

赓续历史文脉 凝心聚力打造“锦绣太原”文旅品牌

康 惠

党的二十大报告指出：“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”

文化是一个国家、一个民族的灵魂。党的二十大报告指出：“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”2023年山西省政府工作报告中明确提出“加强文化资源保护传承，创新文化服务供给”的要求。太原市坚决贯彻落实省委、省政府决策部署，连续出台促进文旅产业发展的优惠政策，着力打造“锦绣太原”文化旅游品牌。

探寻三晋文脉 感受历史底蕴

打造“锦绣太原”文旅品牌，根本立足点在于根植两千五百多年古老晋阳的历史基因和太原独特地域文化特色。

从文旅产业的市场环境上看，在现代旅游业和历史文化融合的进程中，旅游者前往历史悠久地区游览的主要目的是为了了解当地历史生活风俗、参与历史文化活动，深入感受历史人文生态环境。三晋古迹赋予了太原钟灵毓秀的城市气质，绵长古韵赋予了太原厚重博大的城市文化底蕴，无数历史故事丰富了太原的城市文化宝库，太原历史文化积淀丰厚、多元文化融合共生，形成了丰富多样的非物质文化遗产资源。

目前，太原市拥有国家级非遗代表性项目18项、省级6项、市级160项、县级433项；国家级非遗代表性项目代表性传承人11人、省级65人、市级136人、县级286人。无论是面对国内文旅市场，还是将“锦绣太原”的文旅品牌推广到国外，都应利用好这一基础资源，将非遗文化、民间艺术、传统人文等内容融入到游客参与感受的游览项目中。

以砖雕、风火流星、太原剪纸、清徐酿醋技艺等为代表的技艺类非物质文化遗产是对外展示民族文化的重要窗口，文化传承者是文化传承的主体，是非物质文化遗产的守护者和传递者。在打造知名文旅品牌的进程中，一是推进非物质文化遗产传承人的培养工程，积极营造传承和保护非物质文化遗产传承人的良好社会氛围；二是利用现代科技手段集中学习培训，打造一批制作民族手工艺品或传播非遗文化的“网红”直播账号，发扬和传承传

统文化精髓，进一步丰富和拓展民族文化的内涵；三是增强太原本土文化传承的区域性链接，将传统文化与现代生活结合起来，激发当地年轻人的创新创造活力，形成内外循环，促进非遗文化走向国门，走向世界。

赓续红色血脉 传承晋商文化

打造“锦绣太原”文旅品牌，发力点之一在于将红色资源与晋商文化相结合，形成互相影响互相支撑的特色文旅路线。

山西红色文化厚重辉煌，其中太原红色文化在全省乃至全国红色文化中具有举足轻重的历史地位。红色文化和晋商文化共同组成了太原敢为人先、勇搏激流的城市文化，这样的文化底蕴在新时代背景下展露出新魅力。

目前，红色革命路线与晋商文化路线是太原市文旅产业的两条主要特色文旅路线。基于市场需求，“双线结合”宜细化，一方面，要将红色革命故事与晋商大院、晋商历史古迹相结合，将古代晋商“激流勇进”的精神与近代中华民族自强的革命精神串连成一条完整的历史脉络，重点突出中华民族历史传承不绝、一脉相承的精神内核，打造特色IP，使两线文旅资源形成联动，以品牌效应扩大其影响力和感召力，有机串联全市景区景点，形成全域旅游“一张网”；另一方面，市文旅部门要牵头规划好省内外乃至国内外的宣传推介，组织代表性“双线”品牌积极参加国内旅游博览会和国际旅游博览会，不断扩大影响力。

同时，文旅部门宜推出一个文旅资源展示平台，让“双线”项目、资本和人才有效合理配置，动员专业机构、专业人才广泛参与，有计划、分批次地邀请竞争力和经营能力较强的文化产业经营企业参与对外宣传，重点引进外部有实力、懂运营、具有旅游和文创理念的市场运营团队加入太原市文旅产业，鼓励有实力、有眼光的企业家通过直接投资项目、设立基金、参股经营等方式，参与太原市文化旅游资源开发，让各路英才为山西文化旅游产业发展增光添彩，为山西文化旅游转型升级汇智聚力。

把握市场先机 夯实文旅基石

打造“锦绣太原”文旅品牌，创新点之一是聚焦文旅康养产业，使文旅康养产业成为消费新蓝海，增长新动力。

太原市气候清凉、海拔适中，饮食丰富多样、医疗资源丰富，拥有发展康养产业的独特优势，前景广阔。我们要坚持文化、旅游、康养、文旅与康养融合，加快把文旅康养产业打造成为战略性支柱产业。

一是要聚焦文旅康养产业。省市县同频共振，进一

步凝聚推动高质量发展的共识与合力，加快把资源优势转化为具有竞争力的产业优势、发展优势，在引进和培育一批优质康养企业的同时，稳步推进康养小镇、康养社区建设。在康养小镇、康养社区的建设过程中，一方面从整体上要充分考虑市场需求，要满足游客对自然环境的要求，更要将周边配套基础设施和交通便捷程度作为重点建设板块，在自然环境适宜的地段，不同风格的民宿建筑群与周边山水风光高度融合，形成有机整体和宜居、宜游、宜养生态综合体；另一方面在单个社区或小镇的建设中，尝试“生态人居+田园生活+文旅康养+医养结合+农耕文化+研学教育+文化创意+智慧物联”的文旅康养新模式，不同项目要有不同的主打特色，实现“一区一品”，避免高度重叠性导致的资源浪费，从而助推太原市文旅康养品牌的新突破。

二是要推进文旅市场主体提升。持续激发市场主体活力，拉动文旅康养消费实现惠民惠企。一方面要全力优化“吃、住、行、游、购、娱”六要素，加快建设一批与康养项目配套的旅游休闲街区、夜间文化和旅游消费集聚区、美食街区、风味特色街区，在康养项目周边，大力发展民宿、主题酒店、露营地、汽车旅馆等住宿新业态，吸引文旅康养的短期消费群体，留住文旅康养的中长期消费群体，强化重点康养项目提质升级、业态布局，拓展康养文旅产业经济贡献空间；另一方面要大力发展流量经济，通过线上线下等多种方式拓宽宣传传播渠道，构建以旅居养老为特色、以医养结合为保障的全方位、全周期、全产业链的“1+N”康养产业体系，以“基地+社区+旅居”康养产业助力太原国际化文旅康养名片的形成。

太原市在全省文旅发展大局中挑大梁、作示范，锚定打造国际知名文化旅游目的地目标，深入挖掘三晋文化内涵，要加大对文旅全行业发展的扶持奖励力度，为全市文旅行业提供最有力量、最高效的支持和服务，不断厚植文旅产业高质量发展沃土，推动“锦绣太原”文化旅游品牌建设。

(作者单位：太原社会科学院)



图片来源于网络

党的自我革命永远在路上

左 莉

全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴，关键在党。习近平总书记在党的二十大报告中强调：“党找到了自我革命这一跳出治乱兴衰历史周期率的第二个答案”。我们党之所以伟大，不在于不犯错误，而在于从不讳疾忌医，敢于直面问题，勇于自我革命。党的自我革命，根本意义在于“敢于刀刃向内，敢于刮骨疗毒，敢于壮士断腕，防止祸起萧墙”，解决好自身存在的问题。

深入把握“两个答案”

十年前，党的十八大刚刚闭幕，习近平总书记在同中外记者见面时就深刻指出，人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。新形势下，我们党内在存在着亟待解决的问题，全党必须警醒起来，打铁还需自身硬。

执政是一把双刃剑，执好政使我们党更加健康地发展。但是执政是掌握权力，有一些人拿到权力之后就变质了、变色了、变味儿了，不再是原来那个样子了，把共产党的理想、信念、追求给丢掉了。这种情况下怎么办？一个先进的政党、一个合格的马克思主义政党就要敢于刀刃向内，刮骨疗毒，敢于向自身存在的毒瘤下手，然后实现自我革命、自我更新。第一个答案强调的是人民的监督，第二个答案强调的是自我监督、自我革命。一个是由外向内的外在监督，一个是由内向外的自我监督，内与外结合起来，这就是总书记讲的保证我们党不变质、不变色、不变味。这“两个答案”从人民和党自身的双重角度，形成一个权力监督制约的完整闭环，为我们党成功跳出历史周期率提供了最有力的支撑。

时刻牢记“三个务必”

从“两个务必”到“三个务必”，是党跨越70多年时空的对话，变的是数字，不变的是中国共产党遵循的宗旨、优良的作风以及一脉相承的自觉和清醒。一方面，“务必使同志们继续地保持谦虚、谨慎、不骄、不躁的作风，务必使同志们继续地保持艰苦奋斗的作风”，是对我们党的政治本色和优良传统的传承；另一方面，“务必不忘初心、牢记使命，务必谦虚谨慎、艰苦奋斗，务必敢于斗争、善于斗争”则立足新的历史方位和新的使命任务，集中体现了新时代新征程更新、更高标准的政治要求。

以习近平同志为核心的党中央，在新时代探索出依靠党的自我革命跳出治乱兴衰历史周期率的成功路径，以前所未有的勇气和“十年磨一剑”的定力打

党的自我革命永远在路上



图片来源于网络

出了一套自我革命的“组合拳”，刹住了一些多年未刹住的歪风邪气，解决了许多长期没有解决的顽瘴痼疾，赢得了全党高度团结统一、走在时代前列、带领人民实现中华民族伟大复兴的历史主动。

始终坚持人民至上

党的二十大报告指出：“必须坚持人民至上”，要实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益，紧紧抓住人民最关心最直接最现实的利益问题。整治群众身边腐败和不正当之风，是我们党践行以人民为中心的发展思想的实际行动。“老虎”露头就要打，“苍蝇”乱飞也要打，坚决纠正漠视群众利益的各类问题。

党的十八大以来，全国纪检监察机关共查处涉及教育医疗、养老社保、行政执法等民生领域的腐败和作风问题65万多件，让群众切身感受到全面从严治党就在身边、正风肃纪反腐就在身边。人民群众满意度明显提高。调查显示，97.4%的群众认为全面从严治党卓有成效，这个数字比2012年提高了22.4%。99%的群众认为，党中央正风肃纪反腐的举措，体现了我们党彻底的自我革命精神。

全面从严治党永远在路上，党的自我革命永远在路上。全党必须始终高度警醒，永远保持赶考的清醒和谨慎，一刻不停推进全面从严治党，进一步健全全面从严治党体系，使百年大党在自我革命中不断焕发蓬勃生机，始终成为中国人民最可靠、最坚强的主心骨。

(作者单位：太原市讲师团)

为育龄家庭减压 期待更多硬核举措

为规范发展多种形式的托育服务，国家卫生健康委人口家庭司近日发布《家庭托育点管理办法(试行)(征求意见稿)》，向社会公开征求意见。其中拟提出，家庭托育点是指利用住宅，为3岁以下婴幼儿提供全日托、半日托、计时托、临时托等托育服务的场所。

时下，大多数幼儿园只接收年满3岁的幼儿入园，因此，从孩子出生到3岁这期间的看护问题如何解决，一直困扰着许多双职工家庭。2019年，国务院办公厅印发《关于促进3岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》，鼓励各地规范发展多种形式的婴幼儿照护服务机构，明确要加强婴幼儿照护服务专业化、规范化建设。作为托育服务的形式之一，家庭托育点其实在不少地方存在，但往往存在开办资质不足、托育质量参差不齐的问题，有的甚至存在卫生、安全等隐患，这让很多家长不敢、不愿将孩子送入其中。

在这一背景下，上述征求意见稿的公布有望让家庭托育点的建设有章可循、有规可依，有助于推动家庭托育点补上短板，在托育支持体系中发挥更大效能。

随着生育政策的不断优化，生育焦虑成为一些人群的热点话题。女职工是否会因怀孕、生娃遭遇职场歧视；复工后可能面临产间哺乳与孩子日常看护问题……能否顺利跨过类似的在孩子生育、养育、教育路上的沟沟坎坎，关乎年轻人切实的生育意愿。只有切实满足育龄群体现实、迫切的需求，努力提供高质量的生育、养育、教育服务，才能真正给予育龄群体有意愿生、有能力养的底气，全方位构建起生育友好型社会。

值得欣慰的是，在各界疏解生育焦虑的呼声下，更大范围和力度的生育支持政策、举措正在出现。比如，从2022年起，我国已将3岁以下婴幼儿照护纳入个税专项附加扣除；北京、广东等地明确鼓励支持有条件的幼儿园开设托班，招收2-3岁的幼儿；多地教育部门组织开展课后服务、寒暑假托管等，疏解双职工家庭看护孩子的后顾之忧，等等。

在刚刚结束的全国两会上，诸如“取消生育支持政策的户籍限制”“将辅助生殖医疗全面纳入社保”“生育登记取消结婚限制”等一系列建议，直指相关现实痛点，亟待相关部门在积极调研研判的基础上，尽快给予回应、解决。对于育龄人群而言，生育窗口期、养育关键期就那么几年，他们等不及、等不起。在生育养育之路上，如果不能切实降低成本、减轻压力，他们的选择和体验或许不容乐观。

提供高质量的生育养育教育服务，是人口问题、教育问题，更是社会问题。集多方之智、探可行之法，期待着看到更多为育龄家庭疏解焦虑、减轻压力的硬核举措，让更多年轻人在生育养育教育之路上收获幸福感，形成敢生、能养、优育的良性循环。

(据《工人日报》)

观点摘编

借「影视+文旅」助力以文兴城

宋 鹏 伟

2023年太原市政府工作报告指出，太原要以文旅融合为路径，建设国际知名文化旅游目的地。文化是城市的灵魂，是太原的比较优势。要以文兴城、以文塑城，积极创建国家全域旅游示范区，全面提升城市软实力。

人们常说，“地上文物看山西”，作为拥有2500多年建城史的省会太原，如何充分发挥自身比较优势，引领山西的文旅产业发展驶入快车道？

今年春节，电影《满江红》大火，票房如今已经突破45亿元，在中国电影票房总榜上排名第六。作为取景地，太原古县城也跟着火了一把，表此打卡的游客不在少数。值得注意的是，另有几处取景地的旅游热度并不亚于太原，如杭州岳王庙、宁波岳王庙和岳飞故里——河南安阳市汤阴县。电影热映期间，“景区游客排队打泰拳”“4天3万人打卡西湖边岳庙”“杭州岳王庙岳飞背后字是尽忠报国”等一系列话题走热，起到了极大的宣传效果。岳飞故里汤阴县还推出旅游福利——熟练背诵《满江红》的游客，可免费游览岳飞庙景区，引发广泛关注。同时，汤阴县还借此东风主办了岳飞文化节，并推出动漫IP形象及诸多周边产品。

好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一。取景地常常跟随影视作品的走红而成为焦点，如《狂飙》里的江门、《隐秘的角落》里的湛江，这些地方走红，归根结底在于影视作品的“灵魂”烙上了鲜明的地方文化印记，吸引游客沉浸其中体验一把，以代表性文化元素带动地域文化升级。简言之，影视的核心是故事和人物，如《满江红》的核心是家国情怀和岳飞，若想在影视作品带动旅游发展，仅满足于“在此取景”是远远不够的。

以影视IP带动文旅融合方面的成功案例就在山西。在晋中，一部《大红灯笼高高挂》让外国人知道了乔家大院，一部《乔家大院》让中国人知道了晋商传奇。2006年，45集电视剧《乔家大院》春节期间在央视一套黄金时段热播后，以乔家大院为代表的晋商旅游再次迎来了井喷式的发展机遇。当年“五一”黄金周期间，乔家大院单日接待人次突破8万，几乎达到接待上限，门票收入较前一年同期增长了3倍。即使到现在，外地游客来山西旅游时，乔家大院往往也是必去的打卡景点。正是有了这样的成功探索，祖先留给我们的文化财富才会在当下焕发活力，进而让旅游经济迅速成为当地支柱产业。

方法简单，并不容易。时至今日，已经有越来越多的地方意识到了“做强IP带动文旅发展”的重要性，但如何找到文化旅游更好的结合方式才是关键，也是最大的难点。这要自上而下地谋划，也需要自下而上地挖掘。譬如在杭州，为了加快推进文旅融合IP工程，当地通过创建评审，公布了第一批文化和旅游IP培育名单，予以更好地保护和扶持。在其背后，是一套对文旅IP的科学评价体系，包括独特性、应用性、价值性和传播性等四个指标，还包括由其细分出的13个二级评价指标。以此类推，太原历史悠久，旅游资源丰富，“水灌晋阳”“三家分晋”“太原山佛骨回归”等内容完全可以挖掘出更多引人入胜又“有处可寻”的故事，从而实现IP化。

近年来，经济学界逐渐形成一种共识，认为中国经济的工业化阶段基本完成，逐渐向后工业化阶段过渡。而后工业社会的一大特点，就是人们三分之一的时间和消费会用于休闲度假旅游。显然，这是一片蓝海，亦是明珠，更是必争之地。我们应当打好这张牌，利用好太原文旅资源丰富这一优势，推动文旅融合驶入快车道，驶向蓝海。

“单元长”给力 基层治理有力

王 桂 娟

社区是城市社会治理的基础单元。党的二十大报告提出，要完善社会治理体系，健全共建共治共享的社会治理制度，提升社会治理效能。这为新时代树立以人民为中心的社会治理理念，建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体提供了基本遵循，指明了行动方向。

近年来，我市各地在基层社会治理工作中，积极探索创新社会治理新模式。万柏林区玉园南社区面向辖区居民招募“单元长”，助力社区治理，是我市引领更多社会力量参与社区治理的又一创新之举。这些立足自身实际的探索，有力地推动了共建共治共享的基层治理格局形成。新时期基层治理的进程，实际上就是如何组织群众、发动群众、依靠群众、服务群众的过程。我们要不断发挥群众主体作用，提升基层治理效能。

要激发居民参与社区治理的热情。社区治理关注的是社区的人和事。激发社区居民参与公共事务的热情，有利于快速解决小事难事，提升居民的认同感和自豪感。通过建立庭院、楼栋、联排住房轮管机制，让居民参与日常治理和监管。开展环境卫生、居民服务大评比，悬挂“流动红旗”等评比措施，有利于营造“自己的事情自己管”的社区氛围。

要创新居民参与社区治理的方式。建立群防群治队伍，组织辖区党员进社区为居民办实事、解难事，组建志愿服务队参与社区治理等，是目前居民参与社区治理的主要方式。要发挥好群众在社区治理中的主体作用，需要不断学习借鉴兄弟省市的先进经验，不断创新居民参与社区治理方式。如，咸阳市秦都区在无物业管理、无主管部门、无人防物防的“三无”小区，通过红色物业孵化等创新办法，提升了基层社会治理水平，就可以借鉴。

要引导更多资源下沉基层。回应不同群体的多元诉求，仅靠社区力量远远不够。这就需要更多有专业知识的人员参与进来，发挥其特长优势，充实社区服务队伍，为居民提供更多精细化服务。太原有的社区联合驻地单位开办平价菜市场，有的社区联合心理咨询师，为青少年提供心理咨询服务，有的社区协同社会力量开展“手拉手助学工程”。引导各类社会资源下沉基层，可以更加有效地解决居民急难愁盼问题。

坚持人民至上，发挥群众主体作用，才能更好地构建共建共治共享的社会治理格局，让人民群众切实感受到公共服务的力度与温度，提升人民群众的获得感和幸福感。

理论学苑

井州论坛