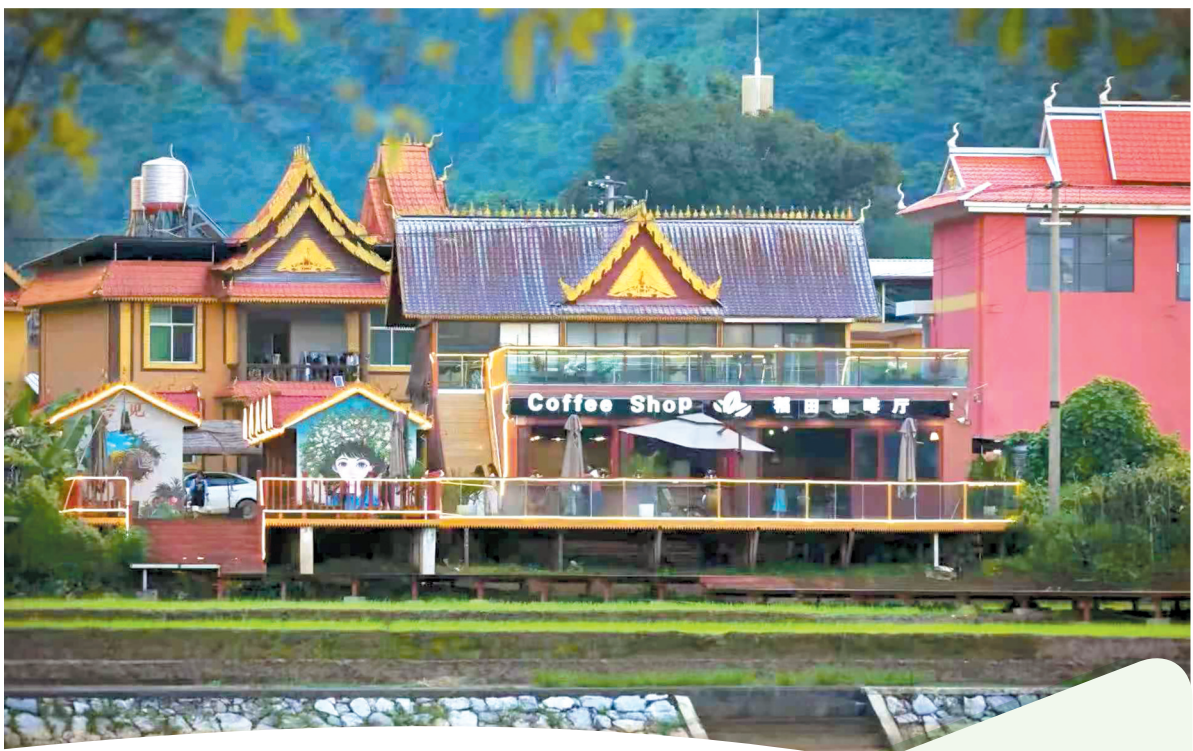




▲ 夕阳浸染耿马河谷。
▼ 稻田旁的特色咖啡屋。

耿马傣族佤族自治县文化和旅游局供图



滇西有座小城叫耿马

本报实习记者 饶定烈

茶山上的“清凉账”

8月的云南省临沧市耿马傣族佤族自治县,晚风从勐撒坝子吹过来,裹着茶香和泥土的气息。县城主街上散步的人不少,几位游客坐在路边的小凳上吃烤鱼,邻桌的本地人用傣语聊着家常,语调软软的,不急不躁。

来自四川的陈先生一家已经在耿马住了半个月。他告诉记者:“每年夏天都会带家人来,白天不用久开空调,傍晚凉风习习,既能避暑纳凉,又可品茶赏景。”

这座滇西南的边境小城,正被越来越多人发现。2025年,全县接待游客646.5万人次,旅游总花费46.9亿元。一个常住人口不到30万人的县,靠什么把“凉快”做成“热生意”?

勐撒镇撒马坝,海拔约1400米。万亩茶园从山脚一直铺到山顶,层层叠叠的绿,一眼望不到边。盛夏时节,这里体感温度比县城低4到6摄氏度。风从茶垄间穿过,带着淡淡的青草香和泥土味儿。

记者在茶园遇到几位从重庆来的写生爱好者,支着画架一坐就是一下午。其中一位说:“在重庆,这个季节别说在户外坐一下午,走两步都一身汗。这里舒服得让人不想走。”

茶还是那些茶,但耿马人开始用另一种方式卖茶——卖的是茶山上的风、茶垄间的凉、茶园里的慢。当地依托连片茶园,深耕茶旅融合,茶叶产销和乡村餐饮收入同步增长,“一片叶子”养活了茶农,也养活了茶山上的新业态。

芒见村把这种思路往前又推了一步。千亩稻田连绵铺展,村里打出了“再芒也要见”的田园IP,农耕体验、稻田露营成了新卖点。2025年,芒见村接待游客13.6万人次,旅游综合收入546.5万元。游客白天在稻田里踩泥巴、捉鱼,傍晚坐在田埂上等落日。“有些客人原本只打算住一晚,结果一住就是三四天。”一位村民告诉记者。

傣味里的“生意经”

比起茶山上的清凉,芒片村的热闹是另一种味道。耿马镇芒片村是一个傣族聚居的村落,紧邻县城。村里最先火起来的是餐饮,傣味手撕鸡、牛撒撒、菠萝饭、柠檬春鸡脚,都是本地人从小吃到大的味道。游客来了,坐在竹楼里吃一顿地道的傣家饭,再买些古法红糖带走,一顿饭的工夫,消费就留在了村里。

25家餐饮店、3家特色民宿,如今沿着村道次第排开。平均每户月收入3.2万元,村集体年增收10万元。这些数字对于一个边境线上的小村子来说,意味着很多人不用再外出打工了。

“以前年轻人都往外跑,现在家里开个馆子、做起民宿,比在外面打工强。”一位经营傣味餐馆的村民说。夜间消费、民族服饰体验等新业态也在慢慢生长,游客吃完饭还能逛一逛、拍拍照。围绕“吃住行游购娱”,一条完整的文旅链条正在这个傣族村落里成型。

从“凉”到“热”的差距

耿马的“清凉生意”正在起势,但距离一门“热生意”还有一段路要走。

首先是交通。耿马不通高铁,最近的机场在临沧市区,从昆明出发,自驾要六七个小时。一位从广东来的游客对记者说:“风景是真的好,路也是真的远。”

其次是产品结构。646.5万人次的游客量、46.9亿元的总花费——人均消费约725元。这意味着多数游客仍以“路过型”消费为主,真正住下来、慢下来的深度旅居人群占比还不高。全县旅居人数约1.49万人,这个数字较以往有所增长,但距离“避暑目的地”的目标还有距离。

再次是业态的丰富程度。勐撒茶山有风景,芒片村有傣味、勐相湿地公园有碧水——但这些场景之间还缺少串联。从“看风景”到“享生活”,中间缺的是民宿的品质、体验的深度、服务的细节。一位村干部坦言:“客人来了想多住几天,但除了喝茶、吃饭、逛湿地,好像也没太多事可做。”

傍晚,勐相湿地公园的栈道上散步的人渐渐多起来。有人穿着傣装拍照,有人坐在长椅上聊天,几个孩子在草地上追着跑。远处,县城的灯火次第亮起。

耿马的夏天,的确凉快。但把“凉快”做成一门持久的“热生意”,路还长。路在脚下,也在每一个细节里。



『平急两用』乡村，算的是一笔人文账

李铮

在城市化高速运转的今天,安全与韧性已成为超大特大城市的必修课。然而,若面对突如其来的危机,特大城市是否已提前做好应急空间?日常需求与非常态保障又将如何兼得?北京平谷南独乐河镇南山村提交了一份颇有启发的答卷。

几年前,南山村还是一个典型的“空心村”——700多户人家中,常住人口仅占1/3,1/3的房屋常年闲置。如今,在“平急两用”理念的引导下,这里已转变为“平时服务民生、急时保障安全”的新型乡村社区:平日里,这些空间服务于文旅业态,创造经济收益;紧急时刻,只需稍加调整,便能承担应急指挥、信息发布、物资储备、医疗服务、交通转运、餐食配送等综合保障任务。正是这种“平时好用、急时管用”的设计,让闲置资产不再是负担,而成为可随时激活的应急资源。

南山村的两用设计不仅在于空间改造,更在于它改进了城郊乡村与超大城市的关系。超大城市人口密集、分工精细、系统复杂,安全韧性是其生命线。若在寸土寸金的城区嵌入大规模应急安置设施,成本极高,空间极紧,几乎难以落地。而南山村位于京津交界处,距京平高速、津霸高速均仅十分钟车程,区位优势显著,加之地处远郊特有的低建筑密度、开阔空间和良好生态环境,为京津两大城市的安全应急提供了天然支撑。同时,其靠旅游收入维护设施、培训人员、更新物资,使应急能力“养”在平常,成为“资源功能化、功能复合化”的城乡融合新样本。

长期以来,一些村镇在城乡关系中习惯了“等”——等规划、等政策、等城市拉动。而南山村的实践,让乡村拥有城市不具备的空间资源和独立承载能力,在城市安全体系中扮演着战略资产的角色。当城市的应急需求与乡村的发展需求精准对接,城乡融合就从单向输血变成了双向赋能。

更具温度的是,这种两用模式把应急保障从“将就”变成了“讲究”。当突发紧急事件来临时,人员能被迅速安置进干净整

洁的民宿客房,有热饭、有热水、有相对私密的空间,得到妥善的照护,“平急两用”空间从容迎接转移安置的市民。

“平急两用”不只算经济账、规划账,更是一笔厚重的人文账。以平养急,养的是可持续的韧性——用日常运营的收益反哺应急能力的维护,让安全不靠突击;以急固平,固的是有温度的发展——应急功能的嵌入提升了乡村的公共配套水平,反过来又增强了乡村平时旅游和居住的吸引力,形成良性循环。

或许,城乡融合的未来,就藏在一座村庄对平时与急时的从容切换之中。那些曾经沉睡的闲置宅基地,那些看似无解的“空心村”困境,都可能在“平急两用”的视角下被重新估值、重新激活。



一棵草，成就一座城

本报记者 高婷



游客品尝人参鸡汤。

人参果采摘现场。 抚松县委宣传部供图

专家支招

中国食品报社总编辑助理陈美圻：

人参产业化的核心路径是“人参+”。当前最大的障碍在于消费门槛太高,普通消费者知道人参好,却不知道怎么选、怎么吃、吃多少。破局的关键之一是产品转化,借鉴韩国市场成功经验,做轻量化落地,推出小包装、便携茶饮、即食产品,统一规格标准,让普通人买了就能用;二是传播转化,组建专业团队做“文化翻译”,把中药材知识转化为通俗易懂的科普内容和消费引导,让不同人群找到适合自己的产品。把门槛降下来,人参消费才能从“少数人的专属品”变成“更多人的日常消费品”。

文旅博主韩永坤：

抚松人参的优势在资源与规模,但升级的关键不在种植端,而在品牌与渠道端。当前有头部主播坐拥数百万粉丝,却找不到“能立得住”的人参产品,这恰恰说明抚松的优质供应链与市场需求之间缺少一座桥。核心突破在于品牌转化:将“抚松人参”从产地标签升级为消费品牌,统一品质体系和品牌形象,让消费者认准“抚松”两个字下单,而不需要自己研究品级和产地。同时主动对接头部电商、直播平台,让好产品真正走出产地。品牌立住了,渠道跑通了,好产品才有好市场。