



文旅双向融合 共绘全域旅游大美东兴

巴蜀文化旅游走廊“百城行”走进内江东兴区

华西都市报-封面新闻记者 黄晓庆

立秋之后,天气转凉,商业街区熙熙攘攘,公园绿道鸟语花香,乡间田野丰收在望,一切都是那么美好。

8月11日,由华西都市报、封面新闻策划发起的巴蜀文化旅游走廊“百城行”大型采访活动走进内江市东兴区,这里是国画大师张大千、新闻巨子范长江的故乡,也是“中国天冬之乡”、省级乡村旅游示范区,拥有深厚的文化底蕴和丰富的旅游资源。

近年来,内江市东兴区文化旅游发展以“巴蜀画廊·甜美东兴”为主题,着力打造国际知名的“大千文化旅游目的地”,以文塑旅、以旅彰文,加快把文旅产业培育成为全区经济社会发展支撑产业,满足人民日益增长的美好生活需要。

发展乡村旅游

范长江文化旅游园区是典范

8月11日上午,记者来到位于东兴区田家镇的范长江文化旅游园区。一个60亩的葡萄基地中,美人指、紫甜、黑加仑等品种的葡萄挂满枝头,散发着香甜的味道。当地村民叶开芳像往年一样,购买了40斤葡萄回家,打算酿酒。据了解,由于受疫情影响,前来采摘的游客并不多,葡萄主要通过批发销往周边城市。

作为国家4A级景区,范长江文化旅游



内江东兴老街。

园区是“文农旅”融合的一个典范,园区集“红色教育、文化博览、田园风光、农耕体验”于一体。新闻巨子范长江故居、内江市廉洁教育中心、四川省级农业主题公园长江田园以及千亩樱花桃花等特色旅游资源坐落其中,年接待游客80万人次以上。

沿着长江大道进入城区范围,塔吊林立,高楼崛起,车来人往,无不彰显着东兴新城的活力。而在沱江河边东渡码头,一栋栋仿古串架结构的建筑让人眼前一亮。沿着阶梯而上,高大精致的石牌坊后面就是东兴老街。老街内不仅有餐馆、日杂百货铺,还有独具特色的非遗展示、川剧坐唱,每到节假日,大戏台就会上演一出出好戏,呈现出现代城市中少有的民俗文化景观。

实施文化强区

加强同川南渝西的交流合作

7月28日,东兴区第八次党代会明确提出实施文化强区,依托省道426线,建设田园休闲廊道,联合巴蜀文化旅游走廊的重要节点和景区,形成连接成渝的旅游廊道。

东兴区文旅局负责人介绍,东兴区积极参与巴蜀文化旅游走廊建设规划编制,搭建平台,加强同川南渝西的交流合作,尤其是荣昌。今年4月14日,荣昌旅游宣传“大篷车”开进了东兴区大佛寺广场,“内荣”携手共同举行了文化旅游宣传推广活动。下一步,东兴区将大力实施共建巴蜀文化旅游走廊行动计划,拓宽宣传渠道,积极策划开展系列文旅宣传活动,以

“四个一”思路推广展示东兴形象,即:拍摄一部东兴形象宣传片,设计一个文旅宣传Logo,编撰一套文旅宣传资料,创作一批文艺精品,全方位讲好东兴故事。

推进文旅融合

挖掘文化资源打造精品线路

对于文旅融合,东兴区文旅局负责人有着自己的见解。他认为,要遵循新的发展理念和“宜融则融,能融尽融,以文促旅,以旅彰文”的工作思路,积极探索文旅融合发展新途径,建立文旅融合发展新格局。例如花萼湿地公园在建设园林景观的同时,充分发掘花萼村独特的历史人文元素,在公园内打造仿古建筑花萼楼、状元亭、文化广场等。

“十四五”期间,东兴区将依托万达·内江文旅城等重点项目,重点打造范长江新闻文化旅游度假区、长江森林公园康养旅游区、万达文化旅游区、樾木文化旅游区,打造一批具有东兴特色的文化旅游热点。挖掘区域内红色革命文化、大千文化、范长江文化、民俗文化等特色文化资源,培育长江红色文化旅游—东乡农民运动红色旅游环线。培育文旅优秀企业、艺术团等文旅经济主体,打造区域精品文化旅游线路。全力构建一户一处景、一村一幅画、一镇一天地、一城一风光的全域旅游大美东兴新格局,努力实现文旅融合高质量发展的目标。

场景实验室创始人吴声： 中国是数字经济最丰沛的“场景实验场” 数字时代市井运动将重塑日常半径

8月15日,场景实验室创始人吴声在“新物种爆炸·吴声商业方法发布2021”上提到,越来越多小酒馆、夜市、大排档商业形态背后,是“数字化茶馆”“数字化驿站”“数字化田间地头”的烟火气重塑,消失的“附近”被数字化激活。同时他围绕新消费、数字生活、AI进化等角度提出了2021商业趋势预测。



吴声进行“AI是解决方案”新物种预测。

数字生活的演进诞生了新的场景需求,商家对用户的要求不仅是打卡,更是制造沉浸感氛围引导消费,而氛围力的关键是产品力。商业场景下到家和到店的场景开发,都在传达精致和美好的生活提案,今天的商业需要成为引领这种幸福力感受的目的地。

吴声认为“消失的附近”正在被数字化激活,茶馆等传统消费场景在数字化包装下呈现出了新的活力。从中可以窥见2021商业目的地的新趋势:首先,数字生活品质的评价标准在变化,到家幸福指数与数字能源分布,正日益成为生活品质评价标准。吴声举例,盒区房、电区房等“X区房”,正成为关于居住生活品质的衡量标准。尽管“房住不炒”,但微小的定价变化,仍是由类似上门配送便利性和充电网络分布决定的。

新消费的可动产时代,大众一边移



场景实验室创始人吴声。

动一边生活。吴声认为,不动产时代过去了,大众正进入“可动产时代”。山系生活、户外共享逐渐成为主流,移动本身就是生活,需要“第X空间”的解决方案,最重要的“可动产”是人自身。

中国是数字经济最丰沛的“场景实验场”,源自数字用户的规模之大、数字生活方式的渗透之快。基于数字技术的发展现状,吴声还预测:数字时尚呈现可持续发展态势,数字身份美学体系正在塑造全新个性符号。他认为,不同的场景、不同的平台、不同的ID,每个人都需要更恰如其分的身份系统和数字搭配,企业需要更清晰去理解数字身份

的意义,以场景为互联能力,系统解决具体问题。

本次预测吴声还关注到了数字生活下的节能减排。他从AI驱动的碳足迹规划角度提出,从企业战略要素到个体记录,越来越成为每个人的生活场景,在未来碳中和和碳达峰已经不只是社会责任、企业战略的大背景,更是每个人生活的新课题。他预测,未来碳记录会成为如同睡眠监测、体脂记录、热量摄入一样的生活习惯,也会是AI更为具体的应用场景。

华西都市报-封面新闻记者 孟梅 张越熙