彻具体问题具体分析的方法开展。在形式上，互动、讲故事式的理论宣讲凭借其持续性地抓住理论宣讲对象的兴趣点的特点，成为目前理论宣讲最受欢迎的形式。通俗易懂、生活化的语言是基本方式，也只有这样的语言才能使群众能接受、可接受、乐接受。这种通俗易懂的话语跟随的是“以小见大”的叙事模式，通过小事件、小故事、小感受反映大的时代、大的政策和大的理论。今天的社会，数字媒体的使用已经普及于群众，基于这种现实，利用数字媒介开展理论宣讲已经是必然趋势，同时，线上数字媒体传播带来的互动性特点，使得理论宣讲的对象在对话、分享的过程中，实现了对象向主体的转向。

进一步做好统筹与队伍建设。进一步加强统筹谋划，结合基层具体实际，采取专人培训、工作指导、队伍下乡等方式，推进理论宣讲进基层、进一线。在队伍选择上，根据实际情况，加强上下联动，一方面从大中小学、党校、党政机关等理论人才较多的单位中挑选政治素质好、理论水平高、宣讲能力强的人才讲理论，也要注意发掘其他群体中的理论宣讲人才。另一方面从老党员、老军人、老干部、老教师、老工人等老年群体以及基层机关、企业车间、学校医院等基层工作一线的队伍中挑选出情况熟悉、经历丰富、群众认可的人员作为讲实训践的人才。

推动理论宣讲的精准化、数字化。精心做好主题选择与备课，在写好讲稿的基础上，因理论宣讲对象的不同，做好分众化、有针对性的准备。比如，给在校大学生讲高质量发展、产业布局、就业举措，给农民讲乡村振兴、医疗保障，给城市居民讲数字治理、依法治国等等。数字化就是要利用好数字媒介、网络平台，实现传播方式的改变，同时根据互联网受众特点，形成与线下宣讲不一样的宣讲模式，以文化作品的形式推动理论宣讲的数字化，如解说式宣讲、电影式宣讲、动画式宣讲等。

（作者单位：乌当区委宣传部）

# 注重理论宣讲的质量建设

蔡彬燃

## 高质量发展旅居产业

王天羽

旅居产业作为重要的现代服务业和朝阳产业，既有重要的经济价值又有特殊的社会价值和生态价值，不仅是拉动消费增长的强劲引擎，也是实现乡村全面振兴和区域协调发展的有力抓手，更是践行“两山”理念的典范示例。贵州有得天独厚的地质条件、舒适宜人的生态环境和多彩绚烂的民族文化，旅游资源富集、基础扎实，发展旅居产业潜力巨大。

加强顶层设计，优化全域空间布局。找准发展定位。以市场需求为导向，结合贵州生态气候及民族文化、红色文化特色和发展历史阶段，因地制宜、因势利导、量力而行、尽力而为谋划发展旅居产业，力求“人无我有、人有我优、人优我特”。编好专项规划。用足用好现有政策，按照有关部署要求，认真组织编制旅居产业发展专项规划，做到心中有数、手里有招。系统一体推进。坚持全省一盘棋思想，分级、分类、分层、分步推动全省旅居工作，立足自身优势，深挖本地资源，突出特色，避免同质化发展。

低效重复项目建设；衔接做好国土空间规划，保障旅居产业发展用地；加强面上统筹工作，通过线路共推、品牌共建、客源共享，实现各地旅居产业特色互补和价值共生。

进一步深化改革，充分释放发展潜力。充分发挥有效市场和有为政府作用。以项目为抓手，盘活存量、做优增量，围绕重点区域、重点业态谋划实施一批有前景、见效益的旅居项目；通过“重点扶持一批、兼并重组一批、培育引进一批”，着力提高市场主体专业化运营水平。切实推进旅游供给侧结构性改革。坚持问题导向和市场需求导向，以人民为中心，更好适应大众旅游需求升级迭代趋势，促进城乡互动能、一二三产业融合、山水田联合、文体康配套，推动旅居产业转型升级、提质增效。健全完善体制机制。进一步深化旅游资源“三权分置”改革，着力打破部门壁垒，强化多个部门的协同配合，构建跨层级、跨部门的综合协调新格局，不断突破资源和行业管理边界，实现要素高质量整合与利用，激活旅居发展新动能。

完善要素保障，夯实旅居产业根基。要细化旅居配套服务，聚焦“吃住行游购娱”，着力构建强旅游发展硬支撑，提升旅游服务软实力。围绕旅

游市场需求和游客流量变化，既做好前瞻布局和规划设计，变“路程”为“旅程”，又加强临时应急调度能力，如设置移动厕所、错峰使用停车场等，为游客提供更加优质细致的服务，努力创造宜业、宜居、宜乐、宜游的良好环境。加强旅居人才队伍建设。注重校企联合培养，增设旅居管理专业，打造省级旅居人才培训基地。同时，注重借鉴先进地区好经验好做法，加大旅居管理团队和人才的引进力度。加大宣传推介力度。树立“大宣传、大营销、大推介”的理念，组织开展多形式、多层次、多领域的旅游宣传推介活动，既做好形象宣传又做好内容宣传，让“走遍大地神州，醉美多彩贵州”家喻户晓。创新政策资金支持。进一步简化旅居产业有关审批流程，有序破除市场准入壁垒。设立省级旅居产业发展基金，撬动社会资本投入，实行“以奖代补”。加大金融支持，给予一定的贴息补助，创新融资模式，盘活乡村闲置资产，为旅居产业发展注入源头活水。

（作者单位：中共贵州省委办公厅）

## 激活民族特色村寨文旅发展活力

宋怡 杨志军

习近平总书记在贵州考察时指出，少数民族文化是中华文化不可或缺的组成部分，既要保护有形的村落、民居、特色建筑风貌，传承无形的非物质文化遗产，又要推动其创造性转化、创新性发展，让民族特色在利用中更加鲜亮，不断焕发新的光彩。贵州少数民族特色村寨具有资源丰富、类型多样、集中连片等优势特征，精深挖掘、亮点打造的潜力巨大，对推动我省打造“多彩贵州”文旅新品牌、促进民族地区乡村全面振兴、深化铸牢中华民族共同体意识模范省建设具有重要意义。

以文化传承为核心，构建民族村寨保护新范式。一是立法固本和规划引领并重。贵州近年来相继出台《贵州省促进民族团结进步条例》《贵州省

优秀民族文化传承发展促进条例》等地方性法规，将民族村寨保护纳入法治化轨道。明确“重点打造一批、扶持建设一批、规划保护一批”的分类实施策略，确保传统民居、农耕文化、非遗技艺的系统性保护。二是数字赋能和活态传承协同。依托“大数据+”技术，对西江千户苗寨等核心村寨进行VR实景监测和修缮追踪。同时，推动非遗技艺与现代设计融合，鼓励职业院校增设古建筑修复专业，破解技艺断层难题。三是多元参与和利益共享联动。通过“资源变资产、农民变股东”的普惠路径，让保护与发展成果惠及群众，形成共建共治共享新格局。

以产业融合为引擎，激活乡村全面振兴内生动力。一是“非遗+”产业链赋能传统产业升级。通过“非遗+电

商”模式，传统村寨既能守护文化根脉，又能激活内生发展动力，形成保护与发展的良性循环。二是廊带经济与区域联动破局。黔东南州以“中国乡村旅游1号公路”为轴线，串联黎平肇兴侗寨、从江县岜沙苗寨等节点，形成全长488公里的环月亮山苗族风情旅游线、环都柳江侗族风情旅游线两条精品廊带，形成跨县市的“民族村寨+景区”协同发展新模式。三是电商破圈与品牌增值共振。“一码贵州”平台整合丹寨蜡染、水族马尾绣等非遗产品，并与抖音等主流电商合作拓展线上渠道，通过直播带货实现销售规模显著提升。建议打造省级民族产品电商平台，培训直播销售员，鼓励省内大学生开展短视频创作竞赛孵化“村寨网红官”，推动“黔银”“黔绣”等“黔

（作者单位：贵州财经大学）