

阳东石仑村冬日田园成热门休闲地

窑火 重温童年味 草莓 沁甜亲子心

冬日暖阳洒遍野，阳东
区东城石仑村的田园间热闹非凡。
草莓采摘的酸甜、咖啡垂钓的惬意、土窑
美食的烟火，多元休闲场景在此交融，吸引
着市区及周边城镇的游客纷至沓来。依托乡
村振兴政策红利，石仑村以业态创新激活乡村
资源，让田园乐趣与都市需求精准对接，不仅
成为市民冬日出游的热门之选，更让乡村旅游
的“流量”持续转化为村民增收的“增量”。

■文/图 阳江日报记者 梁驰

田间采摘 亲子同乐享甜蜜

走进石仑村生态采摘园，20亩
草莓田绿意盎然，“红颜”“奶油”“甜
查理”三个优质品种的果实饱满晶
莹，藏在翠绿叶片间，清甜气息随
风飘散。一旁10亩圣女果田里，红
如玛瑙、黄似蜜蜡的果实挂满枝头，
随手摘下一颗咬开，清甜汁水瞬间
迸发，清新适口。每到周末，采摘
园周边便停满了私家车，市民携家
带口拎着竹篮或塑料筐穿梭在田埂
间，孩子们弯腰拨开叶片寻找果实，
发现心仪的草莓便兴奋呼喊父母，稚
嫩脸庞满是雀跃；大人们放慢脚步，
或挑选果实，或用镜头记录孩子的
欢乐瞬间，不少人当场品尝，对酸
甜口感赞不绝口。

“平时工作忙，趁周末带孩子亲
近自然。”正在帮孩子擦拭嘴角果汁
的市民林悦兰笑着说，城市孩子难得
接触农田，在这里既能吃到新鲜现摘
的果实，还能了解种植过程。除了亲
子家庭，不少年轻人也结伴而来，一
边采摘一边拍照打卡，将田园美景与
新鲜果实分享到社交平台，为石仑村
带来了更多人气。农场主黎淦介绍，
他种植草莓已有三年，采摘园日均接
待游客约250人次，周末节假日游
客量更是翻倍。他说：“今年气候适宜，
草莓的甜度和口感都比去年提升不少，
不少游客都是回头客，还会主动介绍
朋友过来。”

咖啡垂钓 慢享时光解疲惫

享受完采摘草莓的甜蜜，距草莓园不
足500米的乡村咖啡空间便成了游客休憩
的首选。这座乡野咖啡馆设计精巧，极简
钢结构搭配清水水泥，大面积天窗让室内
空间通透明亮，庭院里绿植葱郁、锦鲤嬉
戏，孩子们的笑声与浓郁的咖啡香交织，氛
围松弛惬意。馆内，游客们或围坐畅谈，或
打牌下棋，手中温热的咖啡悄悄消解了工
作日的疲惫。

咖啡馆外的竹林垂钓区静谧悠然，几
位游客手持鱼竿静坐垂钓，目光专注地凝
视着水面。“平时工作压力大，周末就想
找个安静地方放松，这里远离喧嚣，有山
有水有咖啡还能钓鱼，特别惬意。”钓鱼
爱好者王立国说，偶然发现这里后他便成
了常客，每次都能收获新鲜鱼与宁静。园
区贴心提供饮品、渔具及鱼饵的垂钓
套餐，游客不用自带装备，新手
也能轻松上手。服务人员还会

指导挂饵、调漂、提竿等技巧，鱼塘里的
草鱼、鲫鱼、罗非鱼肉质鲜美，不少游客
都会将钓获的鱼带回家加工，品尝自己的
劳动成果。

咖啡馆负责人陈科霖介绍，乡村
咖啡空间并非简单移植都市咖啡
馆，而是深度融合乡村特色，
打造“咖啡+垂钓”的多
元休闲场景，让都市
精致与乡村野趣共
生。“每逢周末，
游客多携家带口而
来：孩子们可以在庭院里
尽情嬉戏玩耍，大人们则能
在静谧的垂钓区放松身心，适配
不同年龄段游客的需求。”陈科霖透
露，未来还将增设特色餐饮、艺术展览、
手工体验等项目，丰富乡村文旅内涵，吸
引更多人走进乡村、停留乡村。

土窑美食 烟火缭绕忆童年

窑制体验区则让不少游客重拾了童
年记忆。园区专门打造了标准化土窑，推
出家庭窑制体验项目，提前砌好土窑的配
备，降低了体验门槛，游客只需参与烧柴、
放食材、封窑的过程，等待半个多小时就
能品尝美食。记者采访当天在现场看到，
多个家庭分工合作，大人添柴控火，孩子
好奇观望、帮忙递柴，窑火的暖意驱散了
冬日的寒凉。等待期间，大家分享刚采摘
的果实、畅谈家常，欢声笑语与柴火声交
织成温馨的乡村图景。

“可以开窑了！”随着一声吆喝，
几位家长小心翼翼地用工具拨开窑顶泥
土，揭开包裹食材的锡纸，浓郁香气瞬
间扑面而来。刚出炉的窑鸡外皮焦脆，
轻轻一撕便露出鲜嫩肉质；番薯吸饱
了柴火香气，口感粉糯香甜；鸡蛋带
着淡淡的泥土味，每一口都是童年的味
道。“太香了！和小时候的味道一模一
样。”家长戴军鹏拿起一只鸡腿大口品
尝，脸上全是满足。他告诉记者，自己
已经很多年没有体验过窑鸡了，这次带
着孩子来，不仅让孩子感受到传统美食
的制作过程，了解阳江的民俗文化，也
让自己重温了童年的快乐时光。

如今的石仑村，凭借多元的休闲
业态、优质的服务和独特的乡村风情，
成为阳江冬日休闲旅游的新地标。在乡
村振兴的东风下，石仑村正以更丰富
的业态、更贴心的服务，吸引着越来越
多的游客走进乡野，在田园间感受自然
之美、体验休闲之乐，同时也让村民在
家门口实现了增收致富，书写着文旅融
合赋能乡村振兴的生动篇章。



家长带孩子在采摘草莓。



低体验门槛的土窑让
游客轻松重温童年乐趣。



游客在咖啡馆静享美好。

江苏省消保委调查10家主流航司，
机票锁座比例最高达62.1%

飞机锁座收费 合理吗？

乘坐飞机时，消费者常常遇到这种情
况：在线选座，却发现靠前、靠窗、靠过道
等较为便利、舒适的座位常被单独锁定，要
么无法选择或需要线下选择，要么需用积分
或里程等权益兑换。前段时间，江苏省消保
委发布《航空公司机票锁座调查报告》，引
发公众的关注。

记者了解到，本次调查选取的调查对象
包括东方航空、南方航空、中国国航、海南
航空、厦门航空、深圳航空、山东航空、四
川航空、春秋航空、吉祥航空。调查发现，
机票锁座服务市场普遍存在四大问题。

问题一：锁座行为在民航服务中普遍
存在

调查显示，上述10家航司的经济舱均
存在机票锁座行为，无一家完全开放所有经
济舱座位。锁座行为已成为民航服务中的普
遍现象。

从锁座比例看，购买阶段所调查的航线
锁座比例从19.9%—62.1%不等，均值达
38.7%。从锁座区域看，10家航司普遍将
经济舱前排、安全出口旁、靠窗及靠过道等
消费者偏好的优质座位纳入锁定范畴。解锁
门槛按座位等级划分梯次，座位越靠前或舒
适度越高，需消耗的权益额度越高。

问题二：解锁座位需变相当付费
调查显示，10家航司锁定的优选座位，
部分解锁需以里程或会员积分兑换。部分航
司在权益兑换的基础上，同步直白明显地增
设了付费购买积分或里程、销售积分或选
座券的权益礼包等规则，使优选座位的解锁
路径向付费获取倾斜。调查发现，海南航空、
厦门航空、四川航空3家航司开放了里程或
积分付费购买服务。

江苏省消保委消费指导部工作人员龚永
壮介绍，绝大多数普通消费者缺乏积分有效
积累渠道，只能被动接受剩余普通座位。上述
两种方式实质都是将“基本座位选择权”拆分为
付费服务，是变相增加收益的手段之一。

问题三：信息不透明且解释不合理
航司为什么锁座？针对锁座原因、锁座
范围、解锁方式、相关规则等消费者关心的
问题，调查者向10家航司的官方客服进行了
咨询。10家航司客服均确认“线上选座
阶段存在座位锁定”的客观情况，但对于锁
座范围及规则的解读较为模糊。例如，多家
航司客服以预留特殊旅客座位、保障应急座
位使用、维持飞行配载平衡等理由，解释锁
座原因，强调经济舱锁座的合规性。有的客
服表示“有可能是座椅损坏、没有具体锁定
原因、以现场为准”；也有客服表示“不清
楚锁定原因、客服核实不到、需现场协调”。

江苏省消保委投诉部主任傅钟认为，调
查显示航司锁座比例大多达到30%以上，
与“预留特殊旅客座位”说法相悖；除安全
出口位置外，大量靠窗及靠过道等较便利、
舒适、为消费者偏好的位置被锁定，与“保
障应急座位使用”说法相悖；消费者只需权
益抵扣或付费即可解锁，与“维持飞行配载
平衡”的理由相悖。

问题四：存在不公平格式条款
10家航司的选座协议文本普遍存在不
公平格式条款。一方面是告知义务缺失。未
在购票环节显著、全面告知锁座规则、座位
收费标准、免费座位范围等关键信息，仅在
选座或值机环节通过系统限制或隐性条款提
示，涉嫌侵犯消费者知情权。另一方面是表
述模糊化。普遍采用“具体以系统实时展示
为准”“出于安全或运营需要预留座位”等
模糊表述，刻意避免公示免费座位数量、范
围、开放时间等信息，为航司单方面锁座提
供便利。

“随着经营成本上升、票价难以单方面
提升，对座位资源进行价值分层与差异化
管理，是航司实现收益优化的重要方式。”
某大型航空公司产品服务部负责人表示，
针对“锁定范围过大”“信息不够透明”
等问题，相关政策正处于全面评估阶段，
航司将在保障权益旅客体验与维护普通旅
客合理选择权之间寻求更平衡的方式，并
进一步提升选座信息的透明度与规范性。
据《人民日报》

(上接01版)

提质服务优化环境 激活内生发展动能

记者：在优化营商环境、提升治
理效能方面，阳江滨海新区（阳江高新
区）有哪些可圈可点的实践经验？
接下来如何推动各项服务落地见效？

梁崇迪：营商环境是企业生存发
展的“沃土”。我们始终坚持“企业
需求在哪里，服务就跟进到哪里”，
以全周期服务、全流程优化、全方位
保障为抓手，持续擦亮营商环境“金
字招牌”，获评2025年度广东省工
业园区协会“五星级服务园区”，形
成了一系列可复制、可推广的实践经
验，为十大重点产业培育和项目落地
投产保驾护航。

聚焦产业，阳江滨海新区（高新
区）创新“首席服务官”工作机制，
前置延伸“一对一”无偿服务，助力
企业最大限度缩短项目“建设、投产、
达产”周期。积极探索创新土地供应
管理模式，在全市率先实现“先租后让”
的工业用地出让模式，成为我市首个
成功案例，进一步完善了市工业用

地市场化配置制度。深化营商环境综
合改革，聚焦“高效办成一件事”机制，
全面落实容缺审批和告知承诺制，推
行“一照通行”“证照联办”等改革，
实现半日内办结且零成本，以数字赋
能推动政务服务从“能办”向“好办、
快办”转变。

市委提出2026年要以“提质服务
年”为工作主线，我们以此为契机，
设定“项目落实年”目标，围绕重点
精准发力，以提质服务推动发展提速，
聚焦招商引资、安商稳商、优化办事
流程、服务企业等重点领域，探索推
进“集成式”改革，着力打造服务
高地、政策洼地、投资宝地。
持续深化“放管服”改革，进一
步梳理精简行政审批事项，建立跨部
门联合会商机制，打通部门之间的数
据共享壁垒，推动更多高频事项、复
杂事项实现“一窗通办、并联审批”。
以亲商服务提质为核心，发扬“店小
二”精神，健全“无事不扰、有呼必
应”的长效服务机制，全力为项目建
设和企业发展提供“全周期”式服务。
加强用地、用能等要素保障，提高项
目投资完成率和新项目开工率，用好
系列政策，持续实行“拿地即开工”，

确保落户项目顺利建设、加快项目落
地投产。

湾带联动赋能“百千万” 打造滨海特色样板

记者：展望“十五五”，阳江滨
海新区（阳江高新区）、海陵试验区
如何将“一区一带”建设与产业振兴、
文化传承、乡村治理、农民增收更
深度结合，打造“百千万工程”滨海
样板？

梁崇迪：“十五五”是全面推
进乡村振兴、推动城乡融合高质量发
展的关键五年，我们将立足环大南海
湾高质量发展试验区战略定位，以“融
湾入圈”为导向，以西海岸滨海风光
示范区建设为抓手，依托滨海旅游、
海丝文化、海洋养殖等特色优势，推
动“一区一带”建设与产业振兴、文
化传承、乡村治理、农民增收深度融
合，全力打造具有滨海特色、可复制可
推广的“百千万工程”样板。

以产城融合筑牢乡村产业根基，
立足先进材料、风电装备、滨海旅游
等现有产业，构建“产业强、景观优、
价值高”的发展格局。将风电装备等
工业元素转化为特色景观符号，打造

研学、体验于一体的主题景观带，同
步布局研发、检测、物流等生产性服
务业。深化与大湾区“湾湾联动”，
开发“工业研学+滨海度假”复合产
品，借力电商拓宽销路，筑牢“蓝色
粮仓”。

以文化赋能激活乡村内生动力，
推动海丝文化、渔家文化、疍家文
化活态传承，以“南海I号”世界级
IP为核心，串联广东海丝馆、谷寮古
村等节点。丰富“四季畅游海陵”模
式，打造特色文化IP和网红打卡点，
培育“体育赛事+文旅”新业态，同
步推进农房风貌提升与景观美化，让
乡村既有“颜值”更有“气质”。

以共治共享优化乡村治理效能，
推动治理资源下沉，持续推进典型镇
村建设和农房风貌提升，深化海堤沿
线绿化、亮化改造，完善污水、垃
圾处理设施，打造生态宜居环境。深
化机制创新，引导社会资本、村民参
与乡村建设运营，搭建乡村治理智
慧平台，培育文明新风，形成“人人
参与治理、共享治理成果”的良好氛围。
以产业赋能拓宽富民强村路径，
通过产业链延伸创造更多岗位，开
展风电运维、民宿服务等技能培训，
让更多村民实现“家门口”就业。引导

企业租赁村民旧房改造特色民宿，完
善利益联结机制，从文旅项目收益中
提取部分反哺乡村，真正实现“发展
一个产业、带动一方增收”。

发挥五大核心优势 激活“蓝色增长极”

记者：未来，海陵岛如何依托得
天独厚的区位优势 and 海洋资源优势，
充分释放海洋经济发展活力，打造高
质量发展的“蓝色增长极”？

梁崇迪：海洋是海陵湾区最核心
的资源、最鲜明的标识、最广阔的发
展空间。我们将充分发挥区位优势、绿
能、海洋、天空、旅游五大核心优势，
坚持陆海统筹、科技引领、生态优先，
全力将海洋资源转化为高质量发展的
“蓝色动能”。

我们瞄准“育种—养殖—加工—
流通—品牌”的全产业链升级，推动
海洋渔业从近海走向深远海、从传统
走向智能。前端，大力发展水产种业，
强化优质种苗培育；中端，以推进“海
陵岛一号”生态海洋牧场等示范项目
为重点，发展装备化、智能化生态养
殖；后端，着力提升水产品精深加工

与冷链物流能力，打造从海洋到餐桌
的可追溯供应链，让“阳江海鲜”的
品牌价值持续提升。

我们积极拥抱“海洋+科技”融
合趋势，因地制宜发展特色海洋经济。
一方面，推动海洋工程装备与本地产
业结合，探索发展高端休闲船舶、智
能化养殖工船等。另一方面，积极发
展海洋生物资源高值化利用等未来产
业方向。同时，探索“海上风电+海
洋牧场”等立体用海、融合发展新模
式，培育海洋领域新质生产力。

海洋经济发展离不开基础设施的
支撑。硬件上，我们系统推进渔港升
级、避风锚地、海上通信网络等建设。
软件上，着力完善海洋灾害预警、应
急救援、质量安全等公共服务体系，
为海洋经济蓬勃发展提供坚实可靠的
环境保障。

此外，深化“海洋+”融合发展释
放乘数效应，积极推动海洋经济与旅
游、文化、康养等产业深度融合。通
过建设生态海洋牧场示范区，配套发
展渔事体验、海上观光等项目，让海
洋生产空间同时成为游客的体验空间和
增收空间，真正让大海成为海陵岛永
续发展的“蓝色增长极”。