

关注 | 倾力打造文商融合旅游热点门户

马拉松跑热“枣乡民宿”

本报记者 王新欣



▲稷山县陶梁村由村集体经营的“枣乡小院”。
▲姚村“枣福人家”民宿摆放有零食和文创产品的整洁房间。

本栏图片均由本报记者 陈方斌 摄

▲稷山县吉家庄村口新地标火车广场以及特色墙绘可供外地游客拍照打卡。

▲陶梁村“老郭小院”内，户主在收拾整理民宿房间。



由村民经营。“主要是让乡亲们参与进来，一晚上100元到200元不等，价格很亲民。”

薛建斌自己也经营着一家民宿，名叫“枣福人家”。“里面是一室一厅一卫，摆放有稷山县文旅局提供的零食和文创产品，洗漱用品由村里统一提供。我们还配备了智能马桶、熨烫机，提供两顿饭。”说起自家的民宿，薛建斌言语中满是自豪。

“院子闲着也是闲着，做民宿能增加点收入。民宿里的东西全部是新买的，前两天已经有人预订了，是一个从广州来的运动员，他来跑半马，在网上看到民宿信息就预订了。”薛建斌告诉记者。说到给客人准备的零食，薛建斌更是如数家珍：“游客来了我们会给他们提供菜卷、花馍、米汤、野菜、拌菜等，都是地道的稷山风味。”

稷山县文旅局宣传股股长王钰娜介绍，稷山国家板枣公园内已有10多家村民经营的民宿，涉及陶梁村、姚村、吉家庄村3个村庄。“之前景区内已经有一方·唐枣温泉庭院和枣花民宿，现在计划重点打造村民自家的民宿——枣乡民宿群，以此来带动文旅产业高质量发展。此外，还有温泉酒店和星级酒店等。”

“乡亲们亲自接送游客，做个家常菜，让

游客体验稷山本土的吃住游玩，感受朴实的民风民俗，这种感觉是酒店给不了的。”王钰娜说。

为了方便游客预订，稷山县文旅局还做了大量的宣传工作。“我们发布了3篇公众号推文对‘枣乡民宿’进行宣传，还专门做了一个视频，这个视频发布在抖音、视频号、小红书、快手4个平台。”王钰娜说，“民宿还没有正式开张，已经陆续有人通过稷山文旅公众号上提供的二维码预订房间了。”

稷山板枣栽培历史悠久，千年枣林是这里最宝贵的财富。过去，游客来了看看枣树、买点枣就走了，留不住人。现在，通过发展“枣乡民宿”，游客可以住下来，吃农家饭、买农产品、体验农家生活，真正融入枣乡生活。

从闲置的校舍、农家庭院，到一间间特色民宿；从村民的观望犹豫，到积极参与；从单一的枣果销售，到“吃住游玩购娱”全产业链发展；从“闲置资源”到“美丽经济”，稷山国家板枣公园正在发生一场深刻的变化。在农家小院的烟火气里，一种全新的乡村旅游模式正在稷山生根发芽、开花结果。稷山马拉松赛就像一把火，点燃了跑友们的激情，也点燃了枣乡百姓的发展热情。正如王钰娜所说：“我们要让游客来了不想走，走了还想来。‘枣乡民宿’不仅是一个住的地方，更是了解稷山、体验稷山的一个窗口。”

场便映入眼帘。“这个火车广场是我们村的新地标，2024年5月开始施工，今年借着马拉松的机会，我们让火车广场‘活’起来，举办夏日乡村音乐会，将它打造成为附近村民休闲、娱乐的好地方，今年4月18日正式运营。”吉家庄村党支部书记兼村委会主任裴俊峰说。

记者走近一看，只见广场上停放着一列小火车，虽然不能真正开动，但游客可以上去拍照打卡，成了村里的“网红打卡点”。“火车广场正式运营之后，每个节假日这里都要举办消夏演出，还有烧烤、炒鸡等美食供大家选择，让游客来了能够玩得开心。下一步，我们计划再建一个健身广场，添置一些儿童游乐设施。”裴俊峰说。

不仅是火车广场，村口附近民居建筑的墙绘也很有特色。这些墙绘以板枣为主题，内容包括枣树的育苗、嫁接，枣林的春、夏、秋、冬，还有打枣、捡枣、晾枣、炕枣等场景，吉家庄的历史沿革等。游客通过这些墙绘，能够更好地了解稷山板枣以及当地的民俗风情等。

吉家庄现有4家民宿，裴俊峰的房子就是其中之一。谈及参与民宿发展的过程，他感触很深。起初，村民对村委会的动员响应并不积极，于是村里决定从党员干部家庭先行试点，用实际收益带领大家逐步加入。“我作为党员干部，当然要带头。所以就第一个把自家房子改造成了民宿。”裴俊峰说。

裴俊峰的房子刚装修好，有两间卧室供游客预订。记者采访时，已经预订出去了。“都是运动员，她们是在网上预订的。这几天，有很多人打电话咨询，有太原、晋城的，还有烟台的。最后被两个女生订走了。其中有一名太原的选手，和我视频通话看了房间后，觉得不错就订了。”

目前，吉家庄的4家民宿主人中，有2名村干部、2名党员。“我们先带动，有了收益后还会带动更多的村民。我们几家都是新装修的房子，争取给游客提供良好的住宿体验。”裴俊峰

流量变“留量” 发展赛事产业链

姚村村位于板枣公园的核心区域，这里不仅有千年枣树，还有浓浓的枣乡风情。在该村党群服务中心门口，记者见到了村委会副主任薛建斌，他告诉记者，全村总共有6家民宿，大都

聚焦 | 激发消费潜能 激活发展动能

购花日常化 背后有说道

本报记者 李岩

就感。”

彭敏总结说，花束形态的变化其实是跟着消费者的需求在走。“以前我们只想怎么把花包得好看、卖得贵，现在想的是怎么让顾客买得轻松、养得明白。花束小了，价格低了，买的人反而多了。虽然只是一张小纸片或者几句叮嘱，但能让顾客觉得我们负责任，他们也更愿意再来。”

买花像逛超市一样平常

周末下午，记者来到盐湖西区花园花卉市场。这里基本都是盆栽，大大小小的绿植摆满了各家店铺的空间。顾客三三两两在里面走走看看，不时停下来问问价格、摸摸叶片。

“过去总觉得买花是一件挺正式的事，要么是过节送人，要么得专门安排。现在想买就来了，不需要想那么多。”正在挑选绿萝的市民吴女士告诉记者，她现在每隔一段时间就会来花市转一圈，带一两盆绿植回家。“我们家客厅的茶几上、阳台上都摆着，有时候是绿萝，有时候

是吊兰，换着来。”

在这里经营了8年绿植生意的摊主黄涛说，现在普通市民购买绿植越来越多，到了周末很多是一家老小一起来。“带孩子来看看花，顺便买几盆绿植回去养。你看那边，那家卖多肉，周末经常围着一圈家长和孩子。”一个七八岁的小女孩正蹲在地上，认真端详着一盆多肉，不时伸出小手轻轻碰一下那嫩嫩的叶片，已经选了快二十分钟了。摊主正忙着帮顾客把选好的绿植装进袋子，他说：“现在很多人买花就是自己家里摆着好看。价格不贵，养好了能活好久。”

街边的鲜花小摊也很热闹。傍晚七时左右中心城区南风广场附近，一个不到两平方米的花摊前围着四五十名顾客。摊主是个年轻姑娘，她说，自己经常傍晚出摊，一直卖到晚上九点多。“以前也就是节日那几天生意好，现在平时也能卖得动。天气好的时候，一晚上能卖出去40余束。大家都是路过，顺手买一束带回家。也不用包装得多精美，简单扎一下就行，回去大多是插瓶子里。”她利落地给一位顾客包花，“很多都是老顾客，我都认识她们了。”

“在路上看到喜欢的就买一束，10块15块的，也不贵，带回家往瓶子里插。”刚买了一束小雏菊的年轻女孩说，她已经记不清自己是从什么时候开始养成这个习惯的，“好像就是有一天路过看到了觉得好看，买了一束，然后就停不下来了。”如今，买花不需要专程安排，也不需要特定理由。无论是花市里的盆栽，还是街边小摊的鲜花切花，都成了日常生活里顺手就能拥有的一点绿意和生机。

鲜花改变着生活方式

日常购花消费行为的出现，重塑着花卉消费市场格局，也折射出市民消费观念、生活方式的多元转变。

近年来，大众消费心态愈发理性，悦己式消费、氛围感消费快速兴起，鲜花逐渐褪去社交礼品属性，成为装点家居、舒缓情绪、陶冶情趣的日常消费品，消费场景不断拓宽，消费频次持续提升，花卉市场的经营淡季逐渐消失，常态化消费成为行业发展的底色。

业内人士介绍，消费群体的迭代与消费需求的细分，推动市场走向多元化发展。年轻群体偏爱小巧精致、价格亲民的鲜花切花，买来装点家中空间、舒缓身心，同时热衷选购造型别致的绿植盆栽，搭配家居环境，营造温馨舒适的居家氛围。中老年消费者则青睐绿萝、吊兰、多肉等易养护绿植，打理省心、观赏性强，用来美化居室、涵养生活情趣，打造惬意的居家休闲环境。不少家长还会带着孩子走进花市，在挑选花草的过程中培养孩子的审美与爱心。消费需求的差异化，使得市场供给不断丰富，全方位满足不同群体的个性化需求。

据了解，如今的花店正跳出传统节日营销思维，推出平价小花束，搭配养护指导，用贴心服务培育稳定客源；花卉市场也积极打造集选购、观赏、休闲于一体的消费场景，吸引市民周末休闲打卡；灵活便捷的路边花摊、线上鲜花配送平台，与线下实体店形成互补，构建起多渠道、全覆盖的消费网络。多元化的经营模式，让市民随时随地都能便捷购买鲜花绿植。

一束鲜花、一盆绿植，承载着人们对美好生活的向往。日常购花成为新风尚，不仅激活了本地花卉市场活力，更反映出大众在追求物质满足、注重精神享受、提升生活品质的转变。鲜花融入日常，让平凡生活多了一抹芬芳与色彩，买花、养花正成为越来越多市民生活的一部分。

本版责编 范娜 校对 杨涛安
美编 冯满楠

花束大小跟着需求走

在市区不少花店，有一个明显的变化：货架上显眼位置的鲜花，出现了一扎扎小巧精致、单手可握的小花束。

“以前进店的顾客大多是为送礼来的，花束要大、饱满，包装也要讲究。现在日常自己买花的人多了，大家反而喜欢小一点的，放在家里桌子上刚刚好。”在姚孟街道初见鲜花花艺店工作的张女士告诉记者，目前店里销量最多的花束价格在15元到60元之间，康乃馨、小雏菊等花期较长、养护简单的品种颇受欢迎。“以前大家觉得买花就要买个像样的，太大了拿不出手。现在是买给自己看的，只要自己喜欢就行，大小无所谓。”

记者发现，不少花店在出售鲜花时，会主动向顾客交代养护要点。有的店铺会附上一张小卡片，正面印着花名和简单介绍，背面写着浇水频率、修剪方法、适宜摆放位置等信息；更多时候，店主会口头叮嘱几句：“回去先把根斜着剪一下，水不要放太多，两天换一次就行。”

“很多顾客不敢买花，就是怕养两天就蔫了。现在我们把养护方法讲清楚，照着做基本能放一周以上。”在吾悦广场周边的一个花店里，工作人员彭敏对记者说，自从开始耐心交代养护要点，回头客明显增多。“顾客觉得养花没那么难，下次就还会来。有些老顾客来了还会跟我说，上次的花比平常多养了好几天，特别有成