

以新质生产力推动京张体育文化旅游带建设

□ 冯 瑀

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而来的先进生产力。对旅游业高质量发展而言,激发新质生产力的关键在于因地制宜、因势利导,要在充分发挥比较优势的基础上找寻提升全要素生产率的最优路径。京张体育文化旅游带是区域协同发展和“旅游+”融合发展的典型。《京张体育文化旅游带建设规划》正式出台后,以文化、旅游、体育等产业的多元融合为主要抓手,京张文旅资源与体育资源交融互促,数字技术创新与商业模式创新深度耦合,区域发展战略目标与人民美好生活需要贯通一致。随着北京冬奥会后遗产开发与利用工作的纵深推进,如何加快形成新质生产力,成为推动京张体育文化旅游带高质量发展的内在要求和重要着力点。

产业融合是加快形成新质生产力的重要方式

今年3月,习近平总书记在参加十四届全国人大二次会议江苏代表团审议时强调,要牢牢把握高质量发展这个首要任务,因地制宜发展新质生产力。从新质生产力的学理内涵来看,创新不单是科技创新、管理创新、制度创新,也包含了发展思路、发展战略、发展方式的创新。对京张体育文化旅游带建设而言,文旅和体育行业本身即具有产业链上下游丰富、综合带动能力强的优势。通过产业融合发展,进一步活化利用区域内的赛事场馆资源、群众体育资源、自然景观资源和人文旅游资源,在生产要素优化组合中实现产业发展的质变提升,是加快形成新质生产力的可行路径。

首先,技术和产品创新构成产业融合的基础要件。新质生产力本质上来源于科技革命和产业变革引发的生产

要素质变,具有鲜明的创新驱动特性。例如,依托全球独创的结构转换和控温技术,“水冰转换”使国家游泳中心得以实现四季开放,为场馆的差异化产品供给创造了条件。京张体育文化旅游带建设过程中涌现出的技术和产品创新,对全国冰雪产业发展而言,发挥着“辐射带”和“增长极”的作用。数据显示,截至2023年底,我国冰雪运动相关注册企业有1.1万余家,且2023年新增注册企业相较2022年同比上涨40.4%,构成了文旅与体育产业融合发展的基础支撑。技术和产品创新引领的产业融合进程能够更好地满足文化、旅游、体育等市场的新兴需求,是推动京张体育文化旅游带沿线产业转型升级的必由之路。

其次,资源和业态创新激发产业融合的终端效能。借助京张高铁、京礼高速等便利化交通,北京冬奥场馆遗产和赛区资源与京张沿线大众冰雪设施、体育场馆、自然和人文旅游资源加速融合,赛事、场馆、景区等产业资源整合配置衍生出冰雪赛事旅游、冬奥研学巡礼等商业模式创新,“赛训展演游学闲健”的多业态贯通格局初具规模。立足京张体育文化旅游带品牌优势,资源和业态创新加快形成新质生产力,显著转化为市场和消费终端的积极效能,并有效带动全国冬季旅游休闲活动和冰雪消费发展。据统计,2023—2024冰雪季,北京市累计接待人数约400万人次、门票营业收入超4.7亿元,分别同比增长92.3%、46.9%;张家口市崇礼区共接待游客443.61万人次,其中滑雪场进场数据超396万人次,实现旅游综合收入52.69亿元。

最后,制度和治理创新提供产业融合的根本保障。新质生产力的加快形成,除依靠技术、产品和商业模式等内生突破外,还要构筑与之相适应的新型生产关系,从而突破卡点、疏通堵点、连

接断点,确保生产要素流向与效率提升路径相吻合。具体而言,要推进文旅体产业深度融合,必然涉及生产要素管理与市场开发利用之间的关系。这就需要从制度和治理创新的角度厘清权责边界,充分发挥市场主体参与产业融合的决定性作用,同时更好发挥公共部门在京张体育文化旅游带规划布局、宣传推介、环境营造、重大事件引领等方面的治理作用,为通过产业融合加快形成新质生产力提供坚强的制度保障。

以产业融合推动京张体育文化旅游带建设

产业融合是加快形成新质生产力的重要方式。要推动京张体育文化旅游带高质量发展,须在顶层设计上加强促进产业融合的战略规划,在资源开发上实现产业融合的优势整合,在市场培育上孵化产业融合的多元主体,在制度保障上推进产业融合的治理体系和治理能力现代化。

一是要强化产业融合的战略引领。加强相关统计监测和数据分析工作,科学评估《京张体育文化旅游带建设规划》落实效果,梳理研判京张体育文化旅游带功能定位、资源布局、建设现状及阶段性工作要点。依托文化、旅游、体育等事业发展重点任务和“十五五”规划前期研究,统筹考虑冬奥遗产“一馆一策、一赛区一方案”、国家文化公园建设、国家级旅游休闲街区发展等产业融合关键议题,从而更好发挥顶层设计对于京张体育文化旅游带建设的战略规划和实践引领作用。

二是要整合产业融合的优势资源。京张体育文化旅游带的核心优势在于,人类历史和奥林匹克文明史上首座“双奥之城”的品牌名片,为历史悠久、底蕴厚重、景色宜人的京张全域旅游创新赋能。在建设过程中应深度整

合沿线奥运场馆、冰雪场地、工业遗产、长城古迹、绿水青山等丰富资源,通过“双奥”辉煌印记和首都家国情怀为京张地区高质量发展注入动力与活力,形成更加有利于文旅体产业融合发展的经济和人文环境。

三是要培育产业融合的市场主体。在宏观层面,京张两地需打通上下游产业链,构建市场主体积极参与的一体化合作机制,可考虑组建形式和主题多样的产业联盟、品牌集群、孵化基地等实体化或半实体化组织,为产业融合发展最大凝聚聚力。在微观层面,需着力提升企业的规模经济水平与产业集中度,打造一批产品和服务质量过硬、市场竞争力强的“独角兽”集团,藉此引导和支持不同规模的经营主体有机协作。在此基础上进一步发挥行业协会商会、民办非企业单位等多元化市场主体力量,协调和带动更高品质、更具效率、更深层次的产业融合发展。

四是要推动产业融合的治理创新。旅游和体育业态融合的时空特性决定了在重大体育赛事或节庆活动期间,客流波动使公共治理体系和目的地承载能力面临严峻考验。有鉴于此,应着力推动技术装备保障能力、突发事件应变能力以及综合处置能力的专业化和品质化。考虑在京张体育文化旅游带范围内建设全域一体化的信息共享平台,确保交通集散中心、游客服务点位、标识引导系统等公共资源供给实现量的提升和质的改善,以治理创新压实“管行业必须管安全”的主体责任。

(注:本文系2022年北京市社会科学基金决策咨询项目“京张体育文化旅游带建设研究”[22]JC064]的研究成果。)

(作者单位:北京市冬奥文化与冰雪运动发展研究基地)

多方协力 丰富农耕文化旅游产品供给

□ 李 维

新感受到与土地的连接。

目前,农耕文化旅游产品主要包括供城市居民休闲娱乐的专业农场和农家民宿、供城市青少年开展农业常识教育和劳作体验的研学基地、供城市老年人安度晚年的田园康养项目。其中,专业农场和农家民宿通过农作物种植管理的现场实践与农业习俗礼仪的直观体验,让游客在短暂的观光或住宿过程中感受农耕文化的魅力。然而,目前大部分农场和农家主要宣传农作物的生长、收割与加工等,对农耕文化的挖掘、展示尚不充分。田园康养的需求者为老年人,老年人是诸多疾病的易感人群和高危易发人群,而我国农村医疗资源相对短缺,制约了田园康养项目的发展。研学旅游主要面对城

市青少年,通过插秧、收割等体验,孩子们近距离接触自然,亲身感受农业劳作的辛苦,学习农业知识与技术。近年来,农耕文化研学旅游发展迅速,孩子们走入田野、贴近自然、感受农村,研学基地成为农耕文化宣传的重要窗口,今后还应结合农耕文化开发更多适合青少年的研学产品。

丰富农耕文化旅游产品供给,还需政府、村两委、企业和农户的通力合作。其一,政府作为公共产品的供给者,应加强农耕文化的收集、整理与再现。例如,通过节日、庆典等礼仪表演,传播地域特色鲜明的农耕文化,提升农耕文化旅游的软实力;通过保护农业遗址遗迹,建立农耕博物馆、主题公园等,形成农耕文化的“打卡地”,提

升农耕文化旅游的硬实力;通过提升农村卫生室医疗服务能力,为田园康养项目发展提供保障。其二,村两委应做好规划与管理工作。一方面协同政府与企业方根据村落资源条件确定农耕文化旅游的发展模式与行动方案,另一方面确保市场规范有序。其三,企业作为农耕文化旅游产品的提供方和实际运营方,要分析消费者的偏好,设计适宜的产品,与村两委制定详细的实施方案。其四,农户要做好农耕文化的宣传员,通过解说农耕历史、讲述农业生产小故事、展示农闲时的户外活动、讲解当地的风景名胜等,使农耕文化融入乡村旅游各环节之中,让游客在放松身心的同时,沉浸式感受农耕文化。

(作者单位:中共江西省委党校)

文旅网红变长红的路径探讨

□ 张 瑶

文旅产业高质量发展,不仅有利于满足人民群众日益增长的旅游休闲需求,也有利于激发文旅消费潜能,为区域经济发展注入新动能。近年来,在推进文旅产业发展过程中,淄博烧烤、哈尔滨冰雪游、天水麻辣烫等火爆出圈的现象受到广泛关注。在全面提振消费、加强文旅新供给的背景下,应充分挖掘各地文旅出圈的核心基因,推动文旅产业高质量发展,带动区域“软”“硬”实力双提升。

解读文旅出圈的内在逻辑

城市文旅频出圈是文旅产业发展的创新突破,梳理这些网红现象,可以发现其中的内在逻辑。

一是挖掘资源禀赋,打造地方文旅品牌。如,哈尔滨将冰雪资源转变为发展优势,倾力打造具有东北民俗风情和冰雪文化特色的冰雪旅游超级IP,发展冰雪经济,做大做强“冰雪+”产业链,切实将“冷资源”变成“热经济”。

二是强化游客思维,打造全链条周期服务链。以游客思维换位思考,积极回应市场变化和游客需求,不断丰富文旅产品供给和内涵,提质升级“吃住行游购娱”全链条全周期配套服务,以热情、善意、周到、细致的服务为游客提供情绪价值。

三是多元主体协同,打造全民参与、全城协同“暖环境”。坚持政府、市场、社会协同发力、良性互动,通过政府

对花式内卷热潮的冷思考

这些城市爆火后,各地文旅开启“疯卷”模式。“卷”是一种态度,更重要的是要“卷”出特色、效益。值得注意的是,在花式内卷热潮中,一些地方反向出圈、用力过猛、卷错赛道。文旅产业发展需要积极行动,也需要理性思考,尤其要警惕以下几种倾向。

第一,警惕一味追求“眼球”效应导致反向出圈。卷文旅不是卷花式营销,更不是卷低俗营销,要警惕“流量至上”,过度的宣介和花式“整活儿”很容易让人产生审美疲劳,没有道德底线和违背公序良俗的低俗营销以及不符合实际情况的夸大营销反而会适得其反。文旅发展不能为了出圈而出圈,拿捏好营销分寸和尺度至关重要。

第二,警惕一味追求网红效应导致用力过猛。发展网红经济本身并没有错,但是如果过度追求网红打卡点和流

找准推动文旅发展的着力点

今年的《政府工作报告》提出,“着力扩大国内需求”“促进消费稳定增长”“积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点”。在大力扩内需促消费背景下,以文旅新供给激发消费新动能正当其时,要找准推动文旅产业发展的着力点。

一是强特色,因地制宜推动文旅产业发展。各地的山水人文资源禀赋不同,决定了发展的重点和路径也不同,要坚持因地制宜,特色发展。在可持续发展的原则下,深入挖掘地方特色资源,提高自然风光、历史古迹、地方民俗、传统村落等特色资源的开发利用,做大做强做优地方特色文旅,以“文旅+”带动全产业链发展,打造区域旅游品牌。

二是强内核,坚持硬设施和软服务双向驱动。做好文旅这篇文章,重视外

苏州河是上海的母亲河,集聚近现代工业文明遗迹与红色文化印记,哺育着上海人民,培植着上海文化,繁荣着上海经济,孕育了上海近现代城市的雏形,已经成为上海城市精神和文化的主要符号。

2020年,苏州河中心城区42公里岸线基本实现贯通,苏州河两岸成为市民休闲游憩的好去处和游客拍照的“打卡点”。《上海苏州河旅游发展总体方案(2022—2025年)》提出,至2025年底,将苏州河建成“串珠成链”的都市滨水旅游目的地、绽放上海美好生活的“城市秀带”、彰显中华文化软实力的“中国窗口”,成为展示社会主义现代化国际大都市的重要“窗口”和彰显城市国际风范、东方神韵的著名旅游目的地。因此,“水岸联动、以岸托水”“国际标准,卓越品质”,成为建设苏州河岸游憩空间、提升游憩体系品质的共识。

资源禀赋与特质

苏州河流经虹口区、黄浦区、静安区、普陀区、长宁区、嘉定区、闵行区、青浦区8个行政区。总体可以分为东段、中段和西段,其中东段(江宁路桥—外白渡桥)以商业、商务、金融、文化、旅游等核心功能为主,融合居住生活功能,是苏州河文化风貌标志性区段;中段(江宁路桥—外环高速)以居住生活功能为主,混合部分商务、文化、教育、创新等公共功能,拥有公园绿地、文化设施、历史建筑等游憩资源;西段(外环高速—沈海高速)融入文化、科创、游憩等多元功能,具有城市与自然郊野风光交融的空间特点。

苏州河中心城段河道宽度为50—60米,外环以外最宽约120米,河道弯曲多,形态轮廓线层次丰富,视觉效果独特,表现出“河窄、湾紧、桥多、楼密、路近”等空间特点。尽管建设空间局促,但尺度相对亲切宜人,城市界面贴近水岸、两岸空间联系密切。苏州河独特的连续河湾,配以河道宽度和两岸建筑形成的空间尺度,形成独特的景观。

苏州河两岸历史文化资源丰富,包括历史公共建筑、工业遗存、历史公园、高等院校、里弄住宅等多种形态,且集中在普陀、静安等区域,呈现东密西疏的空间特点。资源共涉及历史文化风貌区2片,即外滩历史风貌区和愚园路历史文化风貌区;历史风貌街坊42处,以传统里弄街区为主要代表;各类优秀历史建筑(历史桥梁)150余处,以公共建筑、居住建筑、工业建筑为主要代表;工业遗产71处,涵盖多种工业门类,以仓库、轻纺、仓栈为主要类型。除此之外,还有非物质文化遗产和人文故事等其他历史文化资源。苏州河两岸资源体现了上海一个较长时间段内的城市建设和演进,可较为完整地反映出城市的建设过程和历史沿革。

开发中存在的问题

一是水域资源游憩潜力巨大但尚未充分利用。苏州河具备建设水上游憩功能的良好条件。目前水上游览体系初步形成,但船只供不应求,码头及游船班次需要增加,水上游览产品、线路、整体谋划亟待跟上;水上赛事活动广受市民游客欢迎,但类型不够多样,无面向公众开放的日常水上休闲活动,水上游憩活动有待拓展。

二是历史资源的活化与文脉彰显不够。历史要素淹没在城市中未能充分展示,如四行仓库周边区域、普陀区的红色资源、工业遗产等需进一步整合提升,增强展示度;历史建筑未能充分利用,如上海啤酒厂、福新面粉厂等历史建筑尚未活化利用;资源利用率不高,功能较为静态,应注入一定更具公共性的活动功能。此外,沿岸现有文化和旅游设施规模小能级低。开放空间综合利用程度低,仅有外滩源、天安千树、万象天地、创享塔等少量商业休闲空间,无法支撑滨水空间贯通后的公共体验需求。

三是文体旅活动的影响力和丰富度不足。2021年12月上海市体育局对外发布了“上海赛事”品牌认定体系,分为“P”级(顶级赛事)、“H”级(标志性赛事)、“D”级(培育型赛事)3类。苏州河沿岸区域目前开展的15个节庆赛事活动,只有上海赛艇公开赛和上海10公里精英赛两项赛事入选“D”级;其他节庆赛事活动知名度不高,多以官方主导,活动频率低,类型不够丰富,总体影响力有限。同时,缺少点面结合、多场景、多活动、多人群的文旅融合大型活动策划,缺少日常休闲活动植入。

苏州河岸游憩体系品质提升策略

□ 张 晨

品质提升策略

一是打造苏州河微旅行线路,串珠成链擦亮苏州河名片。挖掘利用文旅资源,开发特色CityWalk微旅行线路,使游客可以更接地气地认知苏州河历史风貌,更真实地了解上海人文风情。可在已有线路的基础上,开发如下主题线路。“漫步四行·传承红色经典”线路(3km):衍庆里—1908粮仓—九子公园—福新面粉厂—四行仓库抗战纪念馆;“梦回上海滩·海派文化体验”线路(1km):上海总商会—河滨大楼—上海邮政博物馆—光陆大楼—原新天安堂—原划船俱乐部;“赤色沪西·寻觅工人运动”线路(3km):沪西工人文化宫—江宁路桥—上海造币博物馆—上海纺织博物馆—顾正红纪念馆;“寻访苏河·探访工业文明”线路(3km):M50创意园—天安千树—梦清园环保主题公园—苏州河工业文明展示馆—创享塔。

二是水岸联动,突出水上观光和岸上体验结合。2022年底开放的“悠游苏州河”水上巴士航线受到热捧,但这种水上巴士类似观光船,缺少交通功能。在英国,泰晤士河上的水上巴士可以停靠泰晤士河沿岸的24个码头,提供定期航班,途中自由下船,欣赏沿途景点。上海可以借鉴泰晤士水上巴士,赋予苏州河水上巴士交通功能,使其真正成为水上的巴士,进行常态化运营。在此基础上策划不同类型航线,将水上观光与岸上体验结合,满足市民游客休闲度假、城市观光、娱乐体验等需求。

三是合理布局码头,打造“目的地型”的码头游憩区域。首先,统筹规划,合理布局游船码头。苏州河现有游船码头6处(开通运营的5处),在建2处。建议增加游船码头,使码头密度适应文旅资源分布,城市中心的码头间距可保持在0.5km—2km之间,城市外围的码头间隔距离可以大一些。其次,以码头为节点,打造游憩区域。可从商旅文融合、城市功能提升的角度出发,将原来以上下客交通功能为主的码头转变为具有游憩功能的空间节点,并根据码头所在区域特点形成差异化的特色主题,最终以码头为核心,联动周边园区、楼宇、商户、公园等文旅体资源,建成目的地型综合性码头区域。

四是策划水岸文体旅活动,提升苏州河滨水区知名度和影响力。整合各区资源,结合公共设施、历史建筑和户外空间引入更多贴近日常生活的文体旅活动。其一,体育活动。在现已开展的上海10公里精英赛、上海赛艇公开赛等赛事活动的基础上,策划户外定向赛、水上瑜伽等。其二,民俗活动。依托春节、元宵、端午、中秋等传统节日,做好苏州河桥梁、沿岸区域亮化美化,培育赛龙舟、灯会、非遗手作集市等特色民俗主题活动。其三,文化演艺活动。如结合普陀岸线公园举办水岸艺术邀请展,结合长宁临空音乐公园举办国际草地音乐节,结合黄浦、静安等区的文化设施举办苏州河戏剧节。其四,节庆活动。依托上海旅游节平台,引进培育大型国际赛事和综合性文化旅节节庆活动。其五,日常休闲活动。开展苏河文化探访、滨水文化创意集市、灯船夜游、休闲划船等活动。

(作者单位:上海师范大学旅游学院)