

从大景区到小村庄,“乡味”旅游为何亮眼?

如火如荼: 游客人数高速增长

初夏清晨,浙江安吉余村的竹海尚未被游客的脚步惊醒,上海白翎鸕鷀已经坐在民宿露台上,看薄雾从山峦间漫过。“这里的时间仿佛被拉长了。”她在朋友圈写下这句话,配图是远处的茶山与一杯安吉白茶。

作为休闲农业与乡村旅游示范县,安吉的旅游在今年“五一”假期表现依然抢眼:全县累计接待全域旅游客227.1万人次,实现旅游总收入30.99亿元,热门民宿一房难求。

漫步之江大地,步步是景、处处如画的美丽乡村星罗棋布,“景区村”覆盖率达到56.5%。乡村旅游成为当地旅游业的“金字招牌”。

“我们不仅真切感受到乡村旅游的火爆,而且注意到这种火爆来自游客内心的真需求、真热爱、真享受。”长期从事乡村旅游工作的浙江省旅游民宿产业联合会会长吴健芳说。

从东到西,相似的热情遍布乡野。去哪儿大数据显示,即将到来的端午节假期,乡村旅游依旧火爆。全国搜索热度Top20乡村不仅有浙江余村、安徽宏村、江西篁岭村等中东部地区村庄,也有四川明月村、贵州肇兴侗寨、甘肃扎尕那等西部地区村庄。

观赏福建官洋村历史悠久的土楼、参与浙江溪头村“不灭窑火”活动、体验广西大寨村的农耕文化……乡村,也给了“中国游”的入境客人无数惊喜。

在线旅行平台数据显示,2024年来自海外的乡村旅游订单量同比增长了71%。

截至目前,中国入选联合国旅游组织“最佳旅游乡村”总数达到15个,位列世界第一。这些乡村不仅是中国乡村旅

近年来,传统景区之外,越来越多游客选择到广袤乡间体验“乡味”。文化和旅游部最新数据显示,2025年一季度,全国乡村旅游接待总人次为7.07亿,同比增长8.9%;全国乡村旅游接待总收入4120亿元,同比增长5.6%;全国乡村旅游从业总人数为712万,同比增长2.2%。

从大景区到小村庄,从游客“乐子”到发展“路子”,乡村之旅何以打动人心? 乡村旅游产业为何亮眼?

游的“标杆”,也向世界展示着美丽中国。

亲近自然:
望得见山,看得见水,记得住乡愁

乡村旅游为何如此火热? 关键“密码”就是“望得见山,看得见水,记得住乡愁”。

对于城市居民而言,乡土中国具有天然吸引力。

在田野林间采摘徒步、在民居老宅中体验民俗文化、在大锅土灶旁品尝有机食材……乡村旅游的原真性和体验性,正呼应着当代人向往的“诗意栖居”精神需求。

“乡村旅游的火热,本质上反映了城市化进程中人与自然关系再平衡的趋势。”吴健芳说,亲近自然、远离喧嚣的乡村,有助于帮助城市居民获得慢下来、静下来、沉下来的“疗愈感”。

另一方面,随着多年来的发展和建设,乡村旅游也已稳步向高端化和精品化迈进,业态不断丰富,服务更加舒心。

今年4月开业的携程度假农庄芮城黄河湾联营店,坐拥一线黄河生态景观,主打高端民宿体验,开业以来预订量持续走高。

店长董双辰介绍,距离端午节假期还有两周,度假农庄的预订量已近

70%,户外草坪场地也被婚礼、聚会、研学营等各类活动争相预约。

“乡村旅游早已不等于农家乐。”中国旅游研究院院长戴斌说,随着高端住宿、高端餐饮、独特文化体验等不断落地融合,乡村的新面貌吸引了更多城乡居民到访。

对于农村居民而言,发展旅游就是发展自家产业。

云南阿者科村,坐拥世界级的哈尼梯田景观,却一度面临产业单薄、梯田亩产低等问题,守着“金饭碗”过着苦日子。

2018年起,中山大学旅游发展与规划研究中心主任保继刚提出的一项“阿者科计划”改变了这里:村民将村落、梯田、生活方式构成的整体作为“旅游吸引物”入股旅游村集体公司,通过发展旅游业来实现脱贫、减贫和文化遗产保护。2024年,阿者科村入选“世界最佳旅游乡村”。

“授人以鱼不如授人以渔,‘阿者科计划’绑定遗产保护与村民利益,确保村民获得旅游收益的70%,激发了乡村振兴的内生动力。”保继刚说。

品牌构建:
小村庄蕴含大潜能

专家指出,乡村旅游要实现高质量

发展,仍然需要加强乡村旅游新形象建构,完善接待设施,提高服务品质。

——借助数字技术重构乡村文旅生态。

在北京怀柔桥梓镇,漫山慢水·小毛驴农场与中国农科院共建起示范基地。2025年春耕季,农场推出的“插秧节+AR古农书”体验,单日接待量突破3000人次。

吴健芳说,随着数字技术产品、服务、技术延伸到乡村,乡村文旅人才信息素养和数字技能也在不断提升。

——通过品牌化战略打造乡村旅游矩阵。

2024年以来,吉林省吉林市以“春踏青、夏避暑、秋赏景、冬戏雪、四季游”为脉络,将散落的乡村景点串珠成链,精心设计21个旅游主题、95个具体点位,形成图文并茂的深度旅游攻略,让游客随手获取“一村一景一特色”的游玩指南。

“阿者科村、篁岭村、西递宏村等地独一无二的人文景观,才是其吸引游客纷至沓来的最大底气。”保继刚建议,乡村旅游要想“出圈”“出彩”,必须精心规划发展路线,讲好乡愁乡韵故事。

——强化融合发展激发乡村旅游活力。

2025年中央一号文件提出,推进乡村文化和旅游深度融合,开展文化产业赋能乡村振兴试点,提升乡村旅游特色化、精品化、规范化水平。

“要探索更多的方式,推动创意设计、人才、资金、技术等要素在城乡间双向流动,让中外游客感受到中国乡村风光之美、人文之美、生活之美。”戴斌说。

(新华社北京5月20日电 记者 徐壮、杨淑君)

收入降幅收窄 支出靠前发力——详解前4个月全国财政收支运行

财政部20日发布了全国财政收支运行的最新情况。数据显示,前4个月全国财政收入降幅继续收窄,中央收入、税收收入4月份实现正增长;财政支出保持强度,支出进度加快,彰显更加积极的财政政策靠前发力。

收入方面,今年前4个月,全国一般公共预算收入80616亿元,同比下降0.4%,降幅比一季度收窄0.7个百分点。

分中央和地方看,今年前4个月,中央一般公共预算收入同比下降3.8%,降幅比一季度收窄1.9个百分点;从单月数据来看,4月份,中央一般公共预算收入同比增长1.6%,为今年以来首次实现正增长。今年前4个月,地方一般公共预算本级收入同比增长2.2%,增幅与一季度持平。

税收收入方面,今年前4个月,全国税收收入65556亿元,同比下降2.1%,降幅比一季度收窄1.4个百分点;从单月数据来看,4月份,全国税收收入同比增长1.9%,增速由负转正。

从主要税收入来看,今年前4个月,国内增值税26254亿元,同比增长1.8%;国内消费税6502亿元,同比增长1.8%;企业所得税17341亿元,同比下降3.1%;个人所得税5376亿元,同比增长7.4%。

“此次发布的多项数据及其增速变化显示,财政收入形势回暖。随着宏观政策效应持续显现,部分行业税收持续良好表现。”中国社科院财经战略研究院财政研究室主

任、研究员何代欣说。

支出方面,今年前4个月,全国一般公共预算支出93581亿元,同比增长4.6%,完成预算的31.5%,支出进度为2020年以来同期最快。

各级财政部门加大支出强度,优化支出结构,更加注重惠民生、促消费、增后劲。分中央和地方看,今年前4个月,中央一般公共预算本级支出12282亿元,同比增长9%;地方一般公共预算支出81299亿元,同比增长3.9%。

从主要支出科目来看,今年前4个月,社会保障和就业支出16852亿元,同比增长8.5%;教育支出14481亿元,同比增长7.4%;科学技术支出2953亿元,同比增长3.9%;文化旅游体育与传媒支出1110亿元,同比增长3.2%;卫生健康支出7462亿元,同比增长3.9%;节能环保支出1687亿元,同比增长17.7%。

“今年以来,财政支出进度明显加快,社保、就业、教育、科技等重点领域支出保障有力,彰显财政政策靠前发力、更加给力。”何代欣说。

此外,数据显示,今年前4个月,全国政府性基金预算支出26136亿元,同比增长17.7%。

“今年以来,地方政府专项债券、超长期特别国债加快发行使用,推动了政府性基金预算支出增长。这些‘真金白银’不仅支持相关项目及早落地,也为地方落实更加积极的财政政策提供支撑。”何代欣说。

(新华社北京5月20日电 记者 申铖)

今年夏粮收购开秤在即！各地工作准备就绪

新华社北京5月20日电(记者古一平)记者20日从国家粮食和物资储备局获悉,随着小麦陆续开镰、油菜籽零星上市,各地夏粮收购工作准备就绪,旺季收购工作即将全面展开。

初步预计,今年新季夏粮收购量将达到2000亿斤左右,其中小麦1700亿斤,早粳稻250亿斤。

夏粮收购是全年粮食收购首战,做好夏粮收购事关种粮农民利益和粮食市场平稳运行。相关部门的调度显示,今年以来,全国平均降雨量较常年同期偏少,部分夏粮主产区出现一定程度旱情,但夏粮长势总体正常。

国家粮食和物资储备局粮食储备司司长罗守全表示,目前,湖北、

四川等地小麦已陆续上市,质量总体较好。油菜籽开秤价格同比持平略涨。早稻收购预计仍将以市场化为主,启动托市收购的可能性不大。调度显示,河南、安徽等6个小麦主产区已累计准备仓容1600亿斤,能够满足夏粮收购需要。

今年以来,在一系列收储调控措施共同作用下,国内粮食市场价格整体稳中有升。下一步,国家粮食和物资储备局将围绕“有人收粮、有钱收粮、有仓收粮、有车运粮”,认真做好收储调控工作,及时在符合条件的地区启动小麦和稻谷最低收购价执行预案,精心组织市场化收购,激发市场购销活力,创新优化收购服务,推动粮食价格保持在合理水平,牢牢守住农民“种粮卖得出”的底线。

烧卖汉堡共青城:舌尖上的包容开放

(上接第1版)全市进出口总额同比增长17.3%,印证着开放带来的经济活力。

市民餐桌的变迁,映照生活品质的提升。从清晨的砖茶配烧卖到午后的咖啡时光,从夜市的烟火气到超市的购物车,市民用消费选择投票,展现着对美好生活的多元追求。这种选择自由,恰是城市现代化进程的生动注脚。

城市发展的密码,藏在开放的举

措里。呼和浩特始终在交流中壮大,开放与包容,早已融入城市发展的顶层设计。

真正的文化自信,不在于固守传统的高墙,而在于敞开包容的胸怀。呼和浩特用美食经济证明,传统技艺与工业文明可以共振,本土特色与国际潮流能够共存。当烧卖馆与汉堡店在青城共同扎根、比拼吸粉,首府正以独特方式参与高水平对外开放的对话,用味道沟通世界,以包容赢得未来。

遗失声明

母亲:李娜 与父亲:刘伟 于2015年1月1日在内蒙古医科大学附属医院出生一女婴,刘之韵出生医学证明丢失,出生证编号:0150143881,声明作废。

母亲:李娜 与父亲:刘伟 于2015年1月1日在内蒙古医科大学附属医院出生一女婴,刘之雅出生医学证明丢失,出生证编号:0150143882,声明作废。

母亲:张荟 与父亲:丁旭东 于2015年6月30日在内蒙古医科大学附属医院出生一女婴,丁芑悦出生医学证明丢失,出生证编号:P150180264,声明作废。

内蒙古众鹏物流设备有限公司存款人查询密码封丢失,开户银行:中国农业银行股份有限公司呼和浩特成吉思汗大街支行,账号:05515601040005483,法定代表人:亢玉英,声明作废。

内蒙古福林电力安装工程有限公司存款人查询密码封丢失,开户银行:中国农业银行股份有限公司呼和浩特东达广场支行,账号:0550007104000457,声明作废。

内蒙古耀振商贸有限公司营业执照副本丢失,统一社会信用代码:91150102MA13NG4B6L,法定代表人:郝纪平,声明作废。



上门做菜新服务,如何更好发展?

近年来,上门做菜的新服务在社交平台上走红,让许多年轻人有了就餐新选项,也让不少烹饪爱好者看到一种就业新方式。

专业厨师提供“私厨”服务,擅长烹饪的厨艺爱好者在社交平台“接单”……如今上门做菜的服务越来越多样。对此市场反应如何? 未来如何规范发展?

上门做菜悄然兴起

下班后,在广州工作的“95后”彤彤(化名)直奔客户家中做晚餐。客户是她的小红书上发帖自荐上门做菜后联系上的。

“口味要做得怎么样,蒜、香菜、小葱等有忌口吗?”前一晚,她和客户做了详细沟通。到达后,她迅速按需加工起客户备好的食材。不一会儿,三菜一汤摆上了餐桌。

记者了解到,上门做菜服务正逐渐兴起并受到不少人欢迎。和彤彤一样在社交平台上提供上门服务的并不在少数。在小红书平台搜索“上门大厨”“上门做菜”等话题有超万篇笔记,一些B站博主发布请人上门做饭,是一种什么体验等相关视频,点击量达百万次。

记者了解到,发帖的网友多是兼职,以做家常菜为主,做三道菜的人工费一般在50元至100元不等。一名湖北武汉的“00后”大学生告诉记者,他利用节假日兼职,“给一名30岁的上班族上门做菜30多次了”。

随着市场需求不断上涨,部分专业团队和家政公司也开始推出相应服务。“团队6人都是‘90后’,客户也是以青年群体为主。”今年32岁的黄立鹏是广西南宁一个上门大厨团队的负责人。他说:“我们不仅接受清单,也做家常单。这种方式比做实体餐饮成本更低,单人月收入在1.5万元以上。”

轻喜到家内蒙古呼和浩特分公司负责人赵小英说,“上门做菜阿姨会经过总部专业培训,包括各大菜系的烹饪、刀工、营养搭配、服务礼仪等。

已经运营了4年的“阿姨妈妈上门

做饭”平台负责人杨睿介绍,平台既有十余名专职阿姨也有几百名兼职阿姨,在江苏徐州的日订单量最高达200余单。

上门做菜为何受到青睐?

自己下厨、点外卖、下馆子……多种用餐选择中,上门做菜靠什么赢得消费者青睐?

记者采访了解到,上门做菜作为一种定制化上门服务,满足了消费者追求品质、个性等多元化用餐需求。

既能“吃得方便”也能“更合口味”——“既‘不想做饭’,又想‘好好吃饭’。”在采访中,一些年轻消费者提到,上门做菜提供了兼具便利性与品质化的选项——既能像点外卖一样方便,又能在品质上更讲究,“食材是自己选的,调味料是自家的”。

“全职家政阿姨价格较高,厨艺未必精湛,而且我也不是每天都需要做菜服务。”一名广州消费者说,相比之下上门做菜更适合自己的。

同时,相比餐厅标准化的菜单,上门做菜可实现个性化定制——从沟通菜品、自选食材、按需上门,再到烹饪方式、口味需求,消费者可对多环节自主把控。

“我们会按照客户的要求对菜品进行改良,比如有些人的血糖、血脂偏高,就会在菜品选择和烹饪方式上尽量低油低糖。”黄立鹏说,厨师上门前会与顾客沟通好各种细节。

满足特定场合需求——

记者了解到,在坐月子、家庭宴请等特定场合下,一些消费者倾向于选择请专业厨师上门做菜。

南宁市民赵慧妍今年初生产后在家坐月子,请了专门上门提供月子餐的厨师。“术业有专攻,有些菜我想吃但不会做,就会让厨师根据需求来帮忙。”她说。

此外,一些消费者在进行宴请时,既需要私密氛围,又期待专业大厨风味,“私厨”是不错的选择。呼和浩特一个厨师上门团队的负责人李明介绍:“10人餐的服务费多在一两千元,顾客比较能接受。”

“今年春节期间公司上门代厨预订火热。”北京一家家政公司的经理告诉记者,很多人都觉得过年在家吃饭更有烟火气和团聚的氛围,公司30多名厨师春节都是“满单”状态。

同时,上门做菜也逐渐成为一种新的增收渠道和就业选择。

“可以利用空闲时间做点事情,还能增加收入。”彤彤说,自己从小就爱好烹饪,“上门做菜将爱好和厨艺‘变现’了”。

来自南宁的“90后”潘女士抱着试一试的心态“入行”,如今上门做菜已成为主业,“平均每个月收入有5000多元”。

部分受访从业者告诉记者,上门做菜为他们打开了就业的新思路。不少人因兴趣找到一份热爱的兼职,也有人不断深耕这一新赛道,为自己创造了相对稳定的收入。

中国人民大学公共管理学院教授许光建表示,上门做菜等“上门经济”的兴起与服务业的精细化发展密不可分。“从过去消费者上门、商家决定提供什么服务,到现在消费者需要什么、商家直接上门定制,这背后是服务消费向细分化、个性化的升级,也是服务业通过精细发展精准匹配消费需求的体现。”

如何引导行业规范发展?

陌生人上门安全吗? 餐食出问题、口味不满意怎么办? 谁来约束和监督上门服务的提供者? 面对新服务,不少人心中有疑问。

受访法律人士认为,上门做菜服务处于家政、烹饪两个行业“交叉地带”,服务人员资质条件不受限制,双方存在一定人身安全风险,也易引发食品安全问题和消费纠纷,需规范发展。

“上门做菜的服务关系认定、发生意外时的责任划分存在争议,菜肴如何制作、食品的卫生安全如何保障,也缺乏相应的行业规范。”湖北今天律师事务所律师胡俊杰说。

北京环誉律师事务所主任律师王殿明建议,相关服务平台和公司应建立从