

观察

以创新为引领 建设黄河文化旅游带

以文旅融合为抓手,建设黄河文化旅游带,有助于通过旅游发展将黄河流域的绿水青山转变为金山银山,并通过文化旅游创新黄河文化的传承和传播方式,增强大众对黄河文化及其背后所代表的中华文明和中国精神的认同感,进一步弘扬黄河文化

□ 特约评论员 吴丽云

近日,习近平总书记主持召开中央财经委员会第六次会议,研究黄河流域生态保护和高质量发展等问题。会议强调,要实施黄河文化遗产系统保护工程,打造具有国际影响力的黄河文化旅游带,开展黄河文化宣传,大力弘扬黄河文化。

黄河是中华民族的母亲河,是中华民族文明的孕育者,也是中华民族的根和魂。保护黄河文化遗产系统,深挖黄河文化的时代价值,让黄河文化、黄河故事在新的历史时期发扬光大,对于进一步坚定文化自信,加快实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要意义。以文旅融合为抓手,建设黄河文化旅游带,有助于通过旅游发展将黄河流域的绿水青山转变为金山银山,并通过文化旅游创新黄河文化传承和传播方式,增强大众对黄河文化及其背后所代表的中华文明和中国精神的认同感,进一步弘扬黄河文化。

要加强的制度创新,通过顶层设计实现区域协同发展。黄河文化旅游带建设需要统筹黄河沿线各省(区)文化和旅游资源,构建统一的黄河形象。从国家层面,构建黄河文化旅游带协调委员会,由文化和旅游部牵头,各省(区)主抓文化和旅游的省长或副省长任委员会副主任,建立综合、权威的协

调机构。在黄河文化和旅游带协调委员会统领下,制定黄河文化和旅游带产业发展规划,对空间范围、总体形象、发展定位、发展重点、各省(区)发展要点等内容进行系统谋划,以指引黄河文化旅游带科学发展。各省(区)黄河文化旅游带建设,应突出本区域文化特色、自然资源和环境特点,形成既有统一名称和品牌,又有各自风格的黄河文化旅游带。

要加强的管理创新,实现资源分区分、分类、分段管理。黄河文化旅游带建设需要进行分区分划,将沿线区域划分为管控保护区、融合发展区、市场化开发区等几个区域。对于管控保护区资源进行重点保护,建立以地方政府为主体的保护体系。对于融合发展区和市场化开发区,可以国企、民企等市场主体进行开发运营。应加快启动对黄河沿线历史文化、旅游等资源系统普查,并根据与黄河文化的相关性、资源的重要性、价值性、稀缺性等标准,将现有文化、旅游资源分为重点保护资源、一般保护资源和市场化开发资源等。对于重点保护资源,应由各地纳入省级文物保护单位,并在此基础上,申请纳入国家级文物保护单位,加大对已有黄河文化资源的保护。对于已经消失或濒临消失的重点保护资源,应尽快进行恢复性抢救。一般保护资源应纳入市级文物保护单位,实现对黄河文化资源的有效保

护。黄河文化旅游带分段管理,应遵循属地管理原则,各省(区)统筹管理本省(区)的黄河文化遗产和相关资源,各市则具体负责本市黄河文化资源的日常性保护、维修以及管理。

要加强的载体创新,积极申报“黄河”世界自然和文化遗产,打造黄河国家文化公园。创新黄河文化遗产和资源保护利用载体,通过申报世界自然和文化遗产,打造国家文化公园,为黄河文化旅游带建设提供保护和发展支撑。借鉴大运河的中道经验,由河南省牵头,联合黄河沿线省(区),共同申报黄河世界自然和文化遗产,并以中道为契机,加强沿线各省(区)在资源保护、品牌宣传、文旅产品和线路开发等方面协作,增强对黄河文化资源的保护、传承、创新开发以及沿岸非物质文化遗产活化开发。打造黄河国家文化公园,借鉴当前长城、长征、大运河国家文化公园规划建设经验,着手开展黄河国家文化公园建设的范围、内容、管理体制、资源保护、传承和开发的路径、区域合作等多方面的调研,积极探索黄河文化旅游带科学建设的有效途径,将其打造成为线性遗产文旅融合的典型代表。

要加强的主体创新,构建政府、国企、民企及其他机构等多主体并存的格局。黄河文化旅游带建设离不开各类主体的参与。政府在黄河文化旅游带建设中要侧重于基础设施、公共服

务、遗产保护和传承等方面的内容,为黄河文化旅游带建设创造良好内外部环境。国企、民企、外资、社会投资机构等则充分发挥其对市场需求的敏锐感知,在资源和遗产保护前提下,开发多样化、高品质文旅融合产品和服务,打造黄河文化旅游的国际影响力和国际形象,凸显中国价值。

要加强的科技、创意应用,打造黄河文化和旅游带新业态、新线路、新产品、新服务。围绕黄河本体、黄河文化、石窟建筑、瀑布河流等黄河沿线省(区)相关文化资源和自然资源,打造文化旅游、红色旅游、生态旅游、研学旅游、科考旅游等不同类型的主题旅游线路。推动AI、AR、VR、全息、大数据等多种技术与黄河沿线自然和文化资源融合,一方面实现对黄河沿线重点文物资源的动态实时监控,另一方面再现黄河发展变迁以及沿线历朝特征、风土人情、自然景观等,更加立体、形象地回溯、展示黄河文化。同时,利用新技术开发以黄河本体、黄河沿线文化资源为核心的互动、体验性项目,增强游客对黄河和黄河文化的深度感知。利用文化创意,结合不同区域、不同时代黄河的文化特征,以黄河沿线重要资源、黄河历史典型文化特征和重要故事等为主题打造旅游演艺项目。以黄河文化为核心,打造黄河文化系列旅游文创商品。

时评

“乡村春晚”助力乡村文化复兴

“乡村春晚”的真正意义是启发人们挖掘乡村文化特质,打造真正属于自己的节日

□ 吴学安

近日,安徽省委宣传部、省文化和旅游厅、省文明办印发《关于开展2020年全省“乡村春晚”活动的通知》。2020年1月至2月底,安徽各地具备条件的农村将广泛开展“乡村春晚”活动,提倡村民自编自导、自演自赏,进一步培育乡风文明,丰富基层群众节日文化生活。

近年来,春节期间农村民众自发举办的“乡村春晚”蔚然成风。小小村庄,小小舞台,村民们用自编自演的“草根节目”,打造属于自己的春节文化大餐,分享喜庆和快乐,传承新的年俗文化和乡村文明新风尚,展现新时代乡村文化有着强大内生动力,昭示农民在乡土文化创造性转型方面的自觉性,也从一个侧面折射群众文化需求与自信。

春节是传承、弘扬民俗文化文化的好契机。近年来,在不少乡村,传统年俗文化逐渐式微,年俗活动越来越少。不少人过年主题就是吃喝、打牌、看手机、玩游戏,致使乡村的年味儿越来越淡。“乡村春晚”作为一种文化现象,不仅丰富了村民的文化生活,也有效地遏制了农村精

神荒漠化的苗头,把一些村民从牌桌、酒桌、游戏场景拉到舞台,让春节过得更充实、更健康、更快乐、更有味道,巧妙地解决了村民“身有所栖,心无所寄”的问题,带动了村风民风的好转。

乡村春晚体现了中国传统文化基因,又与经济社会发展所形成的人际交流时空环境相适应。这一现象折射了乡村文化建设的一个基本规律:地域文化传统和现实需求有机融合,催生出生命力、属于老百姓自己的文化样态;反过来说,只有老百姓自己是创造者、参与者、主宰者,乡村文化活动才能长盛不衰。“乡村春晚”的真正意义是启发人们挖掘乡村文化特质,打造真正属于自己的节日。

衣食足而兴文化。乡村是传统中国的安身立命所在,春节是传统中国重要的集体节庆文化仪式。“乡村春晚”有助于乡土中国文化复兴、提高农民文化话语权,构建新农村精神家园。“乡村春晚”近年来已成为引人瞩目的全国性公共文化现象,以“春晚”的形式登上“互联网+”时代的中国文化舞台,具有深刻的社会历史和文化意义。

让文明旅游成为行为自觉

只有把文明收在自己的行囊里,才能更加舒适愉快地欣赏美丽风光

□ 胡蔚

据新华社报道,通过形式多样的宣传引导和对不文明旅游行为的持续约束,我国居民文明旅游素质不断提升,已成为旅游目的地的亮丽风景。调查显示,2019年中国出境游客总体形象持续改善,70%以上国外受访者对中国游客表示欢迎,文明旅游之风已经蔚然兴起。

寒假已至,春节临近,假期为人们的旅游出行提供了良好的机会。随着生活水平不断提高,旅游已经成为人们日常休闲娱乐的常规选项。一段时间以来,由于个别游客文明旅游的意识还不够强、自身文明修养不够高等因素,旅游中不文明行为时有发生。通过近年来对文明旅游的持续倡导以及“黑名单”等约束机制的运用,中国游客总体形象已经大为改善。

旅游的目的是为了发现美、感受美、体验美,从而放松身心、愉悦心情,应当是一个美妙的过程。而别人对文明选择“习惯性忽视”,过分强调和放纵自身行为,其破坏文物、损毁公物、大声喧哗、乱扔垃圾等不文明行为,不但影响其他游客的旅游体验,也给景区管理带来

很大困扰,甚至给国家珍贵的文物和自然资源造成损害。发生不文明行为的根本原因在于部分游客把个人凌驾于公共秩序之上。所以说,文明旅游关键要靠游客自觉。

春节期间,外出旅游的人会大幅增加,景区承载能力将经受更大考验。如果游客不能做到文明旅游,还用不文明行为添堵,那就会破坏春节旅游的秩序和环境。所以,出门旅游之前,每个人都需把文明牢记心间,充分认识到不文明行为的负面影响以及可能承担的法律后果,自觉检点自己的行为。只有把文明收在自己的行囊里,才能更加舒适愉快地欣赏美丽风光。

对别人的不文明行为,每个人都应该站出来,敢于批评和指正。对恶劣行为进行举报或通过媒体曝光,让不文明之人付出应有的代价,通过自我约束与互相监督相结合,共同促进游客文明素质提升。与此同时,对文明旅游的宣传引导还需要持续跟进,对“黑名单”等约束机制的运用也需不断完善,通过多方共同努力,让文明旅游真正深入人心,促使游客形成文明出行的良好习惯,营造文明旅游浓厚氛围。

“慢火车”承载民生情怀

为偏远山区百姓“量身”开行的“慢火车”,演绎的是一种“不慢待”的精准扶贫,彰显了铁路部门的责任担当

□ 程令强

据《新京报》报道,转眼又到了大凉山最冷的季节,因为车上没有空调,从旅客到列车员都裹着厚厚的棉衣……从四川普雄往返攀枝花的5633/5634次列车,途经大凉山腹地。在当地人眼中,这趟慢火车是他们的“公交车”、脱贫车,更是大凉山孩子们的“校车”。

随着高速铁路的飞速发展,安全、快速、舒适的动车组越开越多,成为春运期间保障旅客出行的主流力量。在“和谐号”与“复兴号”奔驰祖国大地的当下,慢悠悠、站站停的“慢火车”并没有淡出人们的视野,依旧风雨无阻地穿梭在偏远山区,连接着大山与外面的世界。

也许高铁时代的“慢火车”与生活的快节奏格格不入。但在某些偏远山区,却凭借“慢”的优势,搭起了大山与外界联系的“桥梁”,不仅成为山区百姓出行的主要交通工具,其颇具特色的“家禽”车厢,也为牛、羊、猪等家禽买卖提供

运力保障,成为沿线百姓的买卖“交易车”,同时吸引着不少游客打卡体验。

“慢火车”不慢待,扶贫路上显担当。像往返于四川普雄与攀枝花的5633/5634次“慢火车”一样,春运期间全国共开行81对,它们分布在21个省市区,经停车站达530个,凭借超低的票价、送客进站的优势,将乡镇特色农产品输送到城市,为当地百姓带来真金白银的收入。显然,为偏远山区百姓“量身”开行的“慢火车”,演绎的是一种“不慢待”的精准扶贫,彰显了铁路部门的责任担当。

快起来的时代,也需要慢下来的情怀。这快,是风驰电掣的中国速度;这慢,是小康路上“不让一个人掉队”的情怀。随着社会的发展,或许不久的将来高铁网将会延伸到所有的偏远山区,但是只要人们有需要,公益性的“慢火车”将会一直开下去,因为它不仅承载着当地百姓脱贫致富的重任,更承载着铁路为人民服务的情怀。

声音

“需要多方携手加快推进旅游景区消费便利度评价标准的落地和实施,能真正应用于实践、指导行业进步的标准”

——据《人民日报海外版》报道,中国社会科学院财经战略研究院和美团点评前不久联合发布中国景区旅游消费便利度指数。对此,中国标准化研究院服务标准化研究所所长曹俐莉表示,标准化在促进旅游业高质量发展中发挥着重要作用。因此,旅游消费便利度指数的发布,对于行业来说,会产生很大影响。

“非遗项目是活的文化,不能仅以‘博物馆模式’围起来、藏起来,保护起来、展示起来”

——北京市政协委员程凯在接受《北京日报》记者采访时表示,非遗保护不同于文物等实物的保护,它是以活的人为载体的存续、传承与展示,这决定了其保护重点不仅在已形成的知识、成果、产品,更要关注传承人的生存、发展状态,后继人才培养和传承活动;决定了其保护方式不仅要及时全面地抢救与保护,还要合理利用与传承发展。非遗项目是活的文化,不能仅以“博物馆模式”围起来、藏起来,保护起来、展示起来,更要以“大市场模式”用起来、学起来,传播出去、销售出去。(本版编辑 龚立仁 整理)

来论

网络时代,传统景区要主动引流

谁赢得了流量和入口,谁就拥有更大发展主导权。景区管理者不妨多用互联网思维进行宣传,用互联网技术运营景区,变被动为主动

□ 胡建兵

兵马俑、大雁塔是以前人们对古城西安的印象,现在很多年轻人更喜欢打卡大唐不夜城。日前发布的《2019抖音数据报告》显示,西安大唐不夜城成为全年最火景点。

随着短视频时代的到来,年轻人的旅游方式也在改变。随着互联网社交媒体成为人们假日出行选择的主要指南及旅游体验分享渠道,一些名不见经传的小景点可能因为一条视频的传播而迅速走红。《2019抖音数据报告》显示,2019年,抖音最火的贫困县

州、河南花海的“摇摆桥”、武汉木兰天池的“喊泉”……这些曾经影响范围仅限于当地的景点都因为在短视频平台上传播,成为网红打卡地。

传统旅游景区要吸引游客,依靠的往往是多年的口碑积累和管理者长期的苦心运营。客流量的增减呈现一种缓慢上升或下降的曲线。现在,一个人带火一座城已成短视频时代的特殊景象,在“带火一座城”背后是地区旅游和短视频时代强烈的碰撞与磨合。一些贫困山区的美好风光也通过短视频走进更多人的视线。《2019抖音数据报告》显示,2019年,抖音最火的贫困县

景点为河南栾川县老君山风景名胜区。从线上的流量暴增,到线下游客的爆发式增长,“网红”二字成了完美的结合点。可以说,速度与流量为旅游业带来了一场“互联网+”革命。

“互联网+”革命催生了一种全新的旅游模式,这必然要求从景区到游客都做出不同的应对。爆款制造并非易事,网红景点背后除了要具备相应的潜质,如特色鲜明或有趣好玩等,还必须有实实在在的内容。而如何把短视频做好,使内容得到延伸,不断获取流量,产生品牌效应,也是问题的关键。



回家过年,这些套路要警惕

春节将至,大批游子踏上回家团圆的旅程。全国交通系统数十万员工坚守在岗位上,送旅客温暖回家。但归家路上,却潜伏着一些“出行套路”,需要广大旅客引起警惕。

新华社发 王鹏 作