

贯彻人民城市理念 推进文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市建设

打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市,就是突出文化特色、营造高品质美好生活场景的特色城市发展之路,也是让人民群众能够共享、体验城市旅游和休闲建设成果的发展之路

□ 李丽梅 楼嘉军

党的十九大报告指出,当前我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。2019年11月习近平总书记在考察上海杨浦滨江时指出,城市是人民的城市,人民城市为人民。努力创造宜业、宜居、宜乐、宜游的良好环境,让人民有更多获得感,为人民创造更加幸福的美好生活。2021年4月习近平总书记在广西考察调研时指出,桂林要坚持以人民为中心,提高服务质量,提升格调品位,努力打造世界级旅游城市、宜居城市。总书记的重要讲话,为我国城市高质量发展指明了方向,也为“十四五”期间我国文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市建设提供了思路。

一、内涵解读

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出,要打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区。笔者认为,深刻理解“文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市”的内涵,不仅有助于深入推进人民城市理念在建设文化特色鲜明的国家级旅游休闲城

市中的贯彻实施,更有助于精准落实文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市建设的制度安排和政策选择。具体内涵如下:

“文化特色鲜明”是指要善于利用当地独特的文化风格、形式和内涵,积极推进旅游休闲城市建设。文化特色是建设旅游休闲城市的基本定位与要求,进一步体现了文化与旅游的融合要充分把握“以文塑旅、以旅彰文”的发展目标。

“国家级”体现了建设工作的示范性、引领性与等级性,这是城市发展到成熟阶段向高质量高品质发展方向迈进的标准与要求。

“旅游休闲城市”意味着三个变化。

一是城市服务功能变化,由以往的旅游城市服务功能转变为旅游休闲城市服务功能。相应的变化是,旅游城市的服务对象主要是外来游客,而旅游休闲城市的服务对象则是本地居民与外来游客兼容,并且以本地居民为主,实现“主客共享”。正如美国休闲研究学者杰弗瑞·戈比(2006)所指出的,城市的服务功能首先为市民提供高水平的生活质量,有美味食物,能与自然接触,有艺术的和历史的保留,能运动,有节假日、露天市场

和其他旅游休闲带来的令人愉悦的事物,接着为有限的游客提供这些服务。

二是产业发展变化,由以往的旅游产业发展转变为旅游与休闲产业的融合发展。一般而言,旅游产业往往是围绕满足游客旅游消费需求而形成的产业集群,而旅游与休闲产业则是满足当地居民的休闲娱乐消费需求与外来游客的旅游消费需求的产业集群,大致涉及旅游业、文化业、体育业、娱乐业、餐饮业、会展业、批发零售业、园林绿化业、交通运输业等产业门类。由此可以看出,旅游与休闲产业的消费主体、内容都要比旅游产业宽泛,这是社会经济发展到一定阶段的必然结果。当前,我国城市化率已超过60%,城市人口规模的快速增长,要求城市必须重视人们的幸福、舒适与快乐等精神性消费需求,博物馆、咖啡馆、剧院以及综合性的休闲街区等旅游与休闲产业元素不断在城市涌现,成为城市具有吸引力的重要方面。2019年我国人均GDP超过1万美元,居民生活休闲化特征明显增强,成为推动我国旅游与休闲产业持续强劲发展的重要动力。

三是市场变化,从以往由居民与游客“彼此共享”的消费市场结构,逐渐转变为居民与游客“主客共享”的消

费市场形态。中国旅游研究院院长戴斌(2021)提出,我国旅游业的发展要回归日常生活场景。日常生活场景就包括了当地的休闲文化设施、休闲游憩环境、休闲旅游服务等等,当本地居民能够从城市提供的旅游休闲消费机会中感受到满足与愉悦,带来的必然是满足当地居民的休闲娱乐消费需求与外来游客的旅游消费需求的产业集群,大致涉及旅游业、文化业、体育业、娱乐业、餐饮业、会展业、批发零售业、园林绿化业、交通运输业等产业门类。由此可以看出,旅游与休闲产业的消费主体、内容都要比旅游产业宽泛,这是社会经济发展到一定阶段的必然结果。当前,我国城市化率已超过60%,城市人口规模的快速增长,要求城市必须重视人们的幸福、舒适与快乐等精神性消费需求,博物馆、咖啡馆、剧院以及综合性的休闲街区等旅游与休闲产业元素不断在城市涌现,成为城市具有吸引力的重要方面。2019年我国人均GDP超过1万美元,居民生活休闲化特征明显增强,成为推动我国旅游与休闲产业持续强劲发展的重要动力。

二、对策建议

从上述分析不难看出,打造文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市,就是突出文化特色、营造高品质美好生活场景的特色城市发展之路,也是让人民群众能够共享、体验城市旅游和休闲建设成果的发展之路。显而易见,旅游休闲城市的建设目标与人民

●大型情景史诗《伟大征程》大家谈

浅谈《伟大征程》的音乐叙事

《伟大征程》采用多种艺术表现方式讲述中国共产党的百年征程,其在运用音乐叙述伟大征程、串联起波澜壮阔的百年历史面貌方面的探索值得研究

于1939年,是《黄河大合唱》大型声乐套曲的第九乐章,合唱曲目则以第八乐章《保卫黄河》为重点。歌词“风在吼,马在叫,黄河在咆哮,黄河在咆哮”拟人式地唱出了中国人民的心声,旋律上以分解大三和弦进入,小六度大跳do、mi极具方言色彩,既融合了民族音调,又显现出同仇敌忾、奋勇向前的精神。乐曲后半段的轮唱使用卡农技法,其特点是同一旋律在不同声部间隔反复,形成此起彼伏的流动画面。

第二篇章“风雨无阻”,大合唱名为《战旗美如画》。之所以选用“战旗美如画”作为题名,应当是出于两方面的考虑。一方面,这首作品是作曲家刘炽与词作者公木于1964年创作的《英雄赞歌》,前段歌词选用了毛泽东

《渔家傲·反第一次大“围剿”》的后半阙,副歌歌词则由刘炽创作。“为什么战旗美如画?英雄的鲜血染红了它;为什么大地春常在?英雄的生命开鲜花!”这种自问自答形式的歌词突出了革命先烈英勇就义、无畏牺牲的果敢,也点明了主题——中国人民是打不倒的,今天的幸福生活是无数战士用鲜血和生命换来的,所以大地常在、战旗如画。另一方面,从音乐结构上看,乐曲是分节歌形式。主歌部分的音调来自蒙古民歌《巴特儿陶陶乎》与大提琴曲《黄昏的景色》,收束在徵音。副歌部分取自新材料,结束在宫音。以属、主功能性呼应显示出对比,给人以稳定感,借此重申中国人民不好战、也绝不畏战的心境。

第三篇章“激流勇进”。首先,映

入眼帘的是一片盎然春意,舞者们身着绿色舞裙,将歌曲《在希望的田野上》的节奏放缓,并跟随律动舞动。其次,《春天的故事》《今夜无眠》《走进新时代》《江山》等金曲作为歌舞《特区畅想曲》、情景合唱与舞蹈《回归时刻》、诗朗诵与合唱《跨越》,以及合唱与舞蹈《行进的火炬》等节目的过渡,让观众在面对经典作品与新创作时,既保持了熟悉感,又增添了新鲜感。实际上,这些金曲分别代表了在以中国共产党三代领导人为核心的党中央集体努力下,我国发展的三个不同阶段。《春天的故事》描述了邓小平同志南巡后作出改革开放的重大决策,旋律极富时代气息,尤其是开始处的八度大跳,具有回声式呼应,有打破成规之意。《走进新时代》展现了第一代领

导人毛泽东同志到第三代领导人江泽民同志引领中国人民走进新时代、开创美好未来的画面。该曲分前后两个乐段,且都终止于宫调式。《江山》由作曲家印青创作于2002年,是在以胡锦涛同志为总书记的党中央提出的“以人为本”执政理念下创作完成。同样也是宫调式的单二部曲式。印青编写的曲调之所以为老百姓喜闻乐见,是因为他的创作仍然是地道的民族调式,他所编配的歌词语调与旋律音调走向一致。

第四篇章“锦绣前程”。该篇由脱贫攻坚的故事说开去,以《唱支山歌给党听》作为各族人民回馈给党的深情告白。情景交响歌舞《人民至上》再现了新冠肺炎疫情暴发后,举国同心、共同抗“疫”的决心,充分展现了中华民族一方有难、八方支援的互助精神。情景歌舞《强军战歌》、诗朗诵与合唱《强国力量》反映了在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下人民军队的雄姿与航天人的抱负。鼓乐歌舞《新的天地》以巨型大鼓撑起信仰,托出中国。大鼓代表中国人民,小鼓寓意中国共产党人的百年历程,加入百名号手的声响后,功能合二为一渐化至至高无上的国家象征,可谓一鼓立中国! 器乐、童声合唱与舞蹈《命运与共》,分三组表演者:群舞伴奏、童声演唱与舞者舞出和平鸽的形状,这种演绎方式是表达当今世界和平与发展问题、围绕“人类命运共同体”给出中国方案。

“领航!伟大的中国共产党!无论多远,你都在我们身旁,信念永恒,初心不忘。”此时,党徽冉冉升起,围绕周边的十面巨型红旗随风飘扬,舞台上的视觉效果愈发强烈,歌曲也更加悠扬。至此,全国各行各业典型形象与各族人民的典型形象齐聚舞台,并全场起立共唱《没有共产党就没有新中国》,晚会在一片欢腾声中圆满结束。

(作者单位:中国艺术研究院)

□ 陈林

乐山大佛始建于唐开元元年,至今已有1300余年历史,是世界上最高的摩崖石刻弥勒佛坐像。乐山大佛景区以乐山大佛为核心,兼有凌云九峰、巨型睡佛、离堆鸟尤、东岩胜迹、凤洲田园等各色人文自然景观,是国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、世界文化和自然双遗产景区。如何保护好乐山大佛这一人类文明瑰宝,传承好景区儒道释等多元文化,进而推动景区旅游经济持续向好发展,是每一代“大佛守护者”的光荣使命和历史责任。近年来,景区坚持“干在实处、走在前列”,持续实施好“四大战略”,加快建设巴蜀文化旅游走廊世界重要旅游目的地“核心区”,年接待游客突破420万人次,先后荣获全国文明城市、四川省金熊猫奖、全球可持续发展旅游目的地等殊荣,实现经济效益和品牌形象的双提升。

一、实施遗产保护战略,让传承“实”起来

近年来,国家宏观设计越来越突显遗产保护与发展的地位,如在新型城镇化和乡村振兴战略中,均将文化遗产作为其重要的、有机的构成。保护好乐山大佛世界遗产,是功在当代、利在千秋的伟大事业。景区始终坚持以对历史负责的态度,认真贯彻落实习近平总书记关于文物工作重要论述和指示批示精神,坚持保护为先,探索走出一条具有大佛特色的遗产保护之路。

(一)构建“一院一地两联盟”保护机构。将原正科级事业单位乐山大佛石窟研究院升格为副县级,完善组织架构,健全制度体系,注重人才集聚,提升遗产保护平台实力。与中国文化遗产研究院合作,挂牌成立了南方石质文物保护(乐山)基地,全面开

乐山大佛景区打造世界重要旅游目的地“核心区”的探索

乐山大佛景区持续实施好“四大战略”,加快建设巴蜀文化旅游走廊世界重要旅游目的地“核心区”,探索走出一条具有大佛特色的遗产保护之路,通过推进文化与旅游深度融合,不断赋予旅游生机和活力

展石质文物保护关键技术研究及技术转化。联合大足石窟、青城山—都江堰等川渝地区遗产地景区及关联机构,组建了巴蜀世界遗产联盟、巴蜀石窟文化旅游走廊联盟,打造国内一流的遗产保护品牌和遗产旅游品牌。

(二)编制“一条例四规划”保护标准。颁布了乐山大佛首部遗产保护法规《乐山大佛世界文化和自然遗产保护条例》,实现保护乐山大佛世界遗产有法可依。编制了《乐山大佛·灵宝塔保护规划》《麻浩崖墓保护规划》《乌堆(乌尤寺)保护规划》,实现全国重点文物保护单位全覆盖。有序推进省级重点文物保护单位规划编制,《柿子湾崖墓保护规划》于2020年顺利颁布实施。

(三)实施“一路一线四维护”保护工程。新建了景区凌云东路(S104复线)替代原凌云路行车功能,封闭原凌云路作为景区内部道路,减少过往车辆对遗产地的影响,兑现25年前申遗时对联合国教科文组织的承诺。恢复了“下凌云、上九曲”古观佛线路,同时新建后栈道贯通南北,形成“凌云栈道下,九曲栈道、后栈道上”的新观佛线路,减少游客拥堵对乐山大佛及其周边文物的影响。实施了乐山大佛胸部勘测维护、乐山大佛左侧(天洞—麻湾)危岩加固、北门临江摩崖石窟抢险排危、乌尤寺大雄宝殿抢险排危等保护项目。

二、实施扩容提质战略,让景区“靓”起来

扩容提质是推动景区和目的地转

型发展的重要引擎。近年来,针对目前景区面临的“小”(知名度较高,游览区偏小)、“弱”(观光感较强,体验度偏弱)、“少”(过境游客多,过夜客偏少)等问题,景区紧盯“景点变景区”目标导向,按照“一年打基础、三年见成效、五年上台阶”的思路,以项目建设为抓手,先后实施扩容提质重点项目30余个、总投资近百亿,景区面貌日新月异,旅游品质不断提升。

(一)顶层设计呈现新高度。及时启动了新一轮景区总体规划(2020—2035)修编,有序推进乌尤坝、龟城山等片区控制性详规的编制,让景区项目建设有规可依。围绕岷江港航电老木孔枢纽项目建成后形成的33平方公里水域,开展了旅游码头、环湖道路、旅游公厕等旅游基础设施以及水上旅游项目的总体策划,为景区旅游发展注入新活力。目前,景区按照“南北扩容、东西提升”的空间发展思路,已经实施和即将启动的项目共80余个、总投资达300亿元。

(二)项目建设呈现新速度。山上核心区改造提升有序推进,先后完成了凌云山集风楼、毗卢院、东坡楼、沫若堂等闲置资产改造,启动叠翠堂、壁津楼改造,再现“凌云九峰、峰各有寺”盛景;山下新建建成了麻浩湿地公园、大佛文化广场、凌云路“六度”佛语长廊等市民游客打卡休闲的热门景观。陆续启动南游客中心、凤洲岛生态修复、北部门户区打造等项目建设,将游客主要游览面积从原来的0.68平方公里拓展到5.3平方公里,老景区以前所未有的速度焕发出蓬勃生机。

(三)环境整治呈现新力度。持续推进污水治理,陆续完成了八仙洞、篦子街、九峰三个居民生活集中区的污水接入城市污水管网工程。大力推进“厕所革命”,建成了3A级旅游厕所10座、2A级旅游厕所10座,并在厕所建设中融入文化元素,成为四川省“厕所革命”的样板示范。强力推进生态搬迁,逐步搬迁了遗产范围内内联厂、嘉乐纸厂等企业,完成了凤洲岛、麻浩渔村搬迁工作以及水上游船运营整合,实现了景区人长久以来夙愿,为景区未来蓝图的实施扫清了历史障碍。

三、实施文旅融合战略,让旅游“活”起来

文旅融合发展是破解当前传统旅游景区过分依赖门票收入、核心景点压力过大、同质化竞争和低水平重复建设等难题的重要途径。乐山大佛景区以山水岛为核心的旅游资源优异、以佛道释为核心的文化底蕴深厚,近年来聚焦推进文化与旅游深度融合,不断赋予旅游生机和活力。

(一)深化“数字赋能”,打造“智慧大佛”。实现了景区实时监控、语音广播系统全覆盖,启动了嘉州全域智慧旅游大数据平台建设,不断完善提升网络营销平台,着力实现“一机游嘉州”。启动景区数字中心建设,打造虚拟乐山大佛沉浸式参观游览场景,依托现代声光电技术,让游客能够近距离感受大佛。积极促进5G+旅游资源创新融合,探索打造“5G+智慧旅游”场景应用,在“5G+VR”“5G+直

播”等方面持续推动内容应用创新。

(二)开发“大佛印象”文创,传播“IP大佛”。充分发挥乐山大佛IP的强大品牌效应,开发“大佛印象”本土文创品牌,目前在售的系列旅游商品已达350余种,推出的“佛脚抱枕”“灵宝塔雪糕”等文创产品深受游客喜爱,“载酒亭”“笋来乐”等新品文创连续三年获得中国特色旅游商品大赛金奖,成为嘉州文化传播的活IP。

(三)打造“夜游三江”项目,点亮“月光大佛”。以“丹青山水,禅驿城市”为主题,成功打造了乐山首个夜间大型旅游项目——“夜游三江”游山游江游城项目,运用高科技声光电手段,融合佛、城、山、水资源,将景区佛禅体验延伸至夜晚、拓展至城市,充分展现乐山独有的“半城山水半城绿”景观特质和丰厚的历史文化,推动游客平均停留时间延长0.5天,成为巴蜀文化旅游走廊新地标。

四、实施全域旅游战略,让路子“宽”起来

作为我国西部唯一的世界文化和自然双遗产、四川省和乐山市的重要旅游景区之一,乐山大佛景区积极融入全域旅游发展大局,跳出小旅游谋划大旅游,打好对外合作“组合拳”,刺激常态化疫情防控下旅游经济的快速恢复发展。

(一)突出“高端品牌+特色主题”,着力打造“配套群”。引进中青旅、希尔顿等知名企业,建成了“三江悦”“山水S”等高端酒店并启动希尔顿“格芮”品牌酒店建设,围绕禅修、生态、休闲

等内容建成了禅驿、一笑新、千里走单骑等一系列特色主题酒店,与“夜游三江”项目相呼应,让游客留得住住得好。依托景区毗邻中心城区的地理优势,建成张公桥美食街、嘉兴路美食街、嘉州长卷、上中顺等特色美食街区,打造包含苏稽、牛华、西坝等美食小镇在内的“美食游”旅游线路,展现乐山“名食”名片。

(二)抓好“国内联盟+国际合作”,巩固提升“朋友圈”。积极参与泛珠三角区域、大峨眉旅游营销联盟、“成绵乐高铁”旅游联盟以及浙江四市的旅游互动合作,加快形成资源共享、客源互换、互利共赢的“三位一体”区域协同发展新格局。深化与成都、武隆、大足等地的旅游营销宣传合作,向重庆等地市民推出大幅度优惠政策,加快融入成渝地区双城经济圈建设。持续深化与奥地利达赫斯坦—萨尔茨卡默古特、英国巨人之路、尼泊尔蓝毗尼圣园、柬埔寨吴哥窟等国际友好景区的交流合作,开展赠送“微缩版”大佛雕像等友好交往工作,通过交流整合力量,全力带活景区旅游。

(三)依托“主流媒体+新兴平台”,持续提升“美誉度”。与各级主流媒体广泛开展合作,景区知名度得到极大提升,今年5月2日更是三度登上央视节目。持续推进景区“两微一官”改版升级,组建了摄影摄像、宣传报道、网红大咖等人才资源库,助力景区宣传营销。借力四川省文化和旅游发展大会、四川国际旅游交易博览会等会展平台,精心策划宣传营销活动,不断拓展潜在客源市场。

今年是“十四五”规划的开局之年,也是大佛景区扩容提质阶段性交卷之年。景区将不忘初心、牢记使命,全面推动巴蜀文化旅游走廊世界重要旅游目的地“核心区”建设,为建设大美乐山、保护宏伟大佛不懈奋斗。

(作者单位:乐山大佛景区)