

□ 李道今

城市更新,是将不适应现代化城市社会、经济、生态、文化发展的地区作必要且有计划的改建,通过对衰败的城市硬件以及生态、空间、文化、视觉、生活环境的改造,使之重新发展和繁荣。国家“十四五”规划明确提出实施“城市更新行动”后,今年以来,各地已着力部署推进相关工作。旅游业涉及面广、关联度高、渗透性强,推进旅游业态及要素有机植入城市更新体系,不仅能够提升城市更新的内涵、形态与品质,也可以为旅游业开辟新的发展赛道。

按照住房和城乡建设部防止大拆大建要求,结合北京、上海、成都等地实践,城市更新对象主要包括:老旧平房院落、老旧小区等居住空间;老旧低效楼宇、老旧小区设施等商务商业空间;老旧厂房、低效工业园区等工业空间;老旧商业街、老街旧街等街区空间;老旧市政基础设施、公共服务设施等公共设施;绿色空间、滨水空间等公共空间。此外,各地城市更新中均注重建筑遗产、文化遗迹资源的保护与利用。结合城市更新中各类空间的资源特征、改造功能,旅游业可全方位、全要素、全体系植入其中。

一、景区景点化的建筑遗产空间保护利用

建筑遗产与文化遗迹具有历史、人文、艺术、科学等多重价值属性,具备观赏游憩、文化体验、科普教育等多重功能,本身就是打造旅游景观的独特、优质载体。在城市更新中,通过引入多元主体,在进行高水平、高质量的建筑遗产、文化遗迹保护修缮后,往往将打造成为具有历史人文特色的旅游景区景点作为其活化利用的主要方向。

从各地城市更新实践看,将建筑遗产打造为旅游景区景点也是各地的普遍选择。如上海积极探索城市有机更新的理念和方法,推动城市功能升级、空间品质提升和历史文脉传承的有机结合,完成了陈望道旧居修缮、上海总商会旧址保护修缮、徐家汇天主教堂修缮等一批建筑遗产保护利用示范项目,并相应培育一批新的旅游景区景点。北京市西城区集中开展文物建筑腾退工作,并相应进行加固修缮,通过创新保护利用模式,打造出歙县会馆、晋江会馆、梨园公会、钱业同业公会等一批文化旅游景点。

借鉴上海、北京等城市经验,各地在推进城市更新中涉及建筑遗产和文化遗迹保护利用的项目建设中,可积

□ 黄晓东

2015年京张携手成功获得2022年冬奥会举办权以来,河北省张家口市深入贯彻落实习近平总书记“努力交出冬奥会筹办和本地发展两份优异答卷”等系列重要指示精神,凝心聚力、担当实干,高质量完成了各项筹办任务。冬奥会和冬残奥会分别于2月20日和3月13日完美闭幕,国内外媒体、宾客高度评价,引起国际社会强烈反响。为切实交好“本地发展优异答卷”,加快推动全市文化和旅游在后冬奥时期能够继续快速发展,围绕“探索冬奥经济活力新模式新路径,打造文旅高质量发展新业态新高地”主题,我们进行了认真调查研究和深入思考。

一、从全球视野出发,看冬奥工程对举办城市的影响

从全球视野来看,冬奥会对举办城市发展均会产生较大影响,美国盐湖城、意大利都灵、加拿大温哥华、俄罗斯索契、韩国平昌等举办地,冬奥会后文化和旅游业均实现了跨越发展,成为重要旅游度假区,游客大幅增加。日本北海道更是借第11届冬奥会之势成为世界级旅游目的地,Makom-anai公园以及大仓山观景点、宫之森跳台滑雪场等奥运遗产,成为文化和旅游发展的重要坐标。但部分举办地冬奥会后也存在一些问题,比如有的城市为筹办冬奥会新建场馆较多,在赛后缺乏市场化的商业运作,需要当地政府每年投入不菲的场馆维护费。

二、从本地发展出发,看冬奥会筹办以来崇礼发生的巨变

冬奥会成功申办后,崇礼区成为全国乃至世界的焦点,知名度显著提升。借势冬奥会,崇礼由一个山区小镇蜕变为国际舞台上的特色小城。

(一)崇礼区旅游业实现快速发展。从全年旅游数据来看,接待游客由2015年的277万人次,增长到2019年的442.7万人次,旅游收入由19.6亿元,增长到33.3亿元。2020年因新冠肺炎疫情影响,旅游业出现了下滑,但跌幅较小。从雪季旅游来看,旅游人次由2015—2016雪季的218.5万人次增长到2018—2019雪季的286.1万人

旅游业如何在城市更新中布局新赛道

旅游业涉及面广、关联度高、渗透性强,推进旅游业态及要素有机植入城市更新体系,不仅能够提升城市更新的内涵、形态与品质,也可以为旅游业开辟新的发展赛道。

兴、优质的服务供给;打造一批具有休闲体验特色的商务楼宇,提升商务楼宇人文环境,推动商务楼宇升级增效。

四、文创园区化的老旧工厂改造

随着全国城市化进程的演进,各城市中心城区纷纷开启“退二进三”模式,大量老旧工业厂房及工业园区面临去工业化的功能转型。具有良好区位优势、成本优势、流量优势、要素优势、综合环境优势的老旧厂房及工业园区,纷纷将兼容旅游休闲功能的文创园区作为其改造后转型发展的方向,或通过工业旅游、特色小镇、休闲综合体、城市阳台等形式,改造为具有一定旅游休闲服务功能、文创赋能的现代服务业集聚园区、科创园区等,打造一批具有一定旅游休闲服务功能的现代服务业集聚园区、科创园区等,提升城市发展的魅力与活力。

三、休闲体验化的商业商务空间改造

受电商竞争、购物消费习惯改变、商业模式转变等多重因素影响,传统销售型商业本身已经逐步向体验性、休闲性商业转型,成为泛旅游行业的特色业态。城市更新中老旧商业空间改造后仍作为商业空间运营的,其空间改造一般也会结合体验性、休闲性商业发展的趋势,在提升商业空间品质与环境的基础上,植入适宜的休闲体验、文化娱乐等服务业态。近年来,在城市老旧商务楼宇更新改造中,理念与模式逐渐转变,有关方面通过改造提升载体品质,对标现代产业发展 and 生态圈建设,注重引入酒店、轻餐饮、文化、健身等休闲业态,赋予老旧楼宇创新的功能,满足办公人群休闲、服务需求,让楼宇经济更具人气与活力。

从各地城市更新实践看,老旧商场改造为休闲综合体的案例比比皆是,如北京老牌的王府井百货大楼确定向市民、游客、贵宾(要客)服务转型的思路,在2020年完成更新改造后,引入大量休闲、娱乐业态,已变为消费休闲综合体,成为市民休闲目的地。各地对老旧楼宇改造引进休闲业态的探索逐步增加,如武汉市在推进武商广场写字楼改造中,见缝插针“铺绿”,在写字楼顶设计建设了一座“空中花园”,在钢筋水泥的写字楼宇空间显得格外有生机,成为市民休闲的新领地。

结合老旧商业设施及商务楼宇更新改造的休闲体验化趋势,在城市更新中,各地应加强支持与引导,推进休闲体验业态融入老旧商业设施与低效楼宇改造,打造一批凸显休闲体验功能的商业消费综合体,积极培育购物旅游、旅游购物、休闲商业以及体验式商业业态,成为城市泛旅游产业中新

借助冬奥会影响力 交出张家口文旅发展优异答卷

达到了世界卫生组织Ⅱ阶段标准。

(五)城乡面貌大幅提升。2016年以来,实施主城区13个区域棚户区 and 121个老旧小区改造,新建、改建市政道路26条、桥梁6座、公共和临时停车场15座。冬奥主题公园、太子城体育公园、太子城遗址公园对外开放,华侨冰雪博物馆、庆典广场建设完成,成为集文化、休闲、运动于一体的城市会客厅。推进全域农村人居环境整治,实施了垃圾污水处理、“厕所革命”、道路硬化、文化长廊建设等一批基础设施和公共服务提升工程,乡村面貌发生了翻天覆地的变化,以全省第一的好成绩获评“河北省文明城区”。

三、从后冬奥发展出发,对张家口市文旅发展的思考

张家口市文化和旅游工作既面临后冬奥可持续发展机遇,又面临疫情反复持续影响旅游市场、酒店业后续发展存在较大压力、冰雪旅游客源市场方度仍然不高、多业态产业项目不足、旅游人才队伍建设有待加强等挑战。我们要借助冬奥会影响力,积极面对机遇和挑战,准确把握新形势新要求,大力构建文旅发展新格局。

(一)聚焦聚力崇礼发展,打造文旅发展新高地。崇礼是冬奥会重要举办地,具有较好的文旅发展基础,筹办过程中基础设施已实现大幅完善,而且拥有如意等奥运遗产以及七大滑雪场、高铁和各类档次酒店,具备打造成国际冰雪运动和旅游目的地地的条件和潜力,要统筹力量,打造崇礼发展引爆点,带动全市文旅整体发展。在统筹机制上,整合各级各部门资源和力量,建立协调机制,在谋划项目等方面,给予崇礼一定倾斜,支持崇礼发展。在政策支持上,研究出台支持崇礼发展的扶持政策,财政给予一定支持,激发崇礼发展活力。在规范发展上,以崇礼为试点,制定出台餐饮、住宿、景区等各类服务规范,打造崇礼旅游优质服务示范区。待较为成熟后,在全市推广,提升全市旅游服务水平。

(二)推动产业结构调整,打造文旅发展新业态。充分发挥冰雪资源、

文化资源、生态资源、区位优势等优势,利用云顶滑雪公园、国家越野滑雪中心、国家跳台滑雪中心等奥运遗产和冬奥影响力,加快冬奥文化、冰雪运动、户外运动休闲、会议会展、文化创意等旅游业态发展,开发系列冬奥文化旅游产品,举办国内外高级别赛事和群众冰雪活动,培育全球跑跑、摇滚乐疯跑、自行车赛事、电子竞技等户外品牌活动,努力打造综合性会展产业集群和文化创意基地,形成多业态、全时节的文旅发展格局。

(三)引进新企业新项目,打造文旅发展新引擎。紧抓建设京张体育文化旅游带重要机遇,加大招商引资力度。制定并不断完善产业地图、招商地图、投资考察线路图、平台载体导引图、产业用地供应图和投资合作机会图,精心谋划引进一批一流的企业和品牌,打造一批精品文旅项目,补足业态不丰富短板。同时,不断优化营商环境,推行投资项目承诺制和招商项目“服务专员”,对重点签约项目建立台账清单,确保签约项目能够及时落地,尽快运营。

(四)加强宣传推广力度,打造文旅发展新品牌。冬奥会成功举办,崇礼向世界展示了极好的形象,为运动员和嘉宾留下了深刻印象,国际影响力显著提升。要持续放大冬奥效应,实施后奥运营销战略,通过集中策划、集中宣传、集中组织,打造“冬奥品牌”。举办国际重大赛事,树立国际知名的冰雪运动和冰雪旅游胜地的城市形象,大力培育“冰雪胜地”品牌。深度挖掘长城国家文化公园、民俗文化、太子城遗址等历史遗产价值,打造历史文化品牌。依托良好的生态环境和深厚的历史文化底蕴,持续办好各类论坛和会展,打造高端会展品牌。同时,高度重视新媒体的作用,打造专业化、年轻化的新媒体营销团队,强化宣传营销水平,全面提升品牌影响力和知名度。

(五)提升服务能力,打造文旅发展新动能。加强旅游基础设施建设,完善旅游景区厕所、观景台和栈道等设施,建设慢行道、驿站、营地、标识和景观绿化组成的绿道体系,全域合理

原土地权利类型使用土地的5年过渡期政策,制定完善相关规划、土地、资金政策体系等,支持有实力、有品牌、有专业的文旅企业,结合不同老旧工业厂房、老旧工业园区项目特征,周边资源条件及配套资源,区域发展规划等,就地取材、因势利导、量体裁衣,做好设计、规划、建设与运营,打造一批兼容旅游休闲功能的特色文创园区,力争成为区域文旅休闲新地标;培育一批具有一定旅游休闲服务功能的现代服务业集聚园区、科创园区等,提升城市发展的魅力与活力。

五、旅游景区化的老旧街区改造

城市中的老旧街区往往具有独特的文化内涵、建筑资源、人文环境及地方特色业态等。通过深入挖掘文化及资源潜力,加以匠心的设计与改造,不论是历史文化街区、老旧商业街区还是老旧街巷、老旧社区片区等,均具有打造成旅游景区的潜力,既可以有效改善老旧街区、片区原有的居住、文化、商业等环境品质,也有利于形成旅游服务的特色供给,让城市留下记忆,让人们记住乡愁。

从各地城市更新实践看,旅游景区化的老旧街区、片区改造已成为各地普遍的选择。如成都市的宽窄巷子,由宽巷子、窄巷子、井巷子平行排列组成,全是成都遗留下来的较成规模的清朝古街道,通过持续的更新改造,已逐步形成了“一巷一主题、一院一景”形态与业态融合布局,成为驰名中外的旅游景区。再如近两年重庆市南岸区南坪街道正街社区,通过城市更新打造出“超级80街”,吸引络绎不绝的游客前往打卡,老旧社区变成新风景,成为重庆文旅新地标。

结合旅游景区化的老旧街区改造趋势,各地还需因势利导,坚持因地制宜,做到精准施策,有效解决各类引进主体与街区原住民、原产权单位等主体的复杂需求,保持社会稳定。在此基础上,坚持以人为本,保护优先,把握改造重点,植入现代生活方式,注重历史传承,做好特色风貌保护,兼顾完善功能和传承历史;积极调动居民、原产权单位以及特色餐饮、购物、住宿、

休闲、娱乐、文化等旅游服务主体的参与意愿,形成改造发展合力;注重改造、建设、运营、管理模式创新,实现建管并重,做好长效管理运营,打造一批具有历史记忆、时代风貌、区域特色的城市旅游景区。

六、全域旅游化的城市环境改造

发展全域旅游既是城市高质量发展的表征,也是一种重要手段。通过统一规划布局、推进产业融合、强化共建共享、加强综合管理、实施系统营销等手段,实现其旅游发展的全域化、旅游供给的品质化、旅游治理的规范化和旅游效益的最大化。在城市进入到更新阶段,创造性地将全域旅游的理念与目标全面融入市政设施、公共设施、绿色空间、滨水空间等城市环境改造,既可以全面提升城市综合环境品质,也可以为城市全域旅游发展培育核心引擎及强大支撑。

从各地城市更新实践看,各地已经开始了全域旅游化的城市综合环境改造探索。杭州市在持续的城市更新中,以全域旅游化的城市综合环境改造理念,加大投资力度进行了几大综合保护工程项目,把西湖、西溪、运河、钱塘江、市区河道沿岸的美景串珠成链;对柳浪闻莺公园、长桥公园等几大公园进行资源整合;改造杨公堤“里六桥”“卧龙桥”、北山路等设施景观,打造出以京杭大运河、三江之路、临安山水和千岛湖等为主题的自驾游经典线路;增加城市绿地公园、休闲广场等公共休闲空间的供给,加快环湖、环江、环河、环溪等绿道骑游圈、休闲带、步行廊道、生态慢游系统等休闲区块的建设和提升。经过20多年的持续更新改造及城市开发建设统筹,杭州市已整体打造成了一个超级景区。

在涉及城市综合环境改造中,各地还需创新城市更新理念与手段,加强统一规划及政策引导,围绕全域旅游的全空间、全产业、全要素、全过程、全营销等体系,将旅游业态及要素全面融入老旧市政设施、公共服务设施改造及绿色空间、滨水空间等城市综合环境改造,打造一批承载旅游休闲服务功能的网红路、网红桥、休闲公园绿地以及网红图书馆、网红文化中心等城市综合环境改造项目,既满足当地群众日常生活需求,又满足游客游览服务需要,打造全域旅游发展的新格局。

(作者单位:投资北京国际有限公司研究中心)

引进旅游服务人才,提升接待服务能力。同时,吸收国际和国内知名旅游专家,建立旅游发展智库,为旅游业发展提供高起点、国际化智力支撑。

(七)强化文旅市场监管,打造文旅发展新形象。建立健全质量管理体系,坚持标准引领,通过市场手段,逐渐整合淘汰不规范旅行社等企业。强化旅游市场监管,严厉打击无资质、超范围、欺行霸市等违法违规行为,净化旅游消费市场,维护良好的市场秩序。加强旅游行业诚信教育和诚信文化建设,保护旅游消费者合法权益,健全完善投诉受理机制和从业人员“黑名单”制度,营造诚信和谱放心的旅游环境。同时,严格落实市委构建绿色产业体系总体要求,坚决杜绝旅游资源的破坏性开发、过度开发以及污染环境、破坏生态等问题,确保后冬奥可持续发展战略落地落实。

(作者单位:河北省张家口市文化广电和旅游局)

新疆克拉玛依市特色旅游产品亮相2022中国国际旅游交易会

用新疆克拉玛依市独山子区泥火山灰制成的面膜,用紫砂粘土矿烧制的紫砂壶,依托独库公路红色文化制作的创意纪念章……7月22日至24日,来自新疆克拉玛依市的25种旅游产品亮相在昆明举办的2022年中国国际旅游交易会。

克拉玛依市文化体育广播电视和旅游局携克拉玛依市文化旅游协会、各区文体旅游主管部门及3家重点文化和旅游企业参会。“独库礼物”“玛依姑娘”“克拉玛依紫砂”等一批克拉玛依特色文旅商品也在展会集中展示。

展会期间,来自新疆文化和旅游系统的4位“网红”局长助力克拉玛依市文化和旅游企业销售文创产品、旅游纪念品。克拉玛依展位相关负责人、新疆天骄文旅发展有限责任公司经理同毓拿起展位上的展品,介绍商品的制作原料、过程和功能。

“通过‘网红’局长组团直播等

(王超)