

时评

一体化推进长城国家文化公园建设

建设长城国家文化公园对展示中华文明、彰显文化自信、建成文化强国具有重大的战略意义。新时期建设长城国家文化公园，需要从思维、战略和行动上，推进保护传承利用一体化进程

□ 熊海峰

文化和旅游部日前召开的长城国家文化公园建设推进会提出，要按照《长城、大运河、长征国家文化公园建设工作领导小组第一次全体会议部署要求，坚持国家站位、突出国家标准，彰显文化内涵、弘扬文化精神，加快推进各项重大任务有效落实。

建设长城国家文化公园对展示中华文明、彰显文化自信、建成文化强国具有重大的战略意义。笔者认为，根据《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》的指导精神和国内外国家公园的实践经验，建设长城国家文化公园，要在以下四方面着力。

第一，挖掘、提炼、阐释和传播好长城文化内涵，推动创新传承、古为今用，涵育中华民族复兴的精神伟力，光耀璀璨的中华文明。

国家文化公园建设之根之魂在文化，其核心目标是集中打造中华文化的重要标志，生动呈现中华文化的独特创造、价值理念和鲜明特色。目前还缺乏对长城文化内涵的深度挖掘、现代阐释与有力传播，长城遗产所蕴含的民族精神价值、建筑遗产价值、历史文化价值、经济社会价值还未得到充分激活与释放。在新时期建设好长城国家文化公园要坚持国家站位、强调古为今用，赋予长城新的时代含义与品格特征，创新阐释好团结统一、众志成城的爱国精神，坚韧不屈、自强不息的民族精神，守望和平、

开放包容的时代精神。要深入挖掘长城的多元文化，包括长城红色文化、抗战文化、建筑文化、军事文化以及丰富多彩的地域文化，倡导每段长城突出各自文化特色，共同编织出一幅璀璨的文化长卷。要加速推进长城文化的展示与传播，积极构建长城博物馆体系、数字展示体系、统一标识体系、文化解说体系、现代传播体系和研究机构体系，增强长城文化全球、全城、全时、全龄的展示传播与服务能力。

第二，在保护优先的基础上利用好长城文化资源，打造世界级旅游景区和现象级文创精品，不断增强长城文化的时代风采与品牌魅力。

建设国家文化公园，保护是基础，传承是方向，利用是动能。其核心要旨是通过健全遗产保护、综合展示、教育科研、旅游休闲、文创研发等多重功能，让“沉睡”的历史文物“活起来”。新时期建设长城国家文化公园，需要从思维、战略和行动上，推进保护传承利用一体化进程。首先，要真实完整地保护长城文物和非物质文化遗产，这是活化利用的前提和底线。其次，要进一步明确管控保护、主题展示、文旅融合、传统利用等四类功能区的边界范围，据此开展不同类型的工作，这是统筹好保护利用的关键步骤。再次，要立足全球视野，培育世界文化遗产研学游、长城沿线古都游、塞上风情度假游等跨区域主题线路，实现从“点式景区”向“廊带

公园”的拓展延伸；大力推进长城文化主题的艺术创作、文创商品开发和文创基地建设，打造中国文化产业发展的战略隆起带。同时，依托“数字再现工程”，推动长城文物和文化资源的数字化展示，打造永不落幕的“网上长城”；促进长城文旅服务向数字化、网络化、智能化升级，积极培育云旅游等新业态新模式。

第三，加速提升公园的基础设施和公共服务水平，优化公园的进入便捷性和体验舒适性。

长城多数墙体建于崇山峻岭之中，基础设施建设和服务能力薄弱。新时期建设长城国家文化公园，迫切需要打通大众与长城间的空间阻隔，不断提升公园的进入度和可亲近性。

首先，要加快交通设施建设，结合长城沿线各区段的交通现状和资源禀赋，构建以国道为骨干、县乡公路和农村道路为基础、旅游专用道为支撑的大路网体系；践行“交通+”的理念，通过修建旅游风景道、骑行道、步道等多种形式的旅游道路，将长城打造成融交通、文化、旅游、游憩于一体的复合廊道。其次，要统筹推进长城沿线的文化和旅游公共服务。通过在沿线布局文化综合服务中心、主题博物馆、艺术展陈室等文化设施，营造更多的主客共享文旅空间。科学布局和完善游客集散、导览导游、旅游厕所等公共设施，安全、消防、医疗、救援等应急设施，并逐步建立健全设施建设与服务标准化体系。再次，大

力建设新型基础设施，在长城沿线主要文化遗产点、旅游景区等重点公共区域，率先布局建设无线网络和第五代移动通信网络，推进数字网络和智能终端全覆盖，不断提升长城文化和旅游公共服务智慧化水平。

第四，制定科学有效的体制机制和政策法规，构建长城文化发展命运共同体，推动多元力量协同合作，促进长城文化持续创新与永续发展。

建设长城国家文化公园，要进一步完善顶层设计，构建起适应跨区域、跨省市、跨部门的大型线性文化遗产和国家公园特点的管理体制和沟通协同机制。建议以国家层面的《长城国家文化公园建设保护规划》为引领，编制文物、生态、交通、文旅融合等专项规划，以及相关省区市的实施规划。完善法律法规体系，推进保护传承利用统筹发展的理念入法入规，健全公园管理和与服务相关的规范条例与细则。此外，建立公园建设保护的评估体系，开展年度监测与评估，并纳入地方政府的考核评价体系，加强问责与激励。在坚持政府主导的基础上，积极促进和整合广泛的资源和力量参与公园建设，凝聚更多的发展共识与创新智慧，加速将长城国家文化公园打造成中华文化的重要标志，为实现中华民族伟大复兴提供磅礴的精神动力。

（作者单位：中国传媒大学文化产业管理学院）

观察

创新优化路径做大做强品牌 推动全域旅游高质量发展

如何在旅游业高质量发展目标统领下，进一步做大做强全域旅游品牌，优化发展路径，充分释放旅游业综合带动作用是一阶段工作亟待关注的问题

□ 席建超

近日，文化和旅游部公布了第二批共97家国家全域旅游示范区名单。两批167个国家全域旅游示范区创建成功，标志着以全域旅游为核心的新阶段中国旅游业供给侧结构性改革取得阶段性成果。此举不仅提升了区域旅游业发展总体水平，还通过从景区向全域旅游优化，实现了旅游产品规模扩张和结构优化，创新了现代旅游产业体系，推进县域社会经济发展转型升级，这在中西部经济欠发达贫困地区以及资源型城市地区表现得更为突出。

作为中国旅游业发展重要支撑点，如何在旅游业高质量发展目标统领下，进一步做大做强全域旅游品牌，优化发展路径，充分释放旅游业综合带动作用是一阶段工作亟待关注的问题。

一是对接新战略，释放新动能。“十四五”时期融入经济社会发展战略全局，发挥综合带动作用，助推国家重大战略实施，成为全域旅游工作推进首要出发点。这要求将发展旅游与乡村振兴、资源型城市转型、生态功能区建设相结合，助力绿色转型和创新发展。将发展全域旅游与国家文化公园建设结合起来，把全域旅游理念融入长城、大运河、长征等国家文化公园建设，打造文旅融合的新产品、新地标；将发展全域旅游与黄河流域生态保护和高质量发展结合起来，打造具有国际影响力的黄河文化旅游带，保护传承弘扬黄河文化，推动黄河流域经济社会高质量发展；将发展全域旅游融入“一带一路”建设、长江经济带建设、京津冀协同发展、长三角一体化发展、粤港澳大湾区建设等区域发展战略，塑造整体旅游品牌，推动区域旅游优势互补、错位发展，实现区域发展的合作共赢。

二是融入新目标，搭建新平台。“十四五”期间，旅游业作为国民经济重要战略性支柱产业地位更加巩固，建设文化强国成为文化和旅游部门重点推进的发展目标。从文化大国向文化强国建设的提升，其侧重点不仅要关注文化保护和传承，更要重视文化创新和生产。不仅把文化保护和传承创新变成一种社会公众自觉、自愿、自发行动，更要建立一整套符合市场规律的文化产业发展模式。全域旅游对文化强国建设的重要作用，体现在全产业联动、全要素整合、全民化参与的文旅融合和文旅产业培育，这种以区域经济为主体的文旅产业发展模式创新，为文化强国建设提供了重要的路径创新和模式探索。

三是严格高标准，构建新抓手。从两批国家全域旅游示范区创建单位看，高要求的标准设定、高质量的创建过程、公平客观的评定流程是保障示范区创建工作有序推进和品牌含金量根本保障。文化和旅游部门重视评定标准制订，并严格标准执行，要求各地要加强组织领导，验收认定工作坚持公平公正公开原则，严格执行验收认定标准和程序。显然，在对创建存在问题、成功经验进行总结的基础上，进一步修订完善标准体系、优化规范评估流程，将更有助于推动国家全域旅游示范区创建有序推进。

四是总结新经验，开展新示范。各地国家全域旅游示范区创建单位的典型经验表明，发展全域旅游已经成为坚持以人民为中心，满足人民美好生活需要的重要载体。国家全域旅游示范区成功创建单位在创建方式、创建路径、创建成果上各具特色，为全国提供了诸多有价值的经验做法，第一批已经总结提炼出文旅融合、旅游扶贫富民、城乡统筹、生态依托、景城共建、休闲度假、资源转型、边境开发开放等具有参考借鉴价值的模式。要总结第二批国家全域旅游示范区的好经验好做法，重点围绕创新和突破，再培育一批发展质量更高、更具示范引领作用的新标杆，并开展示范推广。

五是关注新动态，注入新理念。全域旅游创建工作持续推进，需要动态监管，提出新的要求，要结合《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法》相关规定，遵循“注重实效、突出示范，严格标准、统一认定，有进有出、动态管理”的原则，加强创建单位“有进有出”的管理机制，统筹示范区的复核工作。同时创建单位要按照党的五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》关于健全现代文化产业体系要求，以文旅融合发展为重点，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，发展红色旅游和乡村旅游，大力培育市场主体，实施文旅人才工程、优化政商环境，让服务零距离、体制更顺畅、机制更优化、发展更活跃。

对全域旅游而言，品牌创建有时限，产业发展无止境。作为中国旅游业发展进程中的一场深刻变革和重大实践创新，全域旅游发展方兴未艾，迎接“十四五”的到来，新起点，再启航，走向高质量发展的国家全域旅游示范区将是行业共同的期盼。

影视旅游要注重游客体验

“影视+旅游”需要用更开阔的思维开发深度旅游产品，着重让游客体验到剧中蕴含的生活环境、方式和氛围

□ 周荣光

电视剧《装台》正在央视热播，剧中浓郁的烟火气，幽默感十足的陕晋、秦腔深深吸引着观众。该剧生动地展现了古都西安的现代美景以及当地的饮食文化、民俗文化、市井文化，相信很多观众已萌动了去西安看古城、品美食的想法。西安历史悠久，本来就是旅游胜地，现在又借热播剧再次进入人们的视野。

不可否认，一部好的影视剧，确实能有效带动一个地方的文化旅游。影视剧所展示的拍摄地的优美风光和风土人情，确实能够给人带来精神享受，也会吸引大家去拍摄地旅游。因此，许多地方都利用影视剧热播效应，推出“影视+旅游”，吸引游客，促进当地旅游业发展。

当然，不是说有了影视剧这个由头，旅游就可以自然而然发展起来。影

视作品具有周期效应，观众的热情会随着影视剧的热播高涨，也会随着结束播放而迅速沉寂。通常情况下，影视作品效应往往集中作用于某一时间段，一旦影视播放热潮退去，营销措施又跟不上，旅游热度也会随之回落。所以，因影视剧火起来的旅游地更要注重营销和策划，清醒认识和精准定位不同层次、群体和时段消费人群，结合市场需求进行合理规划。

“影视+旅游”需要用更开阔的思维开发深度旅游产品，着重让游客体验剧中蕴含的生活环境、方式和氛围。要关注游客的个性化需求，通过更多、更好的体验项目吸引游客、留住游客。还要紧跟“科技赋能文旅产业，创新发展智慧旅游”趋势，充分运用大数据、云计算、物联网、5G等技术开发智能导览系统，创新旅游服务、旅游管理以及旅游营销方式，让游客体验更加便利。

声音

“长远来看，发展旅游，不能只是盲目依赖短视频。画面中的美好内容，终究要在现实中找到映照才行”

——针对城市如何借势网红进行旅游营销推广，《人民日报海外版》近日发表评论指出，要真正缩短人与城之间的心理距离，并非一件易事。也正因此，口口相传的口碑力量同样不能被忽略。身边的朋友给你推荐的旅游目的地，会比网上看到的陌生内容更让你觉得可信，而这份推荐的背后，是游客对旅游目的地服务的认可。旅游是为了让游客获得舒适的身心体验，同时也能够更加深入地了解一个地方。让游客抱着期待来，带着开心留下，怀着留恋离开，一座拥有多面风景的城市，必将赢得游客的青睐。

“城市不仅需要夜间经济，而且并不缺少有特色、条件好的平台，还有更多‘夜资源’和‘新支点’等待我们去盘活”

——《北京日报》日前发布题为《让夜间经济有更多打开方式》的评论指出，随着人们工作生活节奏的变化，越来越多的消费场景延伸至夜晚。着眼于此，各地纷纷推出引导措施，为发展夜间经济提供条件。就拿北京来说，从推出“夜间经济13条”，到悉心筹备“消费季”，重视程度可见一斑。随着“深夜食堂”“24小时书店”等成了城市风景，充分证明夜间经济完全可以在北方活跃起来。

（本版编辑 龚立仁 整理）

来论

激发老年旅游市场活力重在提升品质

相关部门和旅游行业应在提高老年旅游休闲生活品质上做文章，充分激发“银发旅游”市场活力，让老年人在享受自然山水、感受人文景观的过程中不断提升获得感、幸福感、安全感

□ 潘铎印

11月以来，秋冬错峰游兴起，“银发族”成为出游主力。近年来，随着消费升级的加快，我国旅游市场持续发展，老年游成为新的增长点，老年游这一细分市场也正在受到越来越多企业的重视。

随着老年人口的持续增加和消费能力释放，中国老年游市场将迎来更大的发展机遇。我国60岁及以上的老年人已超2.5亿人，占总人口的比重超过18%，老龄化趋势的加快带动了

社会消费结构的巨大变化，激发出新的产业动能。根据国家老龄办和艾媒咨询发布的调查数据，2016年至今，我国中老年人旅游消费年均增速达23%，预计2021年将超7000亿元。

老年人拥有大量可自由支配的时间，旅游成为很多老年人日常生活的主要内容。“银发旅游”正成为旅游市场的基石，蕴含着巨大的市场机遇。但也要看到，目前市场上专门针对老年游客的旅游产品还不够丰富，商业模式比较单一，针对老年游客的便利乘车、门票优惠等政策措施还不到位，医疗

服务、适老化配套设施还不够完善；一些针对中老年游客的“低价团”等欺诈骗事件时有发生，老年人的旅游消费需求远未得到满足，让老年人更好享受旅游生活，仍有不少问题亟待解决。

首先，要开发拓展“银发旅游”市场。各地各部门应深化旅游业供给侧结构性改革，创新老年旅游产品体系，增加符合老年人特征的个性化产品和服务有效供给。要注重老年旅游的休闲、保健、康复等附加功能，多开发以医疗为主要目的的养生保健游、适应老年人兴趣与爱好

