

荔浦青山变“金山”：生态绿笔绘就富民强市新画卷

□本报记者周子琪 通讯员周俊远

眼下正值荔浦林业经济收获季，站在荔浦市荔城镇安福村的“花果山”上，村民莫发松望着漫山红遍的砂糖桔与郁郁葱葱的桂花林，言语间满是自豪：“我家就在美景中！”20余年耕耘，他种下的50多亩经济林累计带来200多万元收入，今年仅桂花一项便入账20余万元。在他的带动下，安福村桂花种植面积扩展到300多亩，成为当地一道亮丽的绿色风景线。

像这样生态惠民的图景，在荔浦市随处可见。荔浦市林业局最新发布的数据显示，截至目前，今年荔浦林业总产值超130亿元，生态红利持续释放。这正是荔浦市践行“绿水青山就是金山银山”理念的生动缩影。通过系统治理、产业融合与机制创新，昔日的“青山”正蜕变为富民强市的“金山银山”，绘就生态美、产业兴、百姓富的新画卷。

有序增绿 让美景触手可及

“荔浦的发展，绿色是最鲜明的底色。”荔浦市林业局负责人表示，该市始终以系统思维擘画生态蓝图，将“山水林田湖草沙”生命共同体建设贯穿生态治理全过程。在800多个林班、4000多个小班的科学规划中，荔浦精准推广杨梅、桂花、柑橙等兼具经济与生态价值的树种，累计新增森林面积2.95万亩，让绿色在城乡大地有序铺展。

城乡融合立体增绿的实践，更让生态美景触手可及。在城区，荔城镇依托荔江国家湿地公园，实施“水绿交融”沿河绿化美化工程，将“绿色花园”引入城乡结合部。在乡村，“村屯有产业，乡镇有特色”的差异化造林模式成效显著：双江镇、龙怀乡的桂花产业带香飘十里，花黄镇、大塘镇的“马青线”（马岭镇至青山镇镇联线）打造的桂花、月柿、柑橘绿化示范点超5000亩，形成“一村一绿岛、一路一风景”的生态格局。

生态屏障的坚实筑牢，彰显着荔浦的责任与担当。作为广西架桥岭水源林保护区的核心区域，荔浦瑶族乡通过荒山造林、退耕还林等系列举措，森林覆盖率高达91.03%，荣膺自治区“森林乡镇”“生态



▲荔浦马岭镇龙杜胆花卉苗木基地大棚内，花农正在分拣栽培花卉苗木。通讯员周俊远 摄

乡镇”称号。如今的荔浦，已成功斩获“全国绿化模范单位”“国家生态文明建设示范区”等数十项国家级、自治区级生态桂冠，生态名片越擦越亮。

点“绿”成金 激活山林财富

“靠山吃山”的传统理念在荔浦市被赋予新内涵——让每一片山林都成为增收富民“绿色银行”。荔浦市因地制宜构建“山林经济矩阵”：马岭镇依托桂北最大花卉苗木集散地广植绿化苗木，5万亩花卉苗木示范区年产苗木10亿株以上、产值超15亿元，推动荔浦跃升为桂北乃至广西最大的花木产销中心；蒲芦瑶族乡的八角、毛竹成为瑶胞“摇钱树”；东昌镇国道沿线的杨梅、绞股蓝基地生机勃勃；新坪、修仁山区的油茶、杉木、修仁茶等特色产业遍地开花。目前，全市油茶“双高”（高产、高效）示范点、生态林超2.4万亩，“订单林业”经济林4700多亩，特色产业林年产值突破50亿元。

林下经济与精深加工的“双轮驱动”，让“绿叶子”变成“金票子”。荔浦市大力发展仿野生灵芝、石斛等林下作物种植，面积达5万多亩，建成各级现代特色农业示范基地151个；更创新引入工业理念，与中林集团共建木材交易中心，为“中国衣架之都”提供坚实产业支撑。如今，荔浦市衣架产业年产衣架40亿支、产值超80亿元，产量和出口量占全国的70%，带动3万余人就业。

除了林下经济，荔浦市还以荔江国家湿地公园为核心，年吸引游客及研学人员近60万人次；“马青线”（马岭镇至青山镇镇联线）、“双花线”（双江镇与花黄镇镇联线）林业产业示范园串联起全区最大兰花基地和全国最大工程小苗繁育基地，生态旅游与绿色产业实现“双赢”。

长效守护

坚守绿色发展根基

生态红利的持续释放，离不开治理能力

的现代化升级。荔浦市创新建立市、乡、村三级联动“林长制”，1000余名林长、护林员网格化巡护山林，实现“山有人管、林有人护、责有人担”。科技赋能让生态养护更精准高效。荔浦建成国家级林业有害生物中心测报点，严格落实林业有害生物调查与无公害防治措施。同时，政府组建专业技术团队，提供幼林抚育、病虫害防治专业技术指导，确保森林健康可持续发展。

全民参与更让绿色理念深入人心。通过“植树节”“森林防火宣传月”等活动，每年动员千余群众造林超万亩，从2003年退耕还林工程启动以来，荔浦市始终坚持“换届换人不换绿色发展方向”。荔浦市副市长彭毅表示：“一届接一届的坚守，换来了森林面积与林产品产量的连年攀升，更换来了群众对生态保护的高度认同。”

如今，荔浦各乡镇村民自发组织护河队清理河道垃圾，沿河学校常态化开展“保护母亲河”主题活动，“乡村绿起来、大地绿起来、群众生活美起来”已成为荔浦全民共识。

林业年总产值突破130亿元

如今的荔浦市，林业年总产值突破130亿元，森林覆盖率稳步提升，生态效益、经济效益、社会效益实现历史性统一。在六麻国有林场，护林员每日巡山的身影守护着绿色屏障；在安福村的“花果山”，游客打卡的笑声与农户的增收喜悦交织；在马岭镇花卉苗木基地，花农数着钞票的模样尽显产业兴旺活力……这些生动场景，共同诠释着“绿水青山就是金山银山”的深刻内涵。

从“绿起来”到“富起来”再到“强起来”，荔浦市以生态绿笔绘就的富民强市新画卷，正徐徐展开。作为桂林县域经济发展的中坚力量，荔浦市的实践不仅是人与自然和谐共生的生动范例，更为欠发达地区通过绿色发展实现赶超跨越提供了宝贵经验。守护绿水青山，就是守护金山银山；种下绿色希望，就能收获美好未来。未来，荔浦将继续坚守绿色发展之路，让生态之美永驻，让发展之果更甜。

21万株新增彩树染山水 182个重点示范节点串花境

阳朔：“三化”绘就山水新画卷 生态颜值变身富民产值

□本报记者刘健

通讯员乔小娟 钟玲丽

遇龙河畔的咖啡屋外，彩色油菜花随风摇曳，随手一拍便是“朋友圈爆款”；高田镇民宿庭院里，三角梅攀墙绽放，引得游客甘愿多停留数日。如今的广西阳朔，21万株新增彩树点缀山水间，182个重点示范景观节点串联成景，“花城”正成为与山水齐名的城市新名片。当地以“花化、彩化、美化”系统实践，探索生态价值转化新路径，让“四季花城”从愿景变为触手可及的现实。

生态美化：从“单点出彩”到“全域成景”

“我们要让游客记住的，不止是阳朔的山水，更是车行画中、景随路移的全域成景。”阳朔县委副书记廖丽虹的表述，道出了当地“花化、彩化、美化”这“三化”提升工作的初心。目前，阳朔县已制定2025—2027年“三化”提升三年行动计划，明确重点工程与社会认养同步开展、全面提升城乡风貌、深化“三化”与农文旅产业融合三步实施路径，按“主干道到景区、民宿聚落至美丽乡村”梯度推进，逐步构建全域覆盖的生态美化体系。

生态改造精准发力，通过清理枯死杂木夯实生态本底，增殖紫薇、银杏等特色花木打造主题景观。截至2025年11月，当地已完成85公里绿化带提质改造，300家酒店民宿庭院焕新，350亩山地通过无人机飞播彩色树种，667组道路隔离花箱实现季节性换植，万余株行道树经科学修剪成形。昔日角角青瓦、荒山秃岭变身“网红打卡点”，生动印证“全域美丽”蓝图扎实落地。

“飞播不是盲目撒种，而是根据阳朔气候土壤精准匹配树种，确保为绿水青山增色。”阳朔县林业局局长黄开明解释道。“把小院收拾漂亮、把村里环境扮靓，就是为家乡发展出

机制护航：从“一时之美”到“长治久美”

“种花易，管护难”是城市绿化的共性难题。阳朔的破局之策，在于编制树种选择指南，构建“政府主导、社会参与、科技赋能”三维管护体系，确保花木“栽得活、长得好、景观美”。

政府主导筑牢管护根基。组建3支专业养护队伍，在重点区域定期巡查植物生长情况，按需开展除草施肥、挖枯补种工作，实现“种一片、成一片、美一片”。在遇龙河景区，养护工人每日检查花箱土壤湿度，根据季节调整灌溉频率，这份细致让沿河花带成活率保持在95%以上。

社会参与激活全民热情。《公共绿地树木认养管理办法》出台后，企业与市民积极响应：大山面苗圃场、龙腾绿化等19家企业首批认养核心区绿地，既履行社会责任，又提升品牌形象；高田镇思柳村、福利镇八分村村完善村规民约，建立群众自主管护长效机制，让村民把“公事”当成“家事”。植树节期间，20个国家的志愿者与400名本地居民在阳朔湾码头共栽“友谊树”，让生态共建有了国际化表达；墨兰山舍、陈年往事等知名民宿主动出资，带动周边村民参与乡村美化，形成“一家美带动一片美”的辐射效应。

企业的创新实践更让花景与经营形成良性互动。格格树饭店打造40米长花带，VOCO酒店、稻子熟了餐厅等民宿聘请专业团队设计庭院景观，夏棠寨村咖啡店将油菜花海纳入经营场景，游客品咖赏景的惬意体验，让“花经济”有了具象载体。

“让游客走到哪都能与美景不期而遇”，成为经营者的共识。科技赋能则为长效管护注入智慧动能。“树木雷达”为大榕树等古树

名木做“健康体检”，精准监测根系生长与病虫害情况；无人机飞播技术让山地绿化效率提升3倍，成本降低40%；11个植物养护科普视频通过新媒体传播，让管护知识走进千家万户。

转化赋能：从“生态颜值”到“经济产值”

稳固的生态基底，正在阳朔催生可观的“美丽经济”。高田镇竹苑寨村乡村旅游民宿在携程平台获评4.9分，环境好评率达99%，花影庭院成为其品牌灵魂；花田海·时光小镇负责人介绍，“三化”提升后，客房平均入住率稳定在70%左右，复购率、推荐率显著提高。

生态红利惠及更多普通民众。白沙镇遇龙河沿岸村庄餐饮、农家乐经营等关联产业蓬勃兴起，让“家门口赚钱”成为常态。本地花卉苗木销售额、绿化管护公司订单增长显著。阳朔荣媛园林有限公司负责人韦秀媛表示，自阳朔开展“三化”提升工作以来，公司的业务量增长25%，实现了生态效益和经济效益的双赢。

“我们追求的不仅是一时花开热闹，而是四季持久美丽。”阳朔县委副书记廖丽虹表示，阳朔创新推出“认养—管护—评比”长效机制，让党员干部当好“彩色先锋”、群众当好“彩色卫士”、企业家履行好“彩色责任”、青少年当好“彩色使者”，推动社会各界共建共治共享，让生态颜值持续转化为经济产值，为乡村振兴注入持久动力。

桂林市政协副主席、阳朔县委书记孙国梁表示：“阳朔将坚持‘生态优先、文旅融合、科技赋能、全民共享’原则，推动‘三化’从‘重点区域’向‘全域延伸’、从‘外在颜值’向‘内在品质’提升，为桂林建设世界级旅游城市先导区、打造山水旅游高质量发展和世界遗产地可持续发展样板贡献阳朔力量。”

“推动桂林经典品牌建设发展”系列报道之十

恭城油茶品牌升级燃动消费新场景

□徐莹波 农晓霖

晨雾初散，恭城瑶乡的街巷间已飘来阵阵醇厚茶香。木槌捶打茶叶的清脆声响此起彼伏，生姜、茶叶在铁锅中交融翻滚，再撒上炒米、花生，一碗“香、辣、甘、醇”的恭城油茶端上餐桌，热气里尽是瑶乡的烟火温情。恭城油茶自入选首批桂林经典品牌以来，在市委、市政府正确领导下，在市旅局全力赋能下，桂林市打造恭城油茶“桂林经典”品牌工作专班（以下简称“工作专班”）、品牌牵头单位市商务局全方位发力产业提质、品牌塑造、文化传承，加快推动恭城油茶产业高质量发展，让这碗承载瑶乡文化的美食，成为助推桂林文旅与餐饮产业融合发展的强劲动能。

当年瑶韵遇见现代创意，恭城油茶正以惊艳姿态破圈生长。工作专班与市商务局打造多元化传播矩阵，让传统技艺在创新中传承发展。联合桂林航空打造“云端非遗体验”，将传统油茶技艺与现代茶饮工艺巧妙融合，推出牛奶融合款油茶奶茶，实现“千年非遗+航空场景”的跨界碰撞，让油茶飘香万里高空。引导企业突破单一饮用场景限制，跨界创新研发出油茶米粉、速溶油茶膏、药膳油茶等10余种便捷化、功能化产品，适配通勤、旅行、养生等多元消费需求，成功推动产品从“餐桌饮品”向“日常消费品”转型。深耕场景化沉浸传播，成功举办“传八桂茶韵，扬瑶乡非遗”主题活动，通过非物质文化遗产技艺展演、瑶族风情表演、现场品鉴互动等形式，让消费者直观感受“木道捶打”的传统工艺魅力。

一碗油茶串起全产业链，桂林经典恭城油茶品牌的价值正在裂变中升华。我市以产业园区为载体，推动恭城油茶实现“原料种植—生产加工—品牌营销—文旅体验”一体化发展。恭城油茶产业园建设工作有序推进，整合研发中心、展示中心、电商直播中心等多功能板块，有效提升产业规模化、集约化水平。

从桂林山水到全国餐桌，恭城油茶的香气正席卷四方，品牌声誉再放大。



▲恭城油茶（图源市商务局）

我市积极搭建多元化拓客渠道，推动恭城油茶走向全国。组织企业参与跨区域产销对接活动，在长沙、广州等城市设立品牌体验店与专柜，构建“核心城市+县城网点+旅游景区”的线下销售网络，2025年新增终端销售点200余个；发力线上数字赋能，依托电商直播中心开展“非遗好物”直播专场，联合抖音等平台打造话题挑战赛，同时搭建“恭城油茶”官方线上商城，实现“一键购非遗”的便捷消费体验。组建恭城油茶文化宣传大使队伍，常态化开展技艺展示与品牌推介活动，让恭城油茶的品牌声誉持续放大。

桂林经典恭城油茶品牌升级有力推动了产业腾飞。如今，恭城瑶族自治县油茶原辅料种植面积达24万亩。全市经营恭城油茶的门店超1800家，年营业收入超过45亿元。品牌影响力持续提升，恭城油茶成功入选“中国地理标志品牌典型案例”，“双非遗”名片持续擦亮。

这碗穿越千年的油茶，正以崭新姿态向世界讲述瑶乡故事。在市旅局协助下，工作专班、市商务局将持续深挖恭城油茶文化内涵，推动产业与文旅业、餐饮业深度融合。未来，恭城油茶将以更优质的产品、更鲜明的品牌形象、更深厚的文化底蕴，香飘神州、誉

从“财政输血”到“自我造血” 永福融媒集团化改革 闯出县域融合新路径

本报讯（记者李志波 通讯员刘玉婷）从“单一宣传”到“多元服务”，从“财政输血”到“自我造血”，永福县融媒体中心改革迎来标志性节点。12月18日，永福县融媒体中心所属福塔印象文化传播有限责任公司正式升格为集团公司。这不仅是自治区县级融媒体中心系统性变革“揭榜挂帅”试点的突破性成果，更意味着一条可持续的县域媒体融合发展的“永福路径”走向成熟。

“此次升格是深化改革、增强内生动力力的里程碑。”永福县委宣传部副部长、融媒体中心主任龚然辉介绍。作为全区首批12个试点县之一，在市委宣传部的具体指导下，永福县瞄准体制机制、传播效能、产业造血三大目标，积极探索“二类管理+企业化运作+多元化服务”的改革模式。

改革，首在打破机制壁垒。永福县融媒体中心摒弃传统事业单位管理思维，实施扁平化重组，设立9个专业工作室，并深化人事与薪酬改革。“我们建立了以传播力、影响力、营收力为导向的考核体系，激励重心向一线倾斜，团队活力充分迸发。”龚然辉说。目前，一支50余人的全媒体人才队伍已经成型，并自主研发了全区县级融媒体中心首台多功能直播车，实现了技术赋能下的“移动化、高清化”生产突破。“今年已完成50多场直播，这辆车能直抵田间地头、景区广场，大幅提升了工作效率。”直播负责人王天息表示。

内容为本，守正创新。中心聚焦罗汉果产业、乡村振兴、福寿文化等本土主题，近五年累计发布稿件超2万篇、短视频1.2万余条，近80件作品获市级以上奖项。其中，《咱们村的奋斗者》获自治区一等奖并被央视采用，《守护河湖，与我同行》斩获国家级大赛一等奖。由视频总监黄义程带领的团队，专注于兼具社会价值与市场效益的精品短视频。“青芒流量工作室”打造的“永福版呼伦贝尔大草原”等爆款，有效带动了当地文旅增长。

服务延伸，融媒扎根。2025年5月上线的“爱永福”客户端，整合多项政务与便民服务，开设“民声直达”板块，已成为连接群众、参与基层治理的关键平台。与此同时，中心依托福塔印象公司，稳健拓展“新闻+”运营模式，培育出教育培训、农产品推广、文旅策划等五大产业板块，成立5家专业子公司。五年来承接大型活动超百场，2025年营业额同比增长约300%。

从“融”于找到“融”于业，此次集团化升级，标志着永福融媒事业进入了提质增效、融合共赢的新阶段。龚然辉表示，将以此为新起点，围绕“新型工业重镇、现代农业强县、福寿康养家园”建设目标，持续做强主流舆论、做优综合服务、做大文化产业，为永福县高质量发展贡献更坚实的融媒力量。

满全国，成为桂林世界级旅游城市建设中独具特色的闪亮名片，让世界通过它读懂瑶乡风情、爱上桂林经典。

结束语：今日，“推动桂林经典品牌建设发展”系列报道正式收官。这场跨越山水与人文的深度呈现，以第一批10个桂林经典品牌为核心，将漓江的生态之美、灵渠的千年智慧、龙脊梯田的农耕文明与桂林米粉的烟火气息巧妙交织，既展现了自然遗产的独特魅力，也挖掘了非物质文化遗产传承与文旅融合的时代活力。此次专栏报道，是市世旅局推动桂林经典品牌世界传播的重要实践，不仅为桂林世界级旅游城市建设注入深厚文化底蕴，更让“山水甲天下”的城市名片愈发鲜活厚重，成为向世界展示中华文化符号的生动窗口。未来，市世旅局将与各品牌相关单位协同联动，聚焦品牌内涵提升、体验升级与国际传播，推动桂林经典品牌向更高质量、更具影响力的方向迈进，为桂林打造世界级旅游城市提供更坚实的品牌支撑与更澎湃的发展动力。