

(第3期)

朔州市人民政府发展研究中心

二〇二一年八月十一日

## 朔州市“长城人家”发展状况 专题调研报告

朔州市人民政府发展研究中心课题组

近期，我中心组成专门课题组，深入我市六县（市、区），对全市“长城人家”特色旅游地发展现状和著名旅游品牌注册等情况进行了摸底梳理，现将有关情况报告如下：

### 一、朔州市旅游资源总体情况

（一）历史文化积淀深厚，旅游资源丰富。朔州，历史悠久、山川秀美，文化脉络清晰，从旧石器时代晚期至今，文明进程从未间断，是华夏文明的重要组成部分。旅游资源丰富，文

物古迹众多，气候舒爽宜人，主要有佛教古建、边塞文化、西口文化、生态避暑、产业文明、红色记忆六大类旅游资源。目前，全市拥有各类规模旅游资源景区（点）80余处。4A级景区4处，为应县木塔、全景右玉、金沙滩和崇福寺景区，其中全景右玉是山西省首家以县域命名的4A级景区；国家级文物保护单位8处，分别为应县木塔、崇福寺、净土寺、广武长城、广武汉墓群、峙峪遗址、宝宁寺、长城新广武村段；国家级水利风景区2处，为桑干河东榆林水库水利风景区、怀仁鹅毛河水利风景区；省级文物保护单位17处，分别为鹅毛口遗址、朔州古城墙、华严寺砖塔、王家屏墓等；市级文物保护单位65处；县级文物保护单位398处。省级特色旅游购物示范区1处，为怀仁海宁皮革城。旅游资源得天独厚，发展旅游业蕴藏着巨大的发展潜力，前景广阔，为我市发展旅游产业奠定了良好的基础。

**1. 自然生态景观奇特。**有紫荆山、黑坨山、洪涛山、清凉山、馒头山、石柱山、草垛山等奇特的原始森林和自然风光；有被誉为“塞上西湖”之称的神头泉群和桑干河源头湿地；有太平窑水库、东榆林水库、镇子梁水库、明海湖、元宝湖等水域旅游资源；有70载如一日，一张蓝图绘到底，艰苦奋斗、迎难而上，终使沙漠变绿洲，书写塞上绿洲苍翠传奇，成为中国生态建设的标杆，创造世界级生态奇迹，“绿水青山就是金山银山”实践之地——大美右玉。

**2. 名胜古迹瑰丽。**有世界现存最高最古的且唯一一座木构

塔式建筑——佛宫寺释迦塔，与意大利比萨斜塔、巴黎埃菲尔铁塔并称“世界三大奇塔”，为全国重点文物保护单位，属世界级文物景点；有著名三寺景观：崇福寺（在辽金时代仅存的八大砖木建筑中规模排名第二）、宝宁寺、净土寺，皆为全国重点文物保护单位；还有三大遗址峙峪旧石器晚期文化遗址、鹅毛口古石器制造场遗址和边耀新石器文化遗址；有我国现存最完整的村镇一级古城之一旧广武城，为国家重点文物保护单位；有“东方金字塔”美誉的广武汉墓群，为国家重点文物保护单位；有全国独特的锯齿长城内长城，为国家重点文物保护单位；有气势恢宏的金沙滩古战场；有历史上重要的民族交流、融合关口杀虎口……

**3. 人文历史璀璨。**在朔州这方热土上，诞生了西汉著名女诗人班婕妤，率 800 将士在安徽逍遥津击败东吴 10 万大军，几乎生擒孙权的三国大将张辽，北齐著名将领斛律光，隋末著名农民起义军领袖刘武周，唐朝开国元勋中华门神尉迟恭，后唐开国皇帝李存勖，五代名将安重荣，辽兴宗皇后萧太后，明代礼部尚书王家屏，早期无产阶级革命活动家曹汝谦，革命前辈戎子和等；爱国华侨、抗日女英雄李林足迹踏遍塞北，牺牲在朔州平鲁区。特别需要指出的是，朔州先后出现过李克用、李存勖等 5 个皇帝，辽代兴宗皇后萧太后、宋仁宗皇后郭氏等 5 个皇后和贺拔岳、高汝砺等 13 个宰相。可谓，龙啸凤鸣，人杰地灵。

## （二）朔州“长城人家”特色旅游地发展现状及著名旅游品牌注册情况

1. **长城旅游资源丰富。**朔州市位于山西省西北部黄土高原，北接大漠，南扼雁门、宁武、偏头三关，西望黄河，东接恒山，外长城阻其北，内长城护其南，为南北咽喉、东西要路，战略地位极为重要，历来为兵家必争之地。境内长城共计 327 公里，现存各类长城遗存 1649 处，占全省总量的 38.5%，长城历史年代齐全，战国、北魏、北齐、明代长城兼有，堪称中国长城历史博物馆。其中山阴广武长城、右玉杀虎口尤为经典。在我市 8 处国家级文物保护单位中，与长城相关的就有 3 处，即有我国现存最完整的村镇一级古城之一——旧广武城，有“东方金字塔”美誉的广武汉墓群，有全国独特的锯齿长城新广武村段。同时还有气势恢宏的金沙滩古战场，历史上重要的民族交流、融合关口——杀虎口，可谓“长城博览在山西，精品揽要在朔州”。

2. **“长城人家”培育工程持续推进。**近年来，我市围绕全省锻造三大旅游板块的总体部署，依托古长城及其周边旅游资源，以长城遗迹、古战场遗址、边塞风情、民族融合、边贸互市、军事文化等为主要吸引物，培育了 17 家“长城人家”，2019 年评定了 8 家，分别是：朔城区老城大营街青荷轩、右玉县新城镇邓村桃花源农庄、右玉县杀虎口风景名胜区杀虎口村新西口情生态庄园、右玉县右卫镇右玉艺术粮仓、平鲁区高石庄乡

大辛窑村西口驿站、怀仁市马辛庄乡鲁沟村许书记客栈、怀仁市河头乡百谷寨村艺海农家院、怀仁市河头乡王皓瞳村古堡农家一号院。2020年评定了9家，分别是：平鲁区上木角乡下木角村敬德人家、平鲁区晋梅饭店、怀仁市清凉山人家、怀仁县刘姥姥食府、鲁沟南湖人家、鲁沟金土地人家、怀仁市百户寨百草山羊肉农家乐、右玉县威远镇康平村大洋民俗馆和右玉县右卫镇东兴村清远居。同时大力扶持有发展基础、发展积极性高的乡村旅游经营户，深入推动“农户+乡村”的融合发展。开展标准化创建工作，通过“长城人家”带动更多的民宿、农家乐经营户参与到乡村旅游工作中，平鲁区在大河堡、迎恩堡、长梁、东港、泉盛庄等乡村游览观光区域的10余个村庄挂牌办起了地道山野土菜小吃农家乐25户，安置从业人员达149人；怀仁市开展培训指导帮扶到户，引导贫困户通过向农家乐（客栈）提供自产产品，参与接待服务增加收入，我市“长城人家”为乡村旅游业的发展注入了新的活力，已成为保护、传承、弘扬长城文化的重要载体。

**3. 长城旅游品牌建设影响力不断扩大。**近年来，朔州市连续三年举办了塞上朔州长城国际旅游节，推动成立长城沿线城市旅游联盟，大力推进长城文明守望、长城旅游公路交通、长城生态绿化、长城沿线乡村环境整治、长城旅游基础设施建设五大工程，推动“长城人家”民宿品牌建设，有力提升了朔州长城旅游品牌影响力，努力打造全国长城边塞旅游目的地。山

阴广武长城被纳入山西长城旅游板块的重点建设项目，广武长城文化公园保护建设项目被列入国家文化公园初步建设45个项目之一。朔州市境内长城的保护修缮、文化挖掘、活化传承等工作进入全新的发展阶段。

旅游品牌注册：从调研汇总的情况看，目前我市“长城人家”总体规模小，实力弱，尚处于起步阶段，加之经营主体多为个体户，品牌意识淡薄，大多没有注册商标。2020年右玉县境内“长城天路”风景申请了商标认证。旅游业中注册品牌集中于特色农产品，如“黄土情”“帅林”“佳维”“山老汉”“应州绿”等小杂粮和蔬菜产品。

**（三）社会组织和农村党支部保护长城的意识较强，行动有效**

**1. 市委、市政府高度重视。**市委提出一年干完两年的活儿，把市内698公里长城1号公路在2021年提前完成。县（市、区）积极规划支线，以交通条件的改善带动长城人家的建设。市委今年5月20日还专门在2021第二期“转型发展大讲堂”上举办了《长城的历史价值与新时代意义》讲座，旨在提升全市干部的长城保护意识。

**2. 长城学会发挥了重要作用。**由朔州开展文化研究的专家、学者和公益爱好者43人组建了朔州市长城学会，他们自筹经费，一段一段地走长城，宣传长城，呼吁全社会保护长城。近3年来，在他们的大力呼吁下，广武坍塌的月亮门已由省文物局出资重修。

**3. 农村党支部保护意识增强。**许多党支部书记组织人员义务看护长城古迹，使这些文物得以保留下来。朔城区寇庄原村支书李云多年来一直把过去县长李澍洲的“谁院”保护下来，不让人民拆石头、搬砖块，使古迹原貌保存至今。三青梁村把长城墙体保护起来，不让村民去拆石头、拆城砖。

#### **（四）新的看点不断涌现**

考古最新发现了娄烦国战国古墓。2020年，我市朔城区后寨村西南方发现了战国时大量墓葬，最为惊叹的是发现了车马坑，有三辆车，12匹马。娄烦国北起大青山，包括忻州西八县、朔城区，南至晋中，战国时期赵国军队，楚汉之争时期刘邦、项羽军队中都编有能征善战的娄烦兵营的历史传说有了真实的佐证。这一发现，被评为2020年山西六大考古发现。这一发现填补了朔州历史上远古峙峪猎马人到“秦派大将蒙恬北击匈奴，筑城马邑”的空白，基本充实了全国春秋战国史，比江西西汉海昏侯墓更具有历史价值。又发现了王皓瞳古堡，小石庄的瓮城，以及与长城相连的堡、城、墓。“五千年历史看山西”真是名不虚传。

## **二、长城特色旅游地和“长城人家”存在的问题**

我市将长城作为旅游资源来开发和利用目前尚属于起步阶段，旅游业正处在产业积累向产业发展的转型期，产业水平比较低，发展旅游业的观念与市场接轨不够，存在着投资不足，基础差，底子薄，产业规模小、层次低等诸多问题，与全市丰

富的旅游资源和区位优势还很不相称。

（一）开放发展的理念不强，缺乏拳头景区景点。从我市旅游业发展现状来看，自身基础薄弱、财力能力人力不强、运营模式滞后，仍处于自说自话、小打小闹的阶段，缺乏大手笔、大战略、大产品、大项目，重点旅游景区景点数量少，体量小、类型单一、零星散落，连不成线路。全市现有的4处4A级景区应县木塔景区、崇福寺景区、右玉生态旅游区、金沙滩生态旅游区分别分布在应县、朔城区、右玉、怀仁，类型单一，独木不成林，景区相互间空间距离较远，缺乏有效整合，没有集群优势，再加上朔州位于大同、忻州中间，重点景区数、品牌知名度远低于大同古城、忻州雁门、忻州老城等景区，更加凸显出我市旅游景区散而不强的短板。全市长城旅游板块整体呈“点状分散、开发不足”格局。目前稍具规模，发展相对成熟的仅有右玉杀虎口、怀仁金沙滩几个景区，即便是这些景区，其发展思路更多还是停留在做好重要关口的景区景点开发上，对长城旅游资源的丰富性认识不足，对其蕴含的丰富文化内涵挖掘不够，旅游供给产品单一，仍以观光旅游为主，游客体验感较差，停留时间短，景区旅游综合收益不高。

（二）基础设施薄弱，旅游市场季节波动性大，综合收益差。我市“长城人家”起步较晚，整体行业尚不成熟，缺乏统一管理，配套设施较为落后，绝大多数依托于乡村旅游，因为地理位置等原因，其规模化发展成本较大，民宿房间量有限，



无法接纳当前最流行的团队出游，只能接受部分家庭或者个人旅行，加上我市冬长夏短，昼夜温差大，目前我市长城景区以观光游为主，旅游旺季主要集中在5月份至10月份，旅游服务主要集中在日间时段，这就造成了在旅游淡季，大量资源和设施的闲置、浪费，使旅游经济效益大幅度降低。以右玉桃花源农庄“长城人家”为例，该园区总占地面积约800亩，集果品、蔬菜种植、特种禽类养殖、垂钓休闲和餐饮住宿于一体，2016年，合作社被省农业厅、省旅游局评定为“山西省休闲农业与乡村旅游示范点”，2019年入选山西省“长城人家”。园区负责人告诉我们，右玉气温较低，夏季是避暑胜地，每年从“五一”到国庆期间是旅游旺季，游客较多。淡季期间，游客不过寥寥几人，餐饮、住宿等资源和设施几乎全部闲置，严重影响着园区的综合收益。

（三）整体经营水平不高，市场辨识度低。一个产业一个品牌要有辨识度，其实就是需要个性化、特殊化，我市长城人家经营者和从业人员以本地及周边村民为主，大多数文化水平不高，整体素质偏低，对旅游品牌建设、维护，提升服务质量重视不够，整体经营管理水平和旅游服务质量不高。经营场所大多由自家房屋改造而成，并没有统一的行业标准约束，缺乏长远规划，存在重复建设、低层次开发、同质化严重等问题，加上我市长城整体形象宣传塑造不够，对旅游目的地品牌缺少整合，缺乏协同营销与推广，当前的旅游项目基本还是初级和

粗放型的，宣传、展示、解说的方式和手段也比较陈旧，不够形象生动，品牌影响力薄弱。

（四）投资意愿低，发展动力不足。旅游产业发展需要长线、大量投资，且见效慢，直接收益低。从省级层面来说，除了在长城1号公路建设上，给予地方58%资金支持，在长城人家方面，暂时还没有直接的资金支持。从市、县级政府来说，自身财政紧张，都在过紧日子，对“长城人家”在资金支持上力度不大。从长城人家经营者来说，长城板块旅游初步兴起，整个行业尚不成熟，加上我市旅游市场季节性波动大，旅游市场整体收益不高，从调研统计情况来看，在进行首轮投资经营后，后续持续投资意愿很低。这些因素直接制约着长城人家的健康发展。

（五）缺乏专业队伍。旅游产业要素众多，在发展过程中辐射多个行业，已成为一个多方位、多层面、多维度的综合性大产业。从总体规划、项目规划、市场营销、景点建设包装、企业运营等全流程都需要专业人才。而这方面恰好是我们最大的短板。规划可以找外面专家、专业团队，但在长城旅游品牌培育、市场运营等方面，本土人才才是中坚力量。我们当前的情况是：本地人才走出去不回来；懂管理会经营、观念创新、思想解放的人才少之又少；高素质人才短缺，且多数旅游从业人员流动速度过快，素质偏低。目前，全市导游人员仅200余人，其中高级导游1名，中级导游7名，数量不足，质量也不高。

### 三、下一步发展的意见建议

围绕国家长城文化公园建设契机，充分发挥资源优势，深入挖掘文化内涵，着重突出地方特色，打好长城品牌，加快开发乡村旅游产品，促进我市长城旅游做大做强。

（一）加强农村党建工作。农村党支部强不强，党支部书记过硬不过硬，是关系“长城人家”建设的首要问题。如果党支部强，在征地、拆迁、改造过程中，会很顺利；如果弱，则会出现漫天要价、阻拦施工现象。所以组织、宣传、纪检部门要配合建设，共同发力，打造坚强的党支部，充分发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。可以通过上党课，召开民主生活会等途径来达到这一目的。这也是我们单位在近十年的扶贫工作中得到的体会和经验。所谓“磨刀不误砍柴工”。

（二）挖掘文化内涵，打响旅游品牌。长城不仅仅是一道墙，长城沿线的古城、古堡、古寨等都是长城旅游的主体资源，蕴含着我国古代军事、商贸、民俗等多种历史文化因子，生活在长城区域村庄的老百姓也是活态的发展长城旅游的文化资源。发展长城旅游，首先要讲好长城故事，旅游就是编一个故事，讲一个故事，卖一个故事。在这方面，河南做得比较成功，云台山一块石头中间有裂缝，导游说是李世民用剑砍的，说得有模有样，游人听得津津有味，用刀砍开石头应该是有的，用剑砍估计是传说。西湖三个爱情故事，有两个是假的。我们朔州神头山上有个关于北魏拓跋公主美丽的传说，后人在山上竖

了座雕像，称作神女像，叫神女的地方多了，毫无文化内涵。发展朔州长城旅游就是要通过深度挖掘这些长城历史文化及所凝练出来的民族融合、爱国主义等主题，以朔州长城为轴线，以我市境内长城1号公路链接起来的村庄为节点，整合长城遗产、人文自然景观、民俗文化等资源，深入挖掘其文化内涵，按照成熟化、特色化、品牌化的要求，打造几条地域特色浓厚，民族特色鲜明，集科学性、民俗性、乡土性、知识性和参与性于一体的特色文化旅游线路，以满足境外游客、国内游客、自驾游游客、研学游游客等不同客源的出游需求。

（三）处理好保护与开发的关系。长城沿线乡村旅游的开发与保护是对立统一的关系。长城旅游资源的不可再生性，决定其要按均衡性原则开发，在最大程度上保护好长城资源原生态自然环境的基础上，利用好长城资源发展旅游。因此，必须坚持保护第一、开发第二的原则，这里所说的保护既包括长城文化遗产本体的保护，也包括生态环境的保护，所以在开发时，要以保护为重，做到有重点、有步骤、差异化，严控长城沿线村庄盲目开发长城旅游的情况发生。保护工作做得好，才会有后续的健康发展。我们在调研时找到了一个非常好的正面案例，在怀仁市，并无长城直接过境，只是零星分布着几座古堡，和数十处墩台、烽燧，但围绕长城资源保护及生态环境保护做了很多工作，长城旅游开发相对成熟，长城人家数量居全市之首，有8家之多（全市17家），特别是怀仁鲁沟村，一个村庄就培

育了3家“长城人家”，整体运营状况良好，发展迅速。这些“长城人家”主要集中在该市东部乡镇——河头乡和海北头乡，最大的优势就是生态环境保护得好，吸引力强。

（四）开发长城旅游景区景点，坚持最少干预、修旧如旧原则。在长城沿线打造重点景区、景点，涉及古城、古村落整体开发的，一定要慎之又慎。拆迁指挥部要把文物管理部门吸收进去，并把审批意见作为前置。在修缮时，要坚持“修旧如旧”的原则，把文物能保护的全部留下来，哪怕是有一点历史价值的东西。拆迁指挥部要把文管部门作为成员之一，要给拆迁指挥增加一些文化成分，绝不能让一群不懂文物的人盲目地去干建设古村、古城的事。要有文物部门的意见和规划，绝不能拆了砖木结构古迹，建起一些水泥钢筋的仿古建筑，那样就失去了历史的厚重感，抹掉了乡愁，留下了现代的古建筑，没有什么旅游价值，这也背离了打造长城旅游板块的初衷。2016年山阴广武明长城标志性景观、被广大旅游爱好者称为“月亮门”的残存长城敌楼发生坍塌，引发舆论广泛关注。在随后修复过程中，先是长城保护专家进行实地勘测，制定抢救性保护方案，后在国家文物局主导下，由中国文化遗产研究院按照修旧如旧的设计方案，对“月亮门”采用3D立体修复工艺进行修复，保持了长城古朴沧桑之美。

（五）积极争取上级财政支持。影响我市长城旅游发展的一个重要因素就是基础设施建设滞后，需各级政府和相关部门

以全域旅游为目标，统筹整合各类资金，加大投入，优化旅游交通网络，以广武长城国家文化公园建设为契机，发挥旅游公路在促进文化和旅游消费中的重要作用，以长城“一号旅游公路”为纽带，落实《山西省黄河、长城、太行三大板块旅游公路规划纲要(2018—2027年)》，围绕“倚长城、连古堡、跨景区、接干线”的规划定位，推进通往乡村旅游示范点、旅游扶贫示范村公路等级化建设，完善车站、公路通往景区道路旅游引导标识系统，完善餐饮、住宿、厕所等配套设施，提升景区可进入性，构建“快进慢游深体验”全域旅游交通网，为长城旅游产业发展创造条件。而现在的实际情况是，市、县财政艰难维持。国税改革后，中央财政“富富有余”，省级财政“盆满钵满”，市级财政“稳稳当当”，县级财政“摇摇欲坠”。早在2016年楼财长警告：“离悬崖还有一公里”。县级财政危情：先山西、后陕西、再辽宁。随着土地财政的“崩塌”、民间投资热情跌入历史冰点、地方高额债务偿还能力降低等因素的左右，越来越多的县级财政将会陷入危机的状态。市级财政现在到了集中偿还历史债务和3P项目应付款。所以，在长城保护、开发，长城1号公路修建和其它相关配套设施完善方面，中央、省级要全部拨款。

(六) 实行以奖代补，推进“长城人家”建设。“长城人家”建设，说白了，就是打造高端“农家乐”。旅游产业本来就具有投资数量大、投资周期长、见效慢的特点。“长城人家”建设的

主体一般是在其它产业发家致富后的企业家；当然，也有部分是村民。对村民而言，更是显得投资大、周期长、见效慢。为了推进这项工作，一方面，是各有关部门要配套相关“行、游、购、娱”的设施；另一方面，村民得具备“吃、住”的条件，盖5间房子，需要15万元，装修也需10万元左右。在现有房子的基础上改造，一般是有上水没下水。需铺设下水管道，建旱井排水，铺地板，吊顶。应需10万元左右，建议由省财政给每个“长城人家”补助10万元，前5户补，共需50万元，起到带动作用，让人们看到投资效益后自发投资去搞建设。

（七）对文物保护开发方面加大投资力度。有一些文物，是填补历史空白，连通时间轴的载体，这些载体要重点保护。长城人家，不光是指长城城墙，而是和长城相关的文化符号，是带动乡村旅游发展的一个载体和形式，对于有重大价值的点，如前所述，市县财政紧张，省财政应该全部出资修缮。

（八）加强培训引导，促进发展水平提升。加强对长城旅游管理人才和从业人员的培训，做好长城旅游营销的指导和协调工作，提升长城旅游管理水平，引导农村本土人才成长，培育一批懂长城、懂旅游、会经营的长城旅游带头人。

《朔州市长城人家发展状况》课题组

组长：祁 贵

成员：边永军 李峰亮 贾 兴

执笔：贾 兴