

观察

以高质量文旅融合服务长江经济带发展

沿江省市要抢抓国家战略深化推进的新契机,充分发挥文化和旅游的独特功能与优势,以更有效、更有力、更创新的推进思路和工作举措,加快推动文化和旅游融合协同高质量发展,为促进长江经济带高质量发展、服务构建新发展格局做出重要贡献

□ 李萌

近日,习近平总书记在江苏省南京市主持召开全面推动长江经济带发展座谈会并发表重要讲话。习近平指出,长江造就了从巴山蜀水到江南水乡的千年文脉,是中华民族的代表性符号和中华文明的标志性象征,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉。要把长江文化保护好、传承好、弘扬好,延续历史文脉,坚定文化自信。习近平总书记关于保护传承弘扬长江文化的重要指示为推动长江沿线文化和旅游高质量发展提供了重要遵循。

推动长江经济带发展是党中央作出的重大决策,是关系国家发展全局的重大战略。习近平总书记指出,长江经济带要成为我国生态优先绿色发展主战场、畅通国内国际双循环主动脉、引领经济高质量发展主力军。

文化和旅游是长江经济带贯彻新发展理念的重要领域,推进长江上中下游文化和旅游协同联动高质量发展,是把长江经济带建成主战场、主引擎、主通道的重要路径和有力抓手,是促进国民经济循环发展、服务人民美好生活、深化区域协同发展、形成新发展动能的重要选择。推进文化和旅游高质量发展,加快形成以质量品牌为标志的长江文化和旅游竞争新优势,应成为推动长江经济带高质量发展的重要内容。

长江经济带文化和旅游高质量发展具备较好的基础和特色优势,对照科学把握新发展阶段、坚定贯彻新发展理念、积极构建新发展格局的新要求和任务,长江经济带发展还存在一些问题和不足,迫切需要沿江省市抢抓国家战略深化推进的新契机,充分发挥文化旅游业的独特功能与优势,以更有效、更有力、更创新的推进思路和工作举措,加快推动文旅融合协同高质量发展,为促进长江经济带高质量发展、服务构建新发展格局做出重要贡献。

一是要深入研究长江文化内涵。习近平总书记指出,要保护好长江文物和文化遗产,深入研究长江文化内涵,推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。长江文化聚合了古代巴蜀文化、荆楚文化、吴越文化以及近代海派文化、当代创新文化,需要在当前研究成果基础上,在中华文明史、世界文明史的更宽视野、更大方位中,进一步研究阐释长江文化的内涵,进一步塑造鲜明生动的长江文化精神标识,进一步构建讲述新时代中国故事的长江文化话语体系,铸就长江经济带共同的价值高地和精神纽带,丰富中华文明的时代内涵。

二是要充分发挥文化和旅游在跨区域协调发展中的特殊功能与优势。一方面,文化和旅游具有的大消费、大产业、大交流属性和服务人民美好生

活的特质,在当下扩大内需,推进畅通国内大循环、国内国际双循环相互促进的背景下,能够发挥出独特优势。另一方面,区域合作,文旅先行是国内外区域协调发展的普遍经验。应在更为开放的条件下,在新技术手段的支持下,进一步发挥文化和旅游引领社会风尚、提升文明素养、促进民心相通、活跃百姓消费、深化产业融合、推动城乡融合的功能作用,加快长江经济带文化和旅游融合协同高质量发展步伐。

三是要集成优化、吸纳借鉴国内外跨区域文化和旅游高质量发展协同发展的经验举措。国外著名大河文明、流域文化以及文化旅游带的发展,创造了大量可资借鉴的理念与经验。国内京津冀协同发展、粤港澳大湾区建设和长江经济带重要组成部分的长三角一体化发展,均在文旅融合协同发展方面创造了富有成效的路径和模式。近年来我国大运河文化和旅游快速发展,更是形成了大河文旅融合协同发展的新案例。应深入研究、集成优化、吸纳借鉴上述区域的创新成果与经验,在新的更高起点上,探索创造长江经济带文化和旅游高质量发展的新方略新路径。

四是要加强长江经济带沿线区域文化和旅游规划、市场、产业的对接与协同。长江经济带横跨我国东中西三大区域,存在着区域发展不平衡、区域合作机制不健全等问题,沿线区域

文旅融合协同发展需要在规划对接、市场开放、产业联动方面做出具有创设性的制度安排,采取符合现代治理理念、现代产业体系要求的路径模式。要率先发挥沿线区域内核心城市的带动协同作用,结合产业创新转型、新型城镇化建设、都市圈及城市群建设,推动沿线区域文化旅游产业带、文化旅游廊道、文化旅游岸线、文化旅游名城(镇、村)建设,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区,并在文化和旅游实体经济空间建设、信息系统兼容等方面做出更大力度的推进,力争打造更多文旅融合协同发展的创新平台和新增长极。

五是要着力强化长江经济带文化和旅游公共服务共建共享。推进上中下游协同联动发展,强化生态环境、基础设施、公共服务共建共享,是文化和旅游融合协同发展的关键和基础领域,是长江经济带推进畅通国内大循环的基本要求,也是人民群众文化和旅游需求最具有获得感的重要领域。需要沿江省市依托电子政务改革、营商环境改善成果,在文化和旅游功能场所开放、规则标准协同、信息平台衔接、服务信息互通等方面做出更大努力,切实提高沿线区域文旅公共服务便利共享水平。

(作者为上海文旅产业研究院执行院长)

时评

遏制“山寨文物”乱象 要划出法律红线

粗制滥造的“山寨文物”景点不仅会误导公众对历史文物的认知,也会给旅游业健康发展埋下隐患,可谓得不偿失,必须坚决遏制

□ 张智全

据《瞭望》周刊报道,随着公众精神文化需求持续增强,文博热不断升温。一些地方却趁着这股热潮打起了文物的“歪主意”。地处南方的“兵马俑”、不在陕西的“兵马俑”、不在陕西的“兵马俑”……近年来,一些地方出现规模庞大的仿建仿建文物。其中不乏粗制滥造、批传历史者借假生财,甚至打着真文物的名号建成景点吸引游客。

在漫长的历史进程中,我国留下了众多底蕴深厚的文物。这些文物不仅是传播历史知识、文化知识的重要资源,更是一个民族千百年来的精神积淀和文化自信和审美品位的体现。

由于文物蕴藏的历史文化价值能够带来可观经济效益,近年来,不少地方纷纷推出复建仿建文物景点,以致“山寨文物”在全国不少景区遍地开花,由此引发了如何有效治理“山寨文物”乱象的讨论。业内专家认为,这些复建仿建文物,缺少文化内涵、资源浪费巨大,还可能因传播失真信息造成不良文化影响。

不可否认,在保持文物原真性的前提下,通过适度复建仿建将其打造为旅游景点,有助于弘扬我国传统文化,实现经济效益和社会效益的双丰收。但正所谓过犹不及,粗制滥造的“山寨文物”景点必然会因有形无魂伤害文物本体的历史性、艺术性等。这种不良做法,不仅会误导公众对历史文物的认知,也会给旅游业的健康发展埋下隐患,可谓得不偿失,必须坚决遏制。

不少景区之所以热衷于照抄、照搬地仿建“山寨文物”景点,以此吸引更多游客,表面上缘于急功近利的扭曲商业价值观作祟,但在深层次则反映了当前我国对文物的复建仿建缺乏完善的法律规范。目前,我国在这方面的法律法规只有国家文物局发布的《文物复制拓印管理办法》,而文物保护法对此只字未提。从内容来看,该管理办法的规定较为原则,仅对文物的复制、拓

印要求依法履行审批手续,对是否可以复制、拓印的文物类别没有依法区分,且对于文物复制、拓印的具体方式也没有明确界定。

如此不仅导致文物的复建或仿建因没有严格范围界定而致其难逃“被山寨”的命运,也让一些景区绕过严格的法定审批程序,而以影视城、旅游项目,甚至办公楼、防火工程等名目仿制仿建文物有机可乘。一些景区能够轻而易举地建成“山寨文物”景点,其根源正在于此,凸显了对文物复建仿建依法规范的紧迫性。

在法理逻辑上,文物外观一般具有法律意义上的知识产权属性,随意对这类文物进行外观方面的复建或仿建,是对文物外观拥有者合法权益的不法侵害,应承担相应的法律责任。

遗憾的是,我国知识产权法并未对此作出明确规定,文物被随意复建或仿建实际上没有任何法律约束。法律红线的缺失,不仅导致“山寨文物”景点在国内泛滥成灾,也使得一些“山寨文物”违反《保护世界文化和自然遗产公约》和《世界文化遗产保护管理办法》的规定,造成不良文化影响。2016年4月2日,河北省石家庄“山寨”埃及的“狮身人面像”建筑被拆除。该建筑曾备受争议,并遭到埃及文物部门投诉。

“法者,治之端也。”面对“山寨文物”景点屡禁不止的乱象,对其划出法律红线显然已是当务之急。

对此,立法机关、文物主管部门要通过修改相关法律或出台相关实施细则、规章等形式,明确文物复建仿建的主体、范围、种类、标准等形式,从而以细致、可操作且具有硬约束的法律细则,解决文物复建仿建执法中遇到的现实问题。与此同时,要通过修法或出台规定等形式,把文物的外观纳入知识产权保护范畴,建立起文物外观仿制侵权机制,健全相关知识产权保护体系,以此保护文物的原真性。

唯有划出法律红线,“山寨文物”景点乱象才能真正得到遏制。

立法规范牌匾标识设置管理 避免“千店一面”是理性回归

避免牌匾标识“千店一面”,既需要有法规条例保驾护航,更需要在落实上因地制宜、实事求是,不能单纯为了统一而统一,为了统一而牺牲商家的利益

□ 徐刚

据《新京报》报道,11月25日,《北京市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置管理条例(草案)》提请北京市十五届人大常委会第二十六次会议一审。该条例草案明确,管理部门在编制规范和设置管理时应当充分考虑辖区内不同区域功能和风貌特点,避免“一刀切”,防止牌匾标识“千店一面”。

户外牌匾标识是城市的脸面,代表着一个城市的文化。正因如此,各地在户外牌匾标识设置上都有严格要求。但由此带来的问题是可能会造成过于追求统一,从而形成牌匾标识“千店一面”的局面,使得牌匾标识失去了生机和活力。

以立法的形式来防止牌匾标识“千店一面”,是一种理性的回归,对于纠正“千店一面”现象有非常积极的意义。除了北京、上海、珠海等地都有过地方立法防止牌匾标识“千店一面”的尝试。由此可见,防止牌匾标识“千店一面”也是一种共识。

客观而言,“千店一面”的出现并非制度层面出现了问题,而是在实际执行中变了样,也可以说是对牌匾标识规范化管理的曲解。不少地方一提到规范化管理,立马想到的是整齐划一、统一制作牌匾标识。例如,西安某街区的商户牌匾曾经因为黑底白字被嘲为“殡葬风”,看似整齐划一,却

闹出了笑话。“千店一面”之所以饱受争议,不是规范化管理出了问题,而是机械化的整齐划一落实思路出了问题。

牌匾标识究竟该如何设置,如何与城市环境相适应,这个问题看似很小,却是城市管理的一项重要内容。牌匾标识任意设置、杂乱无章,肯定会影响城市面貌,这是各地实施规范化治理的重要原因。

对于商家而言,牌匾标识如同商家的脸面,是招徕顾客宣传自身的重要形式,有个性化需求,不能“千店一面”。因此,对于城市牌匾标识规范化管理要避免走极端。要做到这一点需要在规范化管理和个性化设置之间找到一个平衡点,找到城市管理者与商家之间的最大公约数。

从这个意义上讲,避免牌匾标识“千店一面”,既需要有法规条例保驾护航,更需要在落实上因地制宜、实事求是,不能单纯为了统一而统一,为了统一而牺牲商家的利益。

牌匾标识是城市文化的组成部分,其规范管理代表着一个城市的治理水平。设置牌匾标识规范,不仅要适应街区文化特点,与周围市容景观相协调,同时有关部门也要认真听取商家意见,满足商家个性化需求。商家也有义务按照牌匾标识的要求规范设置,与城市文化相匹配。



发展康养旅游产业需多点发力

□ 易慧玲

随着我国进入中度老龄化社会以及人们对美好生活的追求越来越强烈,养老、健康等社会热点的关注度日益增强。为满足人们高层次、多元化的需求,在创新发展理念的指导下,出现了众多新业态,康养旅游应运而生。康养旅游是通过养颜健体、营养膳食、修身养性、关爱环境等各种手段,使人在身体、心智和精神上都达到自然和谐的优良状态的各种旅游活动的总和。

康养旅游体现了“健康中国”战略在旅游领域的成果。开发康养旅游产品,既要秉持创新发展理念,以产业融合推动康养产品供给多元化,又要激发社区活力,营造旅游目的地康养氛围,增强主客互动,促进康养旅游高质量发展。笔者认为,开发康养旅游产品可以从四方面发力:

一是加强顶层设计,完善康养旅游发展制度及体系。政府部门是康养旅游开发的主导者和行业的监督者,决定着旅游目的地康养旅游的走向和发展路径。近年来,四川、海南、云南等具有资源优势的省份均瞄准康养市场,致力于打造康养旅游产品体系,

其中制度保障是关键。

康养旅游的目标市场既包括亚健康人群,也包括有康复诊疗需求的人群。对于进行疾病预防的人群而言,中医诊疗有群众基础,其基于治未病构建起的医学理论又具有优势,虽然中医药学在医学体系中的重要作用已经得到重视,但仍缺少系统的扶持政策,在中医药产业研发、人才培养等领域的投入不够,需要出台相应的政策促进中医药产业要素集聚。

对于患病及康复期的人群而言,在产品设计中要将医疗服务纳入其中,这就需要打破旅游与医疗融合的政策壁垒,促进行业间资源、产品及服务的融合,鼓励民间资本进入健康服务领域,完善旅游目的地康养旅游功能。

二是推动产业融合,拓宽康养旅游产业链。在进行康养旅游开发时,要实现产业融合,可以从以下两方面着手:首先,丰富融合路径,发挥康养旅游发展的联动性。将健康、养老、旅游、文化和体育产业等五大幸福产业有机统一,使康养旅游既具有深度又具有广度,通过产业间的融合与互动,使其成为一种具有发展潜力的新业态,并实现规模发展。其次,发挥社会组织

的桥梁作用。在深化改革的实践中,政府已从全能型政府向服务型政府转化,社会组织的活力大大提高,社会组织不仅了解市场,还是政府与企业、跨行业部门沟通的桥梁,通过搭建平台,打破行业边界,不仅可借助其他行业人才、资本、信息等方面的优势促进康养旅游产品品质升级,还可以延长上下游产业链,丰富康养旅游产品品类,优化产品结构,实现产业集聚效应。

三是创新康养模式,满足康养消费者多元化需求。康养产业市场潜力巨大,众多资本和投资者瞄准康养市场,形成了医养结合和旅居养老两种具有较高热度和认可度的康养模式,医养结合模式构建起社区医疗、健康管理以及康复治疗一站式服务场景。而旅居养老模式则为提升老年人生活质量、丰富养老产品供给做出了贡献。虽然上述模式在异地就医以及医保结算方面还具有局限性,但其尊重需求规律、创新发展的做法值得借鉴。

康养产业不仅聚焦于老年消费群体,其目标客群还包括中青年消费者及具有特殊需求的孕妇人群,这类群体均注重体验。因此,在康养模式的

创新上,还可借助人工智能等科学技术增强体验感,通过引进先进的健康监测及管理设备进行人体健康监测和科学饮食管理,如借助可穿戴的健康检测设备实现便捷、高效的健康管理,满足康养消费者个性化需求。

四是凝聚社区合力,营造康养旅游发展氛围。社区是社会化发展过程中基于空间或文化的类属关系而形成的基层群体力量,是社会群体的集合。社会群体是旅游目的地的文化创造者和承载者,良好的居民态度和康养氛围是吸引旅游者到访的原因。康养旅游者在旅游目的地停留时间比一般旅游者长,这使得游客与社区居民的交互更为频繁。此外,康养旅游者之间的互动和沟通也是满足其在旅游目的地社交需求的主要途径。停留于旅游目的地康养旅游者彼此间没有较多的利益联系,作为异乡人,容易产生共情和信任。旅游者通过互动交流并分享健康养生心得与体会,人与人之间的交往变得更纯粹自然,由此构建起旅游者在旅游目的地新的社交网络,为构建良好的主客互动环境以及康养氛围奠定了主客基础。

(作者单位:湖南科技学院旅游与文化产业学院)