

爱我中华 走进长三角

高质量、新发展、新变化,谁不忆江南?

“我欲倒骑玉龙背,峰巅群鹤共翩翩。”四百多年前,伟大的旅行家徐霞客一生行程十万里,足迹遍及江南及21个省,他撰写的60万字的地理名著《徐霞客游记》,不仅对地理学有重大贡献,还有很高的文学价值,被称赞为“世间真文字、大文字、奇文字”。徐霞客出生在江苏,成名在上海,出游在浙江,游历最多的地方是安徽,而今天,江沪浙皖长三角一体化发展上升为国家战略,同时“江南游圣”徐霞客所讲述的江南文化已经成为长三角地区共同的文化资源和精神家园。

长三角区域是我国经济发展最具活力的区域之一。2019年,长三角地区生产总值合计23.7万亿元,约占全国的23.9%。长三角地区5A级景区数量占全国比重超过五分之一;星级饭店占全国比重超过16%;浙沪苏皖旅游收入总和占到全国旅游总收入的一半以上,占全球近9%,万亿市场潜力巨大。

近日,“爱我中华:长三角新发展 新变化”大型采风活动启动仪式在江苏南京举行,邀请媒体、作家采风长三角,共同搭建长三角城市群与全球的合作交流桥梁,同时全面展示长三角地区文旅融合与产业升级、科技创新的丰硕成果,记录经济、文化、社会、民生的蝶变进程。

目前,长三角地区已成为全国经济最为发达、文化产业最为繁荣的区域之一。这个区域具有共同的江南文化属性和特征,扎根于中华优秀传统文化沃土土壤的江南文化,使长三角的城市有着区别于其他地区的文化特质,这不仅有力地推动了当地文化产业发展,还为长三角更高质量一体化发展提供了文化支撑。

本次活动,感谢上海烟草集团有限责任公司的大力支持。



传统文化与创新IP时空融合

在长三角,江南文化与旅游始终相伴相生,如影随形,我们在长三角找不到一个不叫作“江南”的城市,但是几乎每一位国人的心里都有一个“江南”。如今的江南,不仅有小桥流水、杏花春雨,还有全球规模最大的影视拍摄基地。不仅有粉墙黛瓦、吴侬软语,还有常州中华恐龙园、杭州Hello Kitty主题公园等特色IP。江南文化的共通性及文化旅游资源的富集性,为长三角区域文旅深度融合发展奠定了良好的基础,遵循“创造性转化、创新性发展”的原则,专家、学者们对江南古城、古镇、运河、园林、戏曲等丰富多彩的传统江南文化景观及资源用文化展示、旅游传播+互联网新媒体的理念和方式加以创新表达,打造出了饱含江南文化意蕴的长三角经典文化旅游产品体系。

时尚文化与红色文化基因融合

长三角地区具有众多的现代都市时尚文化资源,如演艺、设计、赛事、游戏、购物等。近年来持续开发了国际性、前沿性的现代都市文化旅游产品族群,为长三角文旅深度融合奠定坚实的基础。长三角地区既具有现代都市时尚文化魅力,同时又蕴含深厚的红色文化基因。从党的诞生地、红船精神、革命老区、淮海战役精神,到苏南模式、温州模式、互联网大会、特色小镇、美丽乡村、两山理论、自贸试验区,从党的初心与使命,到改革开放排头兵、创新发展先行者以及勇立潮头新精神,长三角地区始终彰显着强烈的时代精神和引领价值,是坚定“四个自信”的重要支撑。这些时尚文化资源和红色文化基因并重发展,以文化旅游深度融合发展的方式加以传承和弘扬,形成了当代长三角文化旅游的鲜明标识。

体制机制与旅游产品地域融合

在上海,以重大项目为载体,从深化长三角合作体制机制、建设长三角一体化旅游示范区、打造文化旅游精品、提升区域文化协同发展能级等方面,推进长三角地区文化旅游一体化发展。上海具有注重生态旅游资源

开发,突出都市环境下的生态旅游特色,40条文旅融合精品路线,串起上海了16个区的主要文化旅游资源。

在江苏,专门对江南文化的深厚底蕴和当代价值进行深入研究,为长三角一体化提供文化标识、传统根源与精神凝聚力。不断加强江南水乡传统文化和自然风貌保护,弘扬古镇文化,推动环太湖古镇群文化休闲和旅游资源开发,推进大运河文化带建设,传承两汉文化,让“水韵江苏”成为长三角的亮丽名片。同时,江苏着力打造高水平服务业集聚区,以苏州市吴江区作为长三角生态绿色一体化发展示范区,形成了涵盖“吃住行游购娱”的全域旅游体系,积极打造“慢生活”旅游新模式。

在浙江,围绕文化旅游、数字经济、基础设施等领域实施了近200个重大项目,投资额1万多亿元。以湖州吴兴西塞山旅游度假区“乡村文旅创客基地”为起点推动“文旅融合”“乡村振兴”战略实施,探索构建中国乡村特色的美好生活新模式。推出“美丽乡村”等一揽子政策,坚持生态文明理念,优化生态资源开发格局。近年来,浙江不断在各地推出特色文化品牌,成为吸引年轻游客到访的新元素。不论是《印象·西湖雨》《宋城千古情》等旅游演艺,还是乌镇戏剧节、西塘汉服文化周等文化活动,都吸引了许多年轻游客前往体验,感受浙江风景与文化的交融。

在安徽,深入推进皖西大别山革命老区、皖南国际文化旅游示范区等“一圈五区”发展新格局建设。积极打造绿色发展样板区,着力推进皖南国际文化旅游示范区、合肥都市圈休闲旅游区、大别山自然生态旅游区、皖北文化生态旅游区“四大板块”特色发展,深度开发红色、生态、文化等旅游资源,打造了长三角高品质红色旅游示范基地和康养基地。安徽正全面推动“旅游+生态化”建设,同时,在传统热门景点黄山风景区之外,找到新的旅游增长点。宏村与西递两个古镇,一跃成为新晋网红。宏村作为《卧虎藏龙》《苏乞儿》等著名影视剧取景地,被众多游客熟知。当地的徽派建筑、私家园林保存完整,向游客讲述了原汁原味的徽派山水与文化。

江南文化与全球文化市场融合

长三角地区是中国出境游人数

最集中的地区,有最大的出入境口岸和邮轮港。长三角地区与伦敦、巴黎、东京、纽约等国际城市对标,加强对境外游客的营销,提升入境游人数,挖掘深度旅游、高品质旅游的开发。除了游客走进来,长三角也正在着力引进一批独具特色的文创企业和项目。去年底召开的第二届长三角文博会汇聚了来自15个国家和2个地区,包括美国、英国、德国、意大利、韩国、日本、泰国、印度、新加坡、南非等参展商带来的文化交流盛宴,展现了上海作为改革开放前沿,联通世界的“大平台”作用。上海将引入海内外约80余家文化授权开发企业和机构,形成从IP授权到衍生市场开发、从内容创意到跨界联动的全产业链模式,促进中国优秀的IP进入世界市场,也让世界上更多的优质IP进入中国市场。江南文化正逐步从地方性文化走向全球性文化,同时又从全球性文化走向地方性文化。

疫情防控与高质量发展“危”“机”融合

随着我国进入新冠肺炎疫情常态化防控阶段,在各地做好安全防护措施前提下,生态旅游由于亲近自然、放松身心的性质受到越来越多游客的喜爱。而长三角地区由于交通便利、地缘相近、人缘相亲,彼此之间更是互动频繁。在疫情防控中,危中寻机、化危为机。长三角地区统筹推进常态化疫情防控和文旅发展,深化高水平融合,不断培育文旅高质量发展新增长点,持续培育线上线下融合新机制,强化高效能治理,打造出文旅智慧监管新常态,努力提升文旅行业对疫情防控的贡献度、文旅消费对经济发展的贡献度、文旅融合对人民美好生活的贡献度。

结束语

未来长三角将建设“旅游共同体”,构建长三角世界旅游目的地体系。以创新的资源观重新审视、挖掘区域内各类生态旅游资源价值,尤其是依托在世界层面具有高度影响力的生态旅游自然和人文资源,打造“长三角生态旅游品牌共同体”,创新江南文化品牌,以更国际化的形象迎客全球,打造全国性的生态旅游一体化发展示范区。

