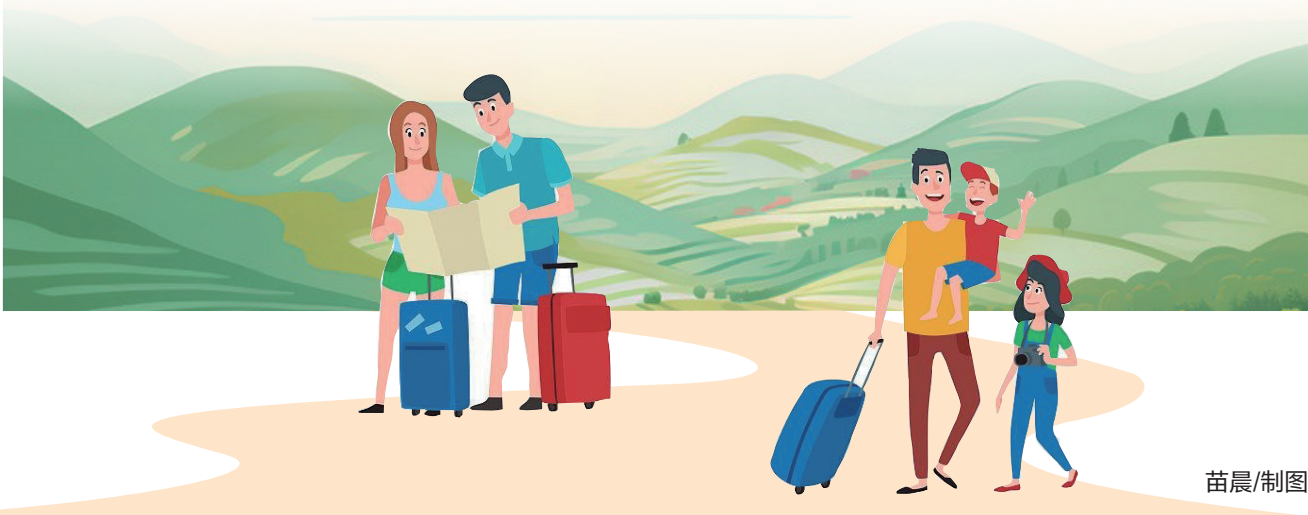


圆桌谈

打好贺兰山东麓文旅牌会得到什么？

吴戈 周志翔 刘薇



苗晨/制图

观点①

『紫色名片』的含金量再提升

贺兰山东麓葡萄酒产区凭借自身独特的风土，早已在海内外打响名气，成为宁夏极具辨识度的“紫色名片”。宁夏正在试图塑造这样一个场景——只有来到宁夏，来到贺兰山东麓葡萄酒产区，在这里的气候、美景、美食和历史文化中，才能真正品尝出最好的葡萄酒品质。如果这样的场景搭建能够顺利完成，“紫色名片”的含金量便会大大提升，想象空间也会更加宽广。

从产品体验到沉浸式的场景，是提升“紫色名片”含金量的关键。葡萄酒不仅是味觉享受，更蕴含着地域气候、历史与文化。贺兰山东麓拥有充足光照、适宜温差与优质土壤，为酿出好葡萄酒奠定了基础。在新的消费场景里，我们将气候优势、美景、美食与文化融入葡萄酒产业的发展，让消费者在葡萄园中惬意地漫步，在酒庄里体验匠心酿造的过程，还能搭配宁夏的美食细品酒香。这种沉浸式体验，能让消费者对葡萄酒有更深刻的了解，让消费者的感受与葡萄酒深度绑定，从而使“紫色名片”从产品标识升级为兼具品质与情感价值的文化符号。

场景搭建更拓展了“紫色名片”的发展空间。当“到宁夏品贺兰山东麓葡萄酒”成为潮流，既能带动当地文旅产业，形成“葡萄酒+旅游”的融合业态，为经济注入动力，又能打造产区独特IP，助力贺兰山东麓葡萄酒在国际市场中凸显差异化优势，让“紫色名片”的影响力延伸至多领域。

搭建特色场景需多方协同。政府做好顶层设计，完善基础设施与旅游配套；酒庄挖掘文化内涵，推出个性化品鉴项目；相关部门加强宣传，让更多人知晓产区魅力。各方合力优化场景，持续提升“紫色名片”的含金量。

观点②

融合发展的思路更明确

贺兰山东麓的发展图景越来越明确，一幅以葡萄酒产业为核心的多维度融合发展画卷正在展开，而不断叠加旅游文化活动，配套完善基础设施建设，则让这里的吸引力更立体、更多元。

贺兰山东麓葡萄酒的品牌效应正在充分释放，但是也不能忽视贺兰山本身独特的生态资源。巍峨的贺兰山不仅是一道天然的生态屏障，更是孕育了丰富多样的动植物资源、为葡萄酒的酿造提供条件的自然环境，而这也是融合发展的底色所在，护好这片资源是一切行为活动的基础所在。

与此同时，贺兰山东麓的基础设施建设日益完善，从便捷的交通网络到现代化的旅游服务设施，都在为游客提供更加舒适、便捷旅游体验。沿线多个景点精心打造的文化场景，更是将葡萄酒文化与地域特色紧密结合，让游客在品味美酒的同时，也能深入感受这片土地的文化底蕴。

文化活动与主题活动的频繁举办，更为这片土地注入了新的活力。无论是葡萄酒文化节、音乐节还是各类体育赛事，都吸引了大量游客参与，进一步提升了贺兰山东麓的知名度和影响力。休闲运动路线和自驾游路线的成熟，也让游客能够自由探索这片美丽的土地，享受自驾的乐趣和自然的馈赠。

以贺兰山东麓葡萄酒产区为核心的融合发展思路，已经呈现出越来越清晰的轮廓。这一思路不仅实现了三次产业的深度融合，更促进了文化与商业的有机结合，也影响了当地居民的生产生活方式。它像一台强大的放大器，将单一产业的能量无限放大，带动了整个区域的经济发展和进步，让贺兰山东麓成为一个充满活力、独具魅力的旅游胜地。

观点③

银川文旅的标识更鲜明

文旅产业的核心是满足人们“吃喝玩乐”的多元需求，把这些短时兴趣转化为深度体验，为的就是增加“复购率”，而这背后，城市承接能力的提升、文旅产品的创新突破、“旅游区”的系统性打造，每一环都蕴含着可深挖的发展潜力。

从城市承接能力来看，交通、住宿、餐饮等基础设施，当前仍需要提供更主动的服务供给，包括市区与景区间的接驳网络、停车规划要成为日常保障；餐饮住宿既要突出本土特色打差异牌，更要加快创新，在提升品质的同时满足多元客群的需求，以更丰富的体验创造新的记忆点。

特别是葡萄酒产业，深度绑定宁夏味道与葡萄酒文化，推动“葡萄酒+美食”的场景融合，才会有更多消费点。当然这也可以归结为产品创新，当我们延伸票根经济逻辑，寻求一个消费闭环，现有的“酒庄参观+打卡”模式必须有所突破，增加体验型产品和夜间产品的供给将成为下一步努力的方向，一旦填上这些空白，形成围绕贺兰山东麓的文旅产品矩阵，贺兰山文旅边界或可进一步扩展。

实际上，系统性打造“旅游区”的能力，决定了银川文旅发展的长远与高度。单一景点或活动难以形成持续吸引力，必须整合周边景区、酒庄、民宿、美食等资源，构建“主题化线路+常态化活动”矩阵。

这需要更多力量参与，也有赖于各部门的积极引导，通过系列文创产品、创新比赛、集市展会、品牌塑造、网上造势等，激励游客持续参与，鼓励企业加强研发，强化品牌塑造，让“银川文旅”形成统一且更加鲜明的标识。

让标准化生产成为农业发展的“保险栓”

周志翔

银川市着力打造广银米业、兴源达农牧等16个全国和自治区现代农业全产业链标准化示范基地及优质农产品生产基地，涵盖冷凉蔬菜、优质渔业等优势产业。依托“区块链”技术和“智慧农业”平台，这些基地实现质量有标准可依、销售有标志可查、售后有追溯可循，构建起从种植到消费的全链条质量管控网络。

在农业现代化发展的关键期，标准化生产正成为重构农业全产业链的核心引擎。从田间地头到消费终端，标准化不仅重塑着农

业生产的底层逻辑，更在品牌溢价构建、市场风险抵御、产业价值跃升等维度释放出乘数效应，为农业的高质量发展注入动能。

品牌价值的形成在于标准化生产的信任契约。传统农业中，分散化生产导致的品质参差始终是品牌建设的软肋。标准化通过统一生产规程、质量分级、包装标识等全链条规范，将抽象的“品质承诺”转化为可感知、可验证的实物标准。当每一粒稻米、每一棵蔬菜都遵循相同的质量指标时，品牌便从地域符号升华为品质象征。这种标准化与品牌化的

深度绑定，既打消了消费者对农产品质量安全的信任焦虑，又通过溢价空间反哺生产端的技术升级，形成良性循环。

标准化生产更是农业抵御市场风险的“免疫系统”。在价格波动频繁、信息不对称严重的农产品市场中，标准化通过建立质量追溯体系、承诺达标合格证制度，将生产主体纳入可监管的信用体系。当市场出现质量纠纷时，标准化生产记录可快速溯源责任主体，避免“劣币驱逐良币”的逆向选择。在国际贸易中，符合国际标准的认证体系更成为突破

技术性贸易壁垒的“通行证”。

现代化农业的标准化之路是一个动态过程。政府引导与市场主导的多元协同，仍然是未来一段时间内破局的关键。既要通过出台相关政策降低标准化改造的初期成本，又要利用电商平台的需求反馈倒逼生产端标准化，更要依托5G、AI等技术实现标准的动态优化。当标准化从“被动执行”转向“主动创新”，农业全产业链将真正实现从量的扩张到质的飞跃，为乡村振兴提供可持续发展的产业动能。



苗晨/制图(可灵AI生成)

以数字营销赋能农业发展

吴戈

近日，银川市闽宁协作电商助农季暨人工智能与数字营销职业技能大赛举办，来自电商直播各领域的60多名选手通过理论知识比赛和路演海选的同场比拼，提升了主播们的综合技能和理论知识。在数字经济重塑农业产业发展格局的当下，这样的赛事不仅为电商主播搭建了成长平台，更让“数字”进一步赋能农业，为本土农业产业的发展注入更强劲动力。

理论知识比拼与路演海选的双重考验，精准切中了当前电商助农的核心痛点。近年来，电商直播成为农产品走出乡村的重要路径，但不少从业者却面临“本领恐慌”：有的缺乏系统理论知识的支撑，在产品合规、流量运营、用户留存等环节屡屡碰壁；有的则陷入“叫卖式带货”的误区，无法挖掘农产品背后的地域文化、生态价值，难以形成持久的品牌吸引力。而此次大赛通过同场竞技，让选手们能在理论交锋中厘清行业逻辑，在路演实战中打磨营销方案，这种“以赛促学”的模式，不仅让各主播的综合技能实现质的提升，更培育了一批能扎根乡村、带动增收的“数字新农人”。

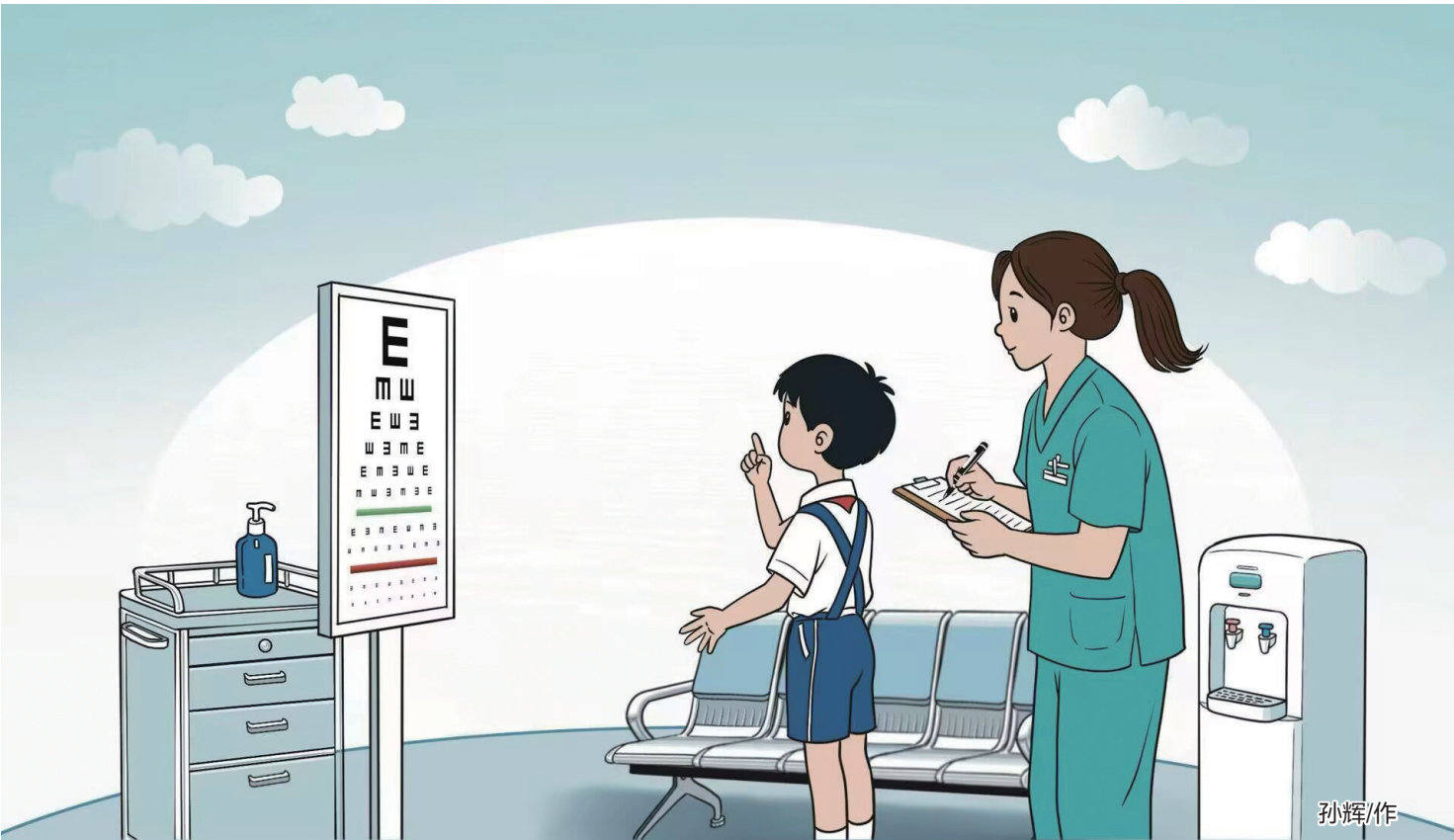
除此之外，在赛事背后可能还连接着电商平台、物流企业、农业合作社等资源，能为从业者提供更多支持，比如帮助优秀主播对接稳定的货源，协助农户根据直播数据优化种植结构。这种“技能提升+资源对接”的模式，让人才、产业和资源三者间形成互相连通、互相促进的良性循环，为乡村振兴提供持续的生态支撑。

乡村振兴的关键在人、核心在技，根基在生态。银川此次举办的电商技能大赛，正是抓住了数字时代乡村发展的核心逻辑。相关部门要积极发挥助推作用，通过举办更多类似的比赛、交流学习等活动，加速培养更多懂技术、会经营的“新农人”，构建起适配乡村发展的数字生态，让数字动能持续赋能农业升级、农村进步、农民增收，最终绘就乡村振兴的美好画卷。

漫话湖城

保护儿童远视储备量 预防和减少近视发生

9月8日，第11个全国近视防控宣传教育月主题推进活动在山东烟台举行。本次活动以“保护儿童远视储备量，预防和减少近视发生”为主题，聚焦保护儿童远视储备量，进一步推动幼儿园和中小学校抓早抓小，从源头上预防和减少近视发生。



孙辉/作