



这座百年古镇『扛不住』了？

文化观察

□ 大众新闻记者 宫小昀

被称为“中国第一水乡”的周庄古镇，在实行100元门票价格20年后，于4月7日推出工作日五折优惠，节假日还是100元，并推出“一次购票终身免票”举措。今年3月，周庄一汉服体验店博主称，自己的小店已连续三天营业额为零，引发热议。据统计，2019年至2023年，周庄景区年接待游客从550万人次下滑至371万人次，同比下降三成以上。在国内古镇运维面临挑战的当下，这座百年古镇也“扛不住”了。

周庄古镇回调票价，主要源于100元的高票价抑制了客流，影响商户收入，景区租金也随之降低。同时，古镇同质化竞争日益加剧，游客对古镇游的审美疲劳逐渐显现，且对高票价愈发敏感。据《2024中国古镇旅游发展报告》显示，浙江省、安徽省、江苏省3省份5A级古镇景区数量占全国总量的39.4%，5A级古镇景区在江浙皖地区高度集聚。以周庄古镇为例，周边乌镇、南浔古镇、角直古镇、同里古镇等扎堆，风景相似，周庄100元的高价门票在同类型竞争中缺乏吸引力。翻看周庄古镇调整票价的新闻评论区，网友大多认为高至100元的票价并不合理。

降价或许可以缓解目前周庄古镇的困境，但要改变根本问题、提升客流，更需要同步提升服务质量，升级完善景区业态等，恐怕不是一朝一夕能完成的。

周庄古镇已经是国内知名度很高的古镇，它的痛点折射出的是国内古镇旅游的困境。

国内古镇建设狂飙突进的“后遗症”，在近年渐渐显露。过度商业化令不少古镇“面孔”高度相似。统一招商和规划的“既定”路线，带来千篇一律的店铺、大同小异的建筑、乏味无感的活动。古镇多样化、世俗化的生活功能被大幅削弱，反而充斥着批量生产、脱离地域属性的旅游产品，缺失了生活化、差异化、“颗粒度”高的地域人文质感。

对地域文化挖掘不够、保护欠缺是目前国内古镇开发的突出问题。很多古城想打文化牌，但对文化的理解停留在表层，最终变成简单地叠加文化符号，未能围绕地域特色形成差异化优势。在开发中对古镇原有的自然环境和

人文氛围保护不力，导致原真性缺失，韵味不再。因《白鹿原》电视剧的热播，2016年前后，陕西同时涌现了“白鹿原影视城”、“白鹿仓”、“白鹿原民俗村”等项目，内容雷同。项目缺乏深度文化挖掘，仅停留在“小吃街+仿古建筑”的浅层开发。“白鹿原”IP丧失了原有的品牌号召力，不仅造成巨大商业浪费，也未能有效挖掘《白鹿原》的文学内涵。类似案例还有陕西汉中诸葛古镇，当地三国文化深厚，但古城并未讲好三国故事，因过度商业化而缺乏亮点，最终难以为继。龙潭水乡古镇、蒲城重泉古镇等批量“死亡”的古镇也都情况类似。

缺乏整体规划、开发与运营创新不足也是古镇最常见的弊病。张家界庸古古城、常德桃花源古镇等均投资几十亿元的大项目，因缺乏严谨调研与整体规划，在运营过程中未能找到有效的经营思路和创新模式，有的一度沦为空城。

在周庄古镇游客量持续下滑的同时，2023年，乌镇景区的游客接待量却是其两倍以上。乌镇良性发展的秘诀在于，重视文化的挖掘和拓展，真正将人文底蕴与景区开发相融合，持续布局更新、更有趣的旅游业态。乌镇的定位及转型之路，或许可以为国内古镇提供借鉴。从开始的古镇旅游观光，到为避免同质化竞争而打造“度假景区”，再到着力打造“文化古镇”，举办乌镇戏剧节等文化活动，然后转型为“互联网和会展小镇”，大力发展互联网基础设施，承接各类国家级、国际级会议和会展活动，乌镇发展的每一步都精准依据自身优势并做到与时俱进。

再看看全国，丽江古城、平遥古城……这些国内运营较为成功的古城，都是非常重视旅游业态的丰富，为游客带来舒适、多样的体验。

古镇旅游的可持续发展，最终还是要走差异化路线。在深入挖掘文化内涵、打造特色旅游产品、优化旅游服务体验和创新营销模式、加强品牌建设方面下功夫。如今，利用数字化营销，借助大数据精准营销和社交媒体营销，也成为古镇运维的重要突破口。丰富多彩的特色主题活动必不可少，抓住节庆的人流量，做足本地风俗人文的展示，同时多上新创意体验活动，为游客带来眼前一亮的互动体验，都有利于古镇口碑和影响力的积累。另外，与影视行业、文创产业的跨界联动营销，更是吸引年轻人关注的法宝。



流苏千千万，为何独爱邹城孟府这两棵

□ 本报记者 吕光社

人间四月天，邹城孟府的两棵流苏树又开花了，空中俯瞰，如云似雪，簇成一团，恰似硕大的“花球”；近看，树枝随风摇曳，花瓣洁白如丝，与赐书楼的青砖黛瓦交相辉映，构成一幅古色古香的中国画；驻足树下，清香怡人，树大如盖，古老的庭院充满了诗情画意。许多人驱车几十里，甚至不远千里奔赴而来，只为一睹孟府流苏的绰约风姿。

因其芳华，当下流苏已被世人广为种植，有的地方甚至有了流苏大道。流苏千千万，世人为何独爱邹城孟府这两棵？孟府流苏为何有这么大的魅力，让人心驰神往，如痴如醉？

其一，流苏所在地孟府。孟府是“亚圣”孟子后裔居住生活的宅第，900余年的历史沉淀了无数的故事，这两棵流苏便是这段悠久历史的无声见证者。

其二，流苏珍稀三百年。孟府里的两棵流苏树，一雌一雄，历经风雨洗礼，却依然屹立不倒，一直陪伴着孟子后裔。流苏本身就是珍稀的树种，被列入国家二级保护植物，再加上三百多年的历史，孟府流苏弥足珍贵。

其三，流苏的文化底蕴。孟府流苏位于赐书楼前，而赐书楼是研究中国古代文化和历史的珍贵实物资料。对于文人雅士来说，这两棵流苏象征着儒雅之气和厚重的历史文化。如今，邹城市的文人儒士每年都会相约赐书楼，在流苏树下举办读书、抚琴等充满文化韵味的活动。

其四，流苏独特的花语。流苏花开一片雪白，叶为绿色，绿色为青，谐音为清，寓意清清白白，引发出“清白做人、清正廉洁”的精神内涵，与儒家文化所倡导的价值观高度契合。

其五，流苏浓浓的乡愁。清末，孟子后裔孟繁骥在孟府常于树下赏花，吟诗作赋，后迁至台湾。二十世纪九十年代，邹城有关人士携孟府摄影集赴台，专程拜访了孟繁骥，孟繁骥看到摄影集上的流苏时，潸然泪下，急切地问家乡人：故居流苏尚能开花否？不知何时能赏花故乡？对于孟繁骥来说，乡愁就是赐书楼前的流苏花。孟繁骥终老台湾，未能再踏上故乡土地观赏流苏花，成为他一生的遗憾。

“一树流苏花如雪，十里飘香醉清风。”流苏扎根孟府悠久的历史土壤，依托孟子文化的深厚底蕴，凭借珍稀古老的特质，独特的花语内涵，寄托着游子乡愁，不仅是一道绝美风景，更是一处承载文化记忆、传递精神力量的心灵栖息地，让到访者在繁花与古建间，品味历史、感悟人生，也让这一抹如雪的繁花盛景，在岁月长河中持续闪耀着迷人光彩。



发于使命 达济天下

发达面粉：服务世界

□冯佳

用新麦做好面粉，守护国人舌尖上的安全。发达面粉集团，这家诞生于北纬36度“黄金优麦区”的面粉企业，从一家仅有7间平房的家庭式作坊起步，历经30年的高速发展，已经成为山东乃至中国面粉行业的翘楚，被评为中国粮食加工业十强企业、中国农企500强企业、农业产业化国家重点龙头企业、中国好粮油示范企业、国家扶贫龙头企业。

以人为本 奠定基础

发达面粉集团坚持将“以人为本”作为企业的核心理念，体现在企业的各个方面，从安全生产、员工关怀到社会责任，都彰显着企业对人的深切关怀和尊重。

为了强化安全意识，确保员工的人身安全，发达面粉集团从设备更新升级到劳动保护措施，都力求做到精益求精。通过不断更新设备，采用先进的生产技术和安全装置，集团降低了生产过程中的安全风险，提高了生产效率和产品质量。同时，集团还注重劳动保护措施完善，确保员工在作业过程中能够得到充分的保护。

针对安全风险最大的车间一线，发达面粉集团更是做到了严格把关、一刻也不肯松懈。集团实行了全员禁烟制度，有效防止了因吸烟引发的火灾等安全隐患。同时，对于特定岗位，集团要求员工必须佩戴安全帽、安全带等防护用品，确保在作业过程中不会因为意外而受到伤害。这些措施的实施，不仅体现了集团对安全生产的严谨态度，也切实保障了员工的生命安全和身体健康。

“员工是企业最宝贵的财富”，发达面粉集团除了将安全生产作为第一工作重点外，还致力于提升员工的幸福感、归属感和荣誉感。30年来，员工工资连年上涨，月薪高的员工能达到7万元，月薪4万—5万元的有近百人……这样的工资水平在一个县城几乎是不可想象的。发达面粉集团在工资发放时始终保持不晚一分钟、不少一分钱。还逐步提供员工健康查体、集中养老等多措并举的福利待遇，让员工可以安心工作、无后顾之忧。

在关爱员工的道路上，发达面粉集团展现出了深厚情怀与责任担当，他们秉持着“用真心、表真情、送真意”理念，将关爱员工不仅



发达展厅，产品琳琅满目

仅视为一项任务，而是一种深入骨髓的企业文化。这种文化体现在集团对员工的每一个细微关怀之中，通过贴近员工实际需求，以实实在在的行动，不断创新关爱方式，将关爱之心融入日常工作 and 生活的每一个角落。

出身于东北农村的一名员工，2008年患上了甲状腺肿大和喉部脂肪瘤，需要做切除手术。在这个关键时刻，发达面粉集团派人人为她办理就医手续，联系专家为她做手术，派车接送，派人护理……让她在身体最虚弱的时候能够感受到家一般的温暖和关怀，身体得以快速康复。

正是以“真心”换“真心”，发达面粉集团的每位员工才会更加尽心尽力地为公司做事。这种积极的工作态度和高效的工作效率，不仅提升了企业的生产力和竞争力，还为企业带来了更多的商业机会和市场份额。发达面粉集团“以人为本”的经营理念和实践，不仅增强了员工的凝聚力和向心力，还极大地促进了企业的稳健发展。

食品安全 坚守底线

民以食为天，食以安为先。从家庭作坊起

对品牌的口碑所在。在面粉行业中，小麦的品质是决定面粉竞争力的关键，而发达面粉集团正是凭借其选用当年新小麦的优势，赢得了消费者的广泛赞誉。

首先，发达面粉集团坚持使用当年的新小麦，这一做法在市场上显得尤为突出。相较于陈麦，当年的新小麦在口感、营养价值等方面展现出明显的优势。新小麦研磨的面粉制作的食品，如馒头、面条等，口感通常更加清新、香甜，带有浓郁的麦香味；新小麦的蛋白质含量通常较高，且氨基酸组成较为均衡，有助于满足人体对营养的需求……

其次，发达面粉集团在小麦的品质上也下足了功夫，发达核心团队打造了万亩自有小麦种植基地，着力研发制定了一套符合“发达标准”的原料质量检测体系，确保粮食源头质量。这样的做法不仅保证了小麦的品质，还使得面粉的口感更加纯正、营养更加丰富。发达产品被评为“中国好粮油产品”“中国消费者满意面粉”“放心面粉”“放心挂面”“绿色食品”。

可以说，发达面粉集团在食品品质与安全方面的坚持和努力，不仅为企业赢得了良好的口碑和较高的市场占有率，也为整个食品行业树立了标杆。他们用自己的实际行动诠释了什么是真正的品质与安全，为消费者提供了更加放心、更加可靠的产品选择。

扶危助困 责任发达

发于使命，达济天下。在过去的30年里，发达面粉集团始终坚守初心，怀揣感恩之心，将回馈社会、无私奉献作为自己的重要使命。从资助贫困学子到助力乡村振兴，从参与公益捐赠到支援灾区重建，发达面粉集团在许多需要帮助的角落都留下了自己的足迹。

在优先招用困境家庭子女、资助寒门学子、参与乡村振兴等方面，发达面粉集团从不吝啬自己的资源和力量。多年来，企业已经资助了数百名寒门学子，让他们有机会改变自己的命运。同时，发达面粉集团还积极开展订单收购，引导农民种植优质小麦，并提供种植技术服务，既助力了农民增收，又保证了企业优质、新鲜、稳定的粮源供应。

在面临大灾大难时，发达面粉集团更是毫不犹豫地伸出援手。从汶川地震到玉树地

震，再到新冠疫情，发达面粉集团总是第一时间捐赠物资和现金，为灾区人民送去温暖和希望。特别是在新冠疫情暴发初期，发达面粉集团果断启动“应对重大事件应急预案”，全面保障面粉质量安全，保障市场供应充足，保障面粉价格稳定。与此同时，奉献大爱之心，为支援武汉抗击新冠疫情，集团决定为武汉捐赠100吨面粉，了解到交通、人力等物流问题无法解决，即改为捐赠现金100万元。又先后为复津县慈善总会捐款100万元，为驰援湖北的山东省医疗队送去1000箱挂面、1000袋面粉。为抗击疫情贡献了自己的力量。

发达面粉集团在支援西部建设方面也作出了突出贡献。2007年，为了改变青海地区成品粮生产能力弱、工作效率低、生产技能落后等问题，发达面粉集团带着自己的企业文化和核心团队走进青海，历时三年帮助青海省粮食局建成了一家现代化面粉公司。当生产经营稳定后，发达面粉集团又主动撤出，将企业无偿移交给青海省粮食局，展现了“利他惠众”的家国情怀。

展望未来，发达面粉集团将继续以高度的社会责任感和使命感，积极参与社会公益事业，为构建和谐社会、推动社会进步贡献自己的力量。

“新老同心长风破浪铸就发达百年基业，德才双修利他惠众锤炼发达万名精英。”经过30年的发展，发达面粉集团已成为集优质粮食基地建设、面粉加工、食品生产、制粉技术研究、各种粮食经营为一体的大型粮食加工企业。目前集团日小麦加工能力9000吨，日生产食品600吨，在复津、武城、平原、枣庄、聊城、济南、潍坊、威海、佛山等地拥有多家子公司和厂区，实现了生产规模、销售收入、员工收入、企业利润、产品市场占有率、创新数量、本科以上学历员工占比7项指标的逐年增长，企业综合实力已经跃居全国领先地位。

发于使命，达济天下。现在，发达面粉集团已站在了一个新的历史起点上，他们确立了企业未来发展愿景：“发人类之本善，聚天下之精英，布全球之福网，探兆民之所祈，献健康之食粮，达亿众之康泰。”发达面粉集团将乘着新时代的东风踏浪而行，为粮食食品安全、舌尖健康保驾护航。