

# 整合红色资源 传承红色基因

## ——关于发展黄岩红色旅游的调研报告

■洪远涵 陈献之

红色旅游是以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体，以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵，组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。发展红色旅游，对于加强革命传统教育，增强青少年的爱国情感，弘扬和培育民族精神，带动经济社会协调发展，具有重要的现实意义和深远的历史意义。因此，在“不忘初心，牢记使命”主旋律的激荡下，要把发展红色旅游放在黄岩旅游整体发展的关键位置上。

### 一、资源调研

要将红色旅游景点进行梳理，打造精品旅游区，重点培育建设10个红色旅游主题景区。这些主题景区是：平田桐树坑台属特委机关旧址景区、茅畲小学抗战时期黄岩县委机关旧址景区、上郑圣堂浙东浙南部队会师旧址景区、宁溪跑马楼历史文化陈列馆(内有革命英烈介绍)景点、龙潭水库建设纪念馆景区、澄江黄岩名人馆(内有革命英烈介绍)柑橘馆景区、淑德小学台属特委机关旧址(已异地搬迁至五洞桥附近)景点、九峰烈士陵园景区等，还有正在兴建的富山半岭堂革命旧址景区和西城西江公园“党史红色长廊”(拟建)景区。

在座谈会及走访调研中，我们发现平田、上郑、茅畲等乡镇对红色旅游比较重视。平田乡目前正在建前红色旅游接待中心，设计建设红色旅游小品，计划修建旧民居展览馆，扩大参观点。上郑乡建设的星光公园和红色军事拓展基地较有特色。目前，飞机、坦克等军事参观设施均已安装到位。茅畲乡计划建设“红色长廊”等。我们在调研中还发现各地普遍存在资金不足、人才短缺等共性问题。

### 二、问题存在

(一)展示形式单一。对红色旅游资源、红色文化的内

涵及深度、广度挖掘得不够深。各景区几乎都是纪念碑与纪念馆组成，观光内容也大多为静态陈列，再配以图片文字。展示的形式单一，缺少专业讲解及多媒体展示，使游客刻板地接受革命传统教育。

(二)缺乏总体规划。在大旅游的发展规划中，红色旅游的内容相对比较少，对如何打造红色主题景区缺少一个总体规划。红色旅游线路规划也不够到位。景点大多分布在不同的乡镇，各景点间及景点纵深缺少换乘的交通工具，在很大程度上限制出游选择，从而减少了游客数量。

(三)基础配套落后。由于存在环保制约、土地瓶颈制约、资金投入不足等问题，各景点革命党史馆孤立存在，在吃、住、行、娱、购、游等方面的综合配套服务没有跟上，基础配套设施落后，留不住游客。大多景点半个小时就能全部参观完，无法体现红色精神的影响力和震撼力，不能满足游客的需求。红色旅游产品供应市场开拓乏力，同质化现象比较严重。

(四)有效整合不足。几个党史馆资源没有得到有效整合，红色景点分散、规模小，呈“低、小、散”状态，未能很好地与当地自然资源、风土人情相结合。各地的红色旅游景区大多为各地单独开发，开发时往往各自为局，不能集中力量进行系统建设和推广，无法形成合力，整体效应得不到发挥。

### 三、对策建议

我们认为，黄岩应该从以下几方面做好红色旅游文章。

(一)精心规划搞好旅游布局

在黄岩发展旅游的实施意见及相关规划中，应该把红色旅游纳入其中。要立足高起点，借实施乡村振兴战略东风，力求在科学规划上求得突破，坚持高标准，以战略思维

选准切入点做好总体布局，请专业团队来谋划黄岩红色旅游规划，建议制订以平田桐树坑台属特委机关旧址为中心的红色旅游总规划，把红色旅游+乡村都市休闲游作为发展定位，培育建设红色主题景区，重点打造精品线路。

1.突出地方特色。红色景区基础设施、红色景点规划建设等层次要高，突出地方特色，突出重点景区，注重区域协同，推进空间一体化布局，与“十三五”规划相衔接，适应旅游业发展的长远需要。

2.实现资源共享。在旅游资源配置上，整合好周边地区的红色旅游资源，开发红色旅游区域合作的新模式，推进红色旅游与各种旅游资源相互融合。如平田桐树坑台属特委机关旧址景区可以与浙东十八潭、桐外畲农家乐、上坪前岸白鹭湾湿地公园等连在一起。对红色旅游的规划，还可以考虑打破县区界限，按照一体化发展要求，建立“台州红色旅游联盟”，把黄岩的红色旅游与台州市的一江山岛纪念馆、路桥的黄岩县委机关旧址以及温岭坞根(中国工农红军第十三师二师诞生地)、临海河头(台州中心县委机关旧址)、三门亭旁(建立浙江省第一个苏维埃政权)等红色旅游景区连接融合起来，实现红色资源共享。

3.打造精品线路。从全区范围来说，主要打好沿永宁江精品线和环长潭湖精品线两条精品线路。环长潭湖精品线是主要以长潭水库为中心的环湖线路。“黄岩西部红色旅游主题景区”几乎都在环湖公路的主线及分支上，以环长潭湖精品线，把西部所有红色旅游景点串起来。

4.做好配套服务。要做好红色景区的吃、住、行、娱、购、游等方面的服务，因地制宜搞好民宿等综合配套布局，在留住游客上多做文章。

(二)广泛宣传做好形象策

# 我区农产品物流配送现状与发展探析

## ——基于对黄岩海鑫家禽专业合作社农产品配送方式的研究

■於 董

黄岩海鑫家禽专业合作社是省级特色农业精品园区、全国农技推广示范户，现有生产基地50亩，饲养海兰灰蛋鸡10万羽，养殖场采用封闭式管理，引进先进的养殖自动化设备(包括封闭式鸡舍环境自动控制系统、乳头供水系统、四层层叠式蛋鸡笼养设备等)。日产粉壳本地鸡蛋7万只，季度平均销量63万斤，主要采用自备小型车辆按配送各固定经销点的物流配送方式，销往台州、温州等地。本文基于对海鑫家禽专业合作社现有物流配送方式的研究，探析我区农产品物流配送现状与优化发展之路。

农产品生产的分散性和季节性、消费的集中性和常年性，使我区农产品物流有很大发展空间。农产品物流配送是其供应链的关键环节，有强大的集聚和辐射功能，优化配送渠道既有利于保障农产品市场供应和食品安全，推进农业结构调整，也有利于促进农产品流通业态向现代化、综合型方向转变。繁荣消费市场，促进可持续发展。

### 一、我区农产品物流配送现状模式

(一)批发商自行提货

农产品供应商一般以专业户的形式出现，供应品种单一、数量大。批发商采购农产品时，由于购买次数频繁，一次采购的品种较多，出于一站式购齐所需品种的需要，有的会自备车辆采购，把来自不同供应商的农产品购齐后装车运回。这种模式反应快速、灵活方便，能及时满足批发商自身需求，有效控制物流过程，保持农产品新鲜度，节省货物配送的商务谈判时间和精力，但该模式业务量较小，自备车辆利用率低，配送成本较高。

(二)供应商送货上门

为了提升经营层次和市场竞争能力，增加配送服务的附加值，有的农产品供应商自备一辆小型车，在其手中批发商订单累计到一定量后配货装车，在约定的时间内送货上门。黄岩海鑫家禽专业合作社、绿沃川农场等主要采用该模式。这种模式对供应商来说自控性强，可随时调度自己的车辆向批发商提供配送服务，但该模式专业化水平低，业务小而没有规模效应，运行成本高，风险较大，容易分散供应商有限的资源和精力。

(三)第三方物流配送

随着市场化程度的提高，专业从事农产品储运和加工的第三方物流服务商应运而生。供应商和批发商利用市场的社会分工，把资源和精力集

中于自己熟悉并擅长的业务，把不擅长或没有成本优势的配送业务外包给专业性的农产品物流配送服务商。这种模式一分为二：一是供应商委托第三方物流服务商及时把农产品配送到指定地点；二是批发商直接下订单给第三方物流服务商，委托其采购、装配、运送所需的农产品。这种模式专业化水平高，容易形成规模效应，综合运行成本低，有利于促进农产品物流可持续发展。

### 二、农产品物流配送存在的问题

(一)经营粗放

农产品具有鲜活、时效性、易腐性等特点，与工业品物流相比，其包装、装卸、运输、仓储等作业管理难度更大，越发凸显物流配送及时、服务安全的重要性。由于传统物流配送的粗放式经营，未经加工的农产品占绝大部分，无论是时间、流通效率，还是流通手段都无法满足农产品物流市场快速发展的需求。

(二)技术设备落后

传统农产品物流配送的加工设备落后、运输车辆差，缺少冷冻冷藏技术，致使新鲜农产品因为运价、运力、保鲜技术等原因而面临巨大损耗。特别是每当农产品集中上市时，物流不畅导致产销脱节，损耗现象更为严重。例如海鑫家禽专业合作社受运输、仓储技术设备的制约，难以打开外地市场；且缺少冷链物流运输合作方，夏季配送通常避开正午高温时分。即使如此，夏季产品损耗仍是制约其发展的一大瓶颈。

(三)信息不健全

农产品有商品寿命期短、实物流量大、单位价值小、品质差异大等市场特征。由于网络信息不健全，传统农产品物流配送参与者获取市场信息渠道单一，信息收集、传递困难，滞后、失真现象时常发生，无法对瞬息万变的市场做出快速有效的反应，使农产品物流配送带有盲目性，影响农产品保值增值。例如海鑫家禽专业合作社目前仍使用最传统的通讯手段，受信息流通渠道单一制约，市场占有率突破受阻。

### 三、农产品物流配送优化措施

(一)选择第三方物流配送模式

第三方农产品物流配送模式不仅减少了供应商和批发商的资金投入，更重要的是双方可以从不擅长的业务中解脱出来，专注于农产品生产、营销等核心业务，获得规模化和专业化效应，增强核心竞争力。第三方物流企业利用其完善的

农产品配送体系，以计算机网络为平台，准确及时地获取供需双方信息，提供最佳配送方案，既能有效解决农产品生产与消费的季节性、地域性等方面矛盾，又能创造加工附加价值，扩大供应商和批发商的利润来源。

(二)重物农产品物流配送流程

农产品物流配送是实现其价值的重要阶段，若物流配送不畅，就会造成农产品积压，装卸搬运次数增多，损耗加大。因此，在满足农产品需求广泛性和多样性的前提下，重新构建物流渠道，减少多余环节，节约成本，增加农产品供应链两头利益。

(三)改进农产品物流配送配套设施

农产品物流配送不同于一般的日常工业品物流配送，在基础设施、仓储条件、运输工具、技术手段等方面有自身独立的要求。为使农产品保鲜增值，农产品物流配送需要采取低温、防潮、防腐、防虫害、防污染等一系列技术措施，要求配备冷冻库、加工厂、冷链物流、检验检测中心、计算机网络等基础设施。

(四)加强农产品物流配送品质管理

民以食为天，农产品的卫生及安全状况直接关系到消费者的人身健康，在优化农产品物流配送过程中，政府和企业需要重点加强农产品绿色安全管理，尽可能采用统一的技术标准、作业标准，实现从田间到餐桌全程的质量安全掌控。

(五)建设农产品物流配送信息平台

信息系统是农产品物流配送的“神经网络”，应用计算机网络将生产、流通、消费各环节连接起来，提供网上交易平台，对农产品物流配送各环节进行实时跟踪、有效控制和全程管理，实现信息共享，减少不确定性和盲目性。通过网络信息平台，供应商根据终端提供的需求信息安排产品生产；消费者在线查询产品信息，及时了解销售情况，决定合适的采购品种、数量、价格等。

(六)给予农产品物流配送政策扶持

农产品物流配送经营风险大，利润薄，在配送体系优化建设中离不开政府支持。对带有示范性、尝试性和公益性的农产品物流配送建设项目，政府应给予扶持资金、贴息贷款等财政支持，同时在人才培养、技术推广、对外合作方面应出台相应政策，鼓励其科学发展。

(作者单位：区发改局)

# 浅议如何发挥新闻媒体在环境保护中的推动作用

■林丁军 汪秀君

近年来，环境保护成为社会关注的热点，也成为新闻媒体竞相报道点评的热点。曾有环境专家指出，中国环保事业的进步，很大程度上靠舆论的推动。实践证明，新闻媒体利用自身的优势，发挥监督功能，逐步成为推动解决环境保护深层次问题的重要力量。如何更好地运用及发挥新闻媒体的力量推动环保工作的进步，值得我们深思。

### 一、新闻报道在环境治理实践中所取得的良好效果

环境新闻报道宣传是在环境遭到破坏的情况下有效提高公众环保意识的重要途径，也是社会主义文化建设与精神文明建设的重要基础，对环境保护起着引导与监督的重要作用。舆论监督栏目通过聚焦重点工作，反映民意诉求，推动着社会进步。

### 二、真正运用好新闻点评，发挥新闻评论的重要作用

新闻点评就是用简明的文字对新闻事件进行评论。新闻评论主要有三大意义：(一)实现新闻媒介的喉舌功能。新闻评论具有较强的现实针对性和理论性，能对党和政府的路线方针政策作深入剖析，分析其产生的背景、意义和实际性，动之以情、晓之以理。新闻评论因其态度鲜明，所以能有力地针砭时弊，从而引起公众对其所提示的社会问题和矛盾的关注，形成巨大的舆论压力，起到有力的监督作用，促使相关部门及时采取措施，尽可能地解决一些问题和矛盾，从而保证整个社会的和谐发展。(二)实行新闻评论服务于民的宗旨。新闻事业不仅是党和政府的喉舌，也是沟通党和政府与人民群众之间的桥梁。新闻媒体既要对党 and 政府负责，又要对人民群众负责，要履行“人民服务者”的义务和责任。新闻评论作为意见性信息，是对新闻报道中重要事物和重大问题的本质性挖掘和分析，在新闻媒体服务于民中充当一大生力军。(三)增强媒体竞争力。在社会主义市场经济条件下，各媒体之间竞争激烈。新闻评论这种意见性信息可以弥补新闻报道的不足，当媒体不能抢到独家新闻或在新闻事实报道中不能占据优势时，可致致力于新闻报道的概括和提高，尽可能地发出独家和富有新意的原创性信息。所以新闻评论是媒体树立品牌、参与竞争的一枚重要棋子。

### 三、如何有效发挥新闻媒体对环境保护的推动作用

(一)充分认识新闻媒体对环境保护的重要作用。环境保护从最初的边缘话题到如今的热门话题，强大的舆论宣传作用功不可没。2015年3月1日，时任环境保护部部长陈吉宁召开媒体座谈会，参加座谈会的20家中央、网络等媒体负责人认为，虽然环境状况不容乐观，但治理环境污染的合力正在形成。他们建议：一要真正用好新《环保法》这把利剑。要让“按日计罚”“查封扣押”“停产限产”，甚至“行政拘留”等强有力的手段发挥效力，要让新法对环评事中事后管理强化落实到位，做到让重污染项目“补了票也上不了车”，要让公众切身感受到环境可以变好，污染可以治理。二要重视建立部门间、地区间联动机制。加大和其他部门的联动、沟通、协调力度，共同治理环境污染。三要加大公众参与力度，通过广泛宣传，让公众了解我国现阶段经济规律和环境规律，全面、正确地理解环保工作。

(二)正确认识并对待新闻媒体和环保部门的关系。两者既是业务合作单位，也是监督者与被监督者关系。如果媒体刊登了批评性、监督性报道，环保部门要有虚心接受和认真对待批评监督的“雅量”。环保工作与社会经济发展和千家万户的生活密切相关，是公众常态化关注的公共议题和热点话题。环境宣传应该充分体现为公众服务的理念，用群众通俗易懂的形式和语言开展正面宣传环保改革实践和一线执法监管工作，避免专业化术语、刻板教条化、数据堆砌化、语焉不详化。

(三)建立报道沟通策划机制。在出台重要政策或发布重要新闻时，应提前与媒体进行沟通策划。注重开放透明，定期举办回应环保热点的例行发布会，相关负责人应积极接受记者采访，及时披露权威信息，避免小道消息到处传播。同时，推动环境新闻发言人专业化，切实加强突发环境事件的沟通互动。

(四)主动适应媒体融合时代要求。大数据、微信平台、移动媒体交互式传播，都是现在“时髦”的传播手段。环保部门应进一步加强新媒体工作，积极传播环境信息，赢得公众对环境保护工作的支持和自觉参与。白岩松曾表示，在推动环境保护方面，每个媒体人要做环境保护的“喜鹊”“啄木鸟”和“蜜蜂”。当有了与环境保护有关的政策、新的法律出台时，媒体要当“喜鹊”，但绝大多数时候，媒体要当“啄木鸟”，通过叨出树干上一个又一个的害虫，给自己找到食物，并维护整个森林的健康。遇到偷排、超标排放等问题时，媒体舆论要当政府和老百姓的眼睛。此外，每一个媒体人都要当好“蜜蜂”，身体力行地将环保行为变成自己的生活习惯。

近年来，新闻媒体客观报道和反映污染事件中的争议问题并积极引导有关方面采取切实有效的措施去解决一系列问题，发挥了新闻舆论的引导和监督作用。借助新闻媒体的信息来源和信息发布管道，新闻媒体和环保事业互惠、互动，使得环境保护找到了一条参与公共决策的有效途径，推进了生态环境质量的持续改善。

(作者单位：区环保局)

# 征稿启事

因本版版面需要，现面向各乡镇街道党委(党工委)和政府(办事处)，区委各部门，区级机关各单位征集理论文章和调研文章。

### 一、征稿内容：

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以理论视角交流研讨对党的十九大提出的重要思想、重要观点、重大论断、重大举措的认识理解；紧扣区委区政府中心工作重点，在城市转型、产业转型、乡村振兴、民生改善、作风转变等方面进行选题。

### 二、来稿要求：

(一)理论文章和调研文章来稿请确保观点明确、文字精炼、针对性强、实践性高、无保密内容。

(二)字数一般在1500—2000字范围内。文首附文章题目(不超过20字)，作者姓名、作者所属单位；文后附通信地址、电话、电子信箱。

### 三、投稿方式：

文章通过电子邮件方式投稿。电子邮箱：jrhy@vip.163.com。

《今日黄岩》报  
2018年6月7日



圆荷露，清风徐来

黄伟摄