

山西乡村民宿发展对策研究

何 宏

近年来,随着共享经济的推进,我国乡村民宿行业迅速升温。尤其是2018年以来国务院连续出台一系列相关利好政策,助力乡村民宿发展,加快其发展进程。

一、乡村民宿的特征

乡村民宿的定义近些年一直未厘清,直到2017年8月前国家旅游局发布《旅游民宿基本要求与评价》,对旅游民宿作出明确定义,并指出根据地域不同可将其分为城市民宿与乡村民宿。

由此可见,乡村民宿即为地处乡村和城郊的旅游民宿,那些地处城郊乡村的家庭旅馆、旅游客栈以及具有住宿功能的农家乐等都是乡村民宿的不同形态。

根据该定义并参考各省出台的地方标准可以得出,乡村民宿通常具有以下特点:第一,乡村民宿大多是利用闲置家庭自有住宅,规模较小。第二,要与当地自然人文资源相融合,表现当地特色,带给游客深度旅游体验。第三,强调乡土气息和人情味,民宿主人参与游客接待,为其营造浓厚家庭氛围。

二、山西乡村民宿的发展现状

在各种鼓励民宿发展的利好政策推动下,山西省民宿行业驶上高速发展的

快车道。2018年4月,根据民宿招商与投资、中商产业研究院整理的数据,山西省民宿仅593家。截至2019年8月,仅民宿第三方平台小猪短租的房源数量,山西省线上注册民宿已达5101家,其中乡村民宿545家。

从小猪短租的数据来看,山西省11个地市中,民宿总量排名前三位的分别是太原(2356家)、晋中(1390家)和大同(813家)。乡村民宿数量位列前三名的则是晋中(400家)、忻州(33家)和晋城(32家)。其中太原市城市民宿2353家,较去年同期民宿注册率高出248%,而乡村民宿仅3家。

由此可以看出,目前我省乡村民宿数量较少,且其发展主要依托周边的旅游景区景点。以晋中市为例,平遥古城乡村民宿312家,灵石县依托王家大院、绵山等知名景区而开设的民宿58家,乔家大院所属的祁县11家,三县民宿总数

占晋中乡村民宿总体量的95.2%。

总体来看,我省目前乡村民宿还处于发展的初级阶段,还存在政府规划监管不到位、民宿本土特色不突出,服务质量普遍不高,品牌意识缺失等诸多问题,如何更深层次挖掘地方特色,开发精品乡村民宿,成就民宿旅游,山西还能大有作为。

三、山西乡村民宿发展的对策建议

加强政府宏观导向作用,加强民宿监管 政府在乡村民宿发展中应起到至关重要的作用。宏观方面,应加强政府规划引导,为当地乡村民宿选择适当开发建设模式。古村落民宿尤其要注重古建筑的保护和修缮,尽可能保留传统建筑和民俗文化特色。进一步推进民宿政策创新,从资金支持、经营模式、基础设施建设等方面推进民宿产业健康有序发展。微观方面,构建民宿综合服务平台,为乡村民宿企业提供金融解决方案、行

业基础培训和线下品牌活动等多方位服务支持。此外,重视乡村民宿监管,确保民宿合法性和安全性,规范民宿从业者行为,平衡各利益相关者间的关系,逐步推行乡村民宿标准化,并持续推进民宿管理体制创新。

凸显民宿特色,注重家庭氛围

深入挖掘乡村及其周边的自然人文历史资源,充分展现民宿特色。在民宿设计修缮过程中,融入当地文化元素,展现当地特有民俗风情。在民宿运营过程中,结合当地优势资源,在民宿院内推进一些特色项目,并定期增加或更新。也可不定期推出农活体验活动、当地特色农产品和工艺品的制作观摩、民宿活动表演等,让游客感受农村生产生活氛围,增加当地农民收入的同时,拓展和维护企业与乡村社区间关系。此外还可以设计山路户外活动或其他特色旅游活动,探索尚未开发的旅游资源。总之,通过

各种内容丰富、形式多样的活动,使游客获得个性化体验。

在国家标准对旅游民宿的定义中着重强调主人参与接待,可见民宿对营造家庭氛围的关注和重视。由主人参与并带动的家庭氛围使民宿与程序化规范化的酒店服务相区别,也让习惯于冰冷僵化的酒店服务设施设备的游客感觉到质朴、温馨和舒适。

加强员工培训,提高服务质量

乡村民宿大多处于偏远地区,当地村民是必不可少服务提供者,但由于普遍素质不高,专业服务技能或缺,因而要重视员工培训。首先,良好的服务意识有利于服务质量的提高,因而要培养员工的对客服务意识,树立“游客至上”的服务理念。其次,做好服务技能培训,把握典型性、实用性和针对性的原则,就实际可能出现的服务问题的处理过程、处理方法及技巧等方面进行专题教育。

虽然民宿属于非标准化住宿,但提高服务质量仍然是乡村民宿企业进行市场竞争的根本出发点和着眼点。只有不断提高服务质量水平,满足游客需求,才能达到游客满意,实现游客忠诚。民宿管理者要认真抓好服务规章制度建设,落实各岗位服务标准,完善激励约束机制,加强日常运营管理,关注服务接触过程,注重精细化管理。

拓宽营销渠道,重视品牌建设

互联网以其受众分布广泛、互动交流便捷、推广迅速高效的特征为交通位置不占优势的乡村民宿提供了一个很好的平台。乡村民宿企业应构建“互联网+乡村民宿”的营销模式,建设包括网站、微信、微博、手机APP等多渠道网络营销体系,同时借助第三方平台、互联网论坛等实现信息共享和线上销售。

品牌建设有利于乡村民宿企业的长远发展。在民宿企业发展过程中,有意识地进行品牌形象设计,加强品牌宣传,树立鲜明品牌形象。通过完善的品牌管理,不断提高品牌辨识度和品牌知名度,提升品牌美誉度。

(作者单位:山西财经大学文化旅游学院)

党报副刊栏目设置的创新与实践

郝俊丽

全民摄影时代摄影记者面临的挑战及对策研究

俞 剑

数字化时代下,新闻出版面临着前所未有的挑战,并且对摄影记者提出了更高和更新的要求。当前,全面广泛参与摄影在很大程度上增大了摄影记者的工作压力,如果不能紧跟时代步伐,有效提升自身创新性和专业性,那将极易被边缘化,甚至湮没在时代发展潮流中,影响到摄影内涵和价值的发挥。为此,加强全民摄影时代摄影记者面临的挑战及对策研究十分有必要,且意义重大。

1.全民摄影时代摄影记者面临的挑战

1.1摄影记者不再具备报道优势

时效性是新闻媒体永葆活力和生命的关键。在传统媒体时代,新闻摄影记者的摄影报道是人们了解新闻的主要方式,因此,摄影记者通常会在第一时间就感到新闻现场拍摄新闻素材,并将其编辑成新闻,最后以报纸的方式将新闻信息传达给公众。而在互联网高速发展的今天,尤其是在各种移动终端设备普及后,人们能够随时随地地使用这些移动设备进行拍摄,并在各种社交媒体上相互转发图片或视频,同时就相关内容进行实时交流和讨论。一旦有突发事件,现场公众就能够就地地进行拍摄,并将信息发布。如此一来,摄影记者报道的时效性优势将不复存在。

1.2压缩了摄影记者的生存空间

在过去由于经济发展和科学技术的限制,新闻摄影是摄影记者才有的特权。因为没有对比,所以公众对摄影记者的摄影水平并没有太高的要求,摄影记者所拍摄的图片或视频只要能够反映出事实即可。但是如今,随着科学技术的不断进步,各种移动终端设备都带有摄影功能,这也使得摄影变得大众化。再加上各种摄影处理软件的出现,民众的摄影水平得到整体提升,甚至有些民众的摄影技巧和编辑能力已经超过了专业的摄影记者。如今很多新闻门户网站和社交媒体都开设了公民报道新闻专栏,民众能够将自己拍摄的新闻摄影以及相关资料进行上传,形成新闻报道。在这样的形势下,严重压缩了摄影记者的生存空间,致使很多摄影记者纷纷转行。

1.3对于摄影报道专业性要求降低

在信息大爆炸的时代下,移动摄影设备的普及,使得人人都能够参与摄影,成为摄影记者。因此,民众对于摄影报道的专业性要求变得越低。并且摄影作品如今已经逐渐发展成为一种消耗品,人们可以随时随地分享摄影作品,同时也可以随意对摄影作品删除和销毁。再加上随着人们思想观念的不断变化,人们对于摄影作品关注点也在不断更新变化,他们只关注摄影报道的内容,而对于报道的专业性和权威性却不那么重视。

2.全民摄影时代下摄影记者的应对策略

2.1从影像拍摄向视觉拍摄转变

在全民摄影的时代下,新闻摄影记者要想脱颖而出,那么就必须要转变以往只关注摄影内容的质量,而忽视摄影的“讲故事”功能的想法。这就要求新闻摄影记者具备一善于发现问题的眼睛,并且能够挖掘出隐藏在问题背后的新闻价值。当摄影记者发现符合新闻报道的事件后,就可以将其整合发布到各类网站和各个社交平台上,并且新闻记者的身份切入自己的观点,与民众进行交流和探讨。这就要求新闻摄影记者从简单的影像拍摄者转变为视觉报道者,同样的事件通过不同的拍摄角度和拍摄技巧会产生不同的拍摄效果,因此,摄影记者在拍摄过程中需要融入自己的想法,从不同角度来对事件进行报道,以此来将摄影记者的专业和权威优势充分发挥出来。

2.2借助网络平台,获取更多的新闻线索

很多摄影记者经常会因为找不到新颖的新闻线索而苦恼,再加上全民摄影时代的到来,使得他们很难第一时间赶到第一现场拍摄报道。面对这样的困境,摄影记者应当要合理地利用互联网优势,在各种网络平台上搜索和挖掘新闻线索。这就要求新闻摄影记者需要具备一定的信息处理能力,能够在海量的网络信息中搜索到有价值的新闻线索,并将其作为素材,从专业角度对其进行深度挖掘和报道,以此来丰富新闻报道的素材,提升新闻报道的质量。例如:某偏远山区由于交通不便利,产品知名度较低,使得当地的特色水果严重滞销,为此,当地果农在网络上发布自己产品信息,希望能够以此来带动产品销售。一般普通大众看到这则信息可以会选择忽视。而新闻摄影记者就可以将其作为新闻素材,亲自前往该地,并对当地果农的种植情况和产品销售情况进行拍摄,并将其编辑成新闻报道,发布在各大网络平台上,让更多的人看到。当一些水果经销商看到其中的商业价值后,就会深入当地了解情况,与当地果农合作,进而有效解决当地水果滞销的问题。如此一来,新闻摄影记者不仅为人们带来了有价值的新闻,同时也建立起果农和经销商的纽带。

2.3从信息传播者转变为个人品牌营销者

在传统媒体时代,新闻摄影记者主要是以信息传播者的身份存在,其任务就是完成一篇篇新闻报道。他们只需要将新闻内容编辑好,并将其发布到报纸上就算完成了所有的工作。但是,在全民摄影的时代下,如果摄影记者还是将完成新闻报道作为工作的全部内容,这是远远不够的。这就要求摄影记者充分的应用互联网平台,在微信、微博、论坛等社交媒体上进行“自我营销”,吸引更多的“粉丝”,让更多的人关注大自己,实现从信息的传播者向个人品牌营销者的转变。比如:摄影记者可以在社交媒体上定期上传自己个人优秀的摄影作品,或向大众传授摄影技巧和经验,利用民众对于摄影的兴趣,来吸引更多的粉丝关注自己。

3.结语

综上所述,全民摄影时代是信息技术发展的必然产物,摄影记者不应该对其产生对抗和排斥的心理,而是应该主动进行反思,将自身特长、专业技术和网络平台特点有效融合,以便促进自身更好的适应时代发展需要,提升自身影响力、知名度以及作品质量。

(作者单位:山西经济日报社)

党报副刊是党报的一扇窗口,最能见证一张报纸的品质和趣味,也最能显示一座城市的文化个性与地域特色。一张成熟的党报文学副刊,应该是品种多样、体裁丰富,大小得当,交互穿插,文思笔运挥洒自如,情感理智交相辉映,载得动历史,盛得下现实,既承接传统,又引领时代,是文学爱好者和广大阅读者不可多得的一方圣地和精神家园。《晋中日报》副刊创办多年来,一直秉承这一副刊传统,突出文学性、思想性、新闻性、知识性、趣味性,栏目设置兼顾诗歌、散文、小小说、杂文、随笔、特写、报告文学、古典诗词、文学评论等多种体裁和不同主题,为文学爱好者和写作者提供了练兵闯世的平台。

一、以栏目固品种,确保每期副刊体裁多样。《晋中日报》副刊开设有《小小说》《潮头随笔》《潮头杂文》《鉴赏》《晋中笔汇》《开卷》等多个相对固定的栏目,每个栏目都培养了相对稳定的作者队伍,如以写小小说为主攻目标的一王一武,以写随笔杂感见长的介子平,早已成了《小小说》栏目和《潮头随笔》栏目的当家花旦和主刀手,他们的作品拥有众多追捧者,已多次结集出版。《开卷》栏目,把副刊特有的文学性与新闻性有效结合起

来,表达个体思考与识见,反映社会变革,折射时代发展脉胳,无不给人以启迪。还有《马路见闻》这一栏目,以小见大,扬善击恶。这些既丰富了内容,活跃了版面,又增强了可读性、思想性和厚重感,雅俗共赏,确保了内容和形式的完美统一,提升了品位,赢得广大读者的厚爱。

二、不定期开设一些新栏目,推陈出新,有效避免办刊过程中的僵化呆板,确保副刊活力。《晋中日报》副刊,根据不同时段的宣传需要或某位作者一段时期的创作取向,分别开设过多个栏目,如集中展示本土作家风采的《本土作家》以及《名家讲坛》《跟着李志游和顺》《行走三晋》《太原晋中青年度诗人》等栏目,其主题突出、系列性强,不仅活跃了版面,丰富了内容,增强了可读性,也为副刊彰显个性、增添魅力,进而扩大读者面、提高跟踪阅读率起到了立竿见影的效果。

三、以采风创作活动带栏目,策划主题版面,突出副刊的权威性和影响力。历年来晋中市文联组织的各种采风活动,如“重走胡正路 深入生活 扎根人民采风创作活动”、“爱上晋中聚焦晋中摄影文学采风创作活动”等作品,均在副刊上隆重推出,起到了很好的带动引领作用。近年来,晋中各地组织全省、全国

时到达现场。提前到,不仅可以趁安保管理松懈时,混入现场,同时还有充足的时间进行踩点、选角度。大型活动的组织方通常对新闻媒体的管理是比较严格的,特别是在最终演出时,一般只有有限的几家媒体才能出现场,其他媒体只能采访外围。笔者所在的媒体一般只能在外围,所以彩排的拍摄,特别是最后一场的彩排尤为重要。

圣火采集仪式前一天,笔者五点半就赶到现场。一场不到一个小时的彩排演出就看了五大遍。同题报道巧出彩 大事件报道也就意味着报道媒体众多,报道出来的稿件和新闻图片也类似。这就要求摄影记者在选取拍摄角度和拍摄对象时需要有更多的思考和细致的观察。一场演出,一个突发事件、一次会议,看似普通平常,通常只需要换一个角度,就能显现出不同寻常,新闻图片的拍摄也是如此。如果只是随大流,别人拍什么,你就拍什么,拍摄出来的照片都是一模一样,摄影记者有时还不如拿手机的普通人拍得更及时效果更好。

新闻图片需要加入摄影记者思考,选择最有意思的瞬间和关键时刻按下快门,才能体现出自己的价值。在圣火采集仪式当天,作为摄影记者虽然明确不让进入到主会场,但也没有悠闲地当观众。首先确认彩排拍摄的图片与正式仪式没有差别后,就要想想选择什么更吸引人的新闻图片。当很多省外的记者正在围着组织者和相关负责人进行采访,把关注点停留在西侯度的历史以及圣火采集流程等外围问题时,笔者已经

把目光放在外场最重要的活动就是现场火炬传递和网络火炬传递启动。

距离笔者所在的外场舞台不到一公里之外,就是第六棒火炬手传递,而两名火炬手正好是我省著名冰雪运动员李政和叶海盜的“北大女孩”朱雪。

这两个人都非常有特点,特别是宋玺,不仅是北大学霸、第二十五批赴亚丁湾、索马里执行护航任务中唯一一名女陆战队员,被中宣部授予“最美退役军人”称号,同时她还是一个地地道道的山西人。热点人物在新闻图片拍摄中永远都留有重要的位置。这样两名火炬手传递火炬的图片正是笔者所需要的那一张“与众不同”。

时间一点一滴地过去,笔者看着舞台大屏幕上熟悉的采集仪式进行着。笔者计算好时间,提前站到拍摄机位,看着宋玺从远处举着火炬跑来。传递、点火,就是这一瞬间。手中的相机就是笔者的笔,把这激动人心的时刻告诉给更多的人。

网络火炬传递是圣火采集仪式的最后一项内容,地点就在外场的舞台上。网络火炬传递,顾名思义,现场是真人与屏幕中的虚拟人物进行对接。这在火炬传递中也是比较新鲜的做法。当第六棒火炬手李政将火炬传递给大屏幕中的“青青”时,笔者也按下了手中的快门。

大事件中的巧解法

作为一名摄影记者,从业也十余年,几乎每年都会遇到各种各样的大事件。太原马拉松、中部地区博览会、北方旅游交易会等,还有年年都有的太原市“两会”。大事件经历得多了,自然也就总结出一些自己的心得体会。

首先,当然是做好充足的准备,怎么准备都不为过。提前到达现场,一定要先确定流程。怎么走位、主要领导 and 嘉宾是谁、关键点在哪儿。这些都要确定才好去找机位选角度,完成拍摄任务。

其次,找同行聊天。要问谁对整件事情最了解,当然是同行,也只有同行关心你所关心的问题。特别是像“二青会”圣火采集仪式这样的大事件,大多都是现场直播。那些从事直播的同行能够及时地了解事情的流程和出现的变化。所以,有事儿没事儿,凑过去聊两句。别管认识不认识,及时达到所需要的信息。厚脸皮是一个摄影记者最基本的专业素质。

最后,大事件报道时是一件辛苦的苦差事。正如在圣火采集仪式采访报道工作中,三天时间,不是奔波在路上就是在现场踩点拍摄,脑子里还在不断修改计划,检点工作中的疏漏,避免出现事故。而正是在这紧张而繁重的工作中,才能逐渐找到属于自己的窍门。努力将每一条新闻打造得与众不同,让每一张新闻图片更加生动。(作者单位:太原晚报)



沁水农商银行:

普惠金融重心向革命老区倾斜

本报晋城消息 为了有效解决革命老区、农村山区金融基础设施缺乏和金融服务缺失的问题,近年来,沁水农商银行肩扛责任,带着感情,将发展普惠金融向革命老区和山区倾斜,全面落实农村金融综合服务站建设工作,从而有效解决老区和山区百姓贷款难、取款难、结算难等难题,取得了良好的社会效益。

工作中,该行以距离营业网点5公里为半径,由远及近加速建站步伐,千方百计集中资金,配备各类基础设施,实现了农

村金融综合服务站银行卡助农取款点的转型升级。建成近百个农村金融服务站,遍及全县13个乡镇,为老区、山区百姓就近办理日常金融业务提供了极大便利。

同时,坚持以客户为中心,以市场为导向,加快推进科技惠民步伐,一方面发行银行卡、拓展特约商户、布放POS和ATM机具;另一方面开办手机银行、微信银行和第三方快捷支付,构建起了“物理网点+自助银行+电子渠道”三位一体的科技服务网络。(霍英东)

壶关农商银行:

企业文化背包班获殊荣

本报长治消息 近日,由中国企业文化研究会主办的“班组建设与班组文化管理——2019全国班组管理论坛”在西安举行,壶关农商银行企业文化背包班荣膺“中国企业文化建设与管理先进班组”、企业文化部经理张莹铭获“中国企业文化建设与管理优秀班组长”。

该行企业文化背包班组设立于2015年,高度重视基层的企业

文化建设,将山西农信“背包精神”的传承和弘扬当作一项长期性、富有战略意义的系统性工程重点跟进,助推“背包”文化在全行有效落地。通过不断努力,该行企业文化建设与管理框架初步确立,氛围基本形成,功能开始显现,取得了一定成效,切实提升了全行的工作效能和服务能力,有力促进了各项业务的稳健发展。(张寅)

太谷农商银行:

上线银行卡积分管理系统

本报晋中消息 近日,太谷农商银行按照“抓创新、促转型、控风险”的银行卡工作思路,上线了银行卡积分管理系统,旨在以变求新,寻找业务创新发展的突破口,打造特色服务增强新老客户黏性。

2019年6月银行卡积分商城正式上线运行,在太谷农商银行微信公众号中设置积分商城,薪财通、惠民通卡通过不同积分规则可

进行积分查询、礼品兑换等。银行卡积分管理系统的上线,利用积分兑换这一利好渗透所有用卡客户,促使客户愿意用卡、经常用卡,从而提高卡产品的使用率和客户忠诚度。同时,该行利用银行卡积分商城上线的有利契机,更有力度维护营销新财富、惠民通卡客户群体,为增加低成本存款份额、调整存款结构添砖加瓦。

(王芳 徐博文)