

三项“活化策略”助推太原文旅高质量发展

王 敏

习近平总书记指出，要“让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程”。

“加大文物和文化遗产保护力度，加强城乡建设中历史文化保护传承，建好用好国家文化公园。”“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。”党的二十大报告提出的一系列新思路、新战略、新措施，举旗定向、催人奋进，为新时代推动文化事业高质量发展指明了前进方向。如何传承好历史文化，让文化发展成果真正惠及市民群众，增强文化自信，是我们用心思考、用力解决的问题。实践证明，用好用活三类资源，是推动太原文旅高质量发展的有效策略。

“河系千年，山藏古今，城纳百工，文领三晋。”作为九朝古都，太原荟萃三晋大地之精华，拥有得天独厚的文化优势。近年来，太原坚持以文兴城、以文塑城，深入挖掘优秀传统文化，生动展现厚重的城市底蕴，持续推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展，打造文旅深度融合发展格局，在努力建设国际知名文旅目的地的道路上走出了独具特色的太原路径。

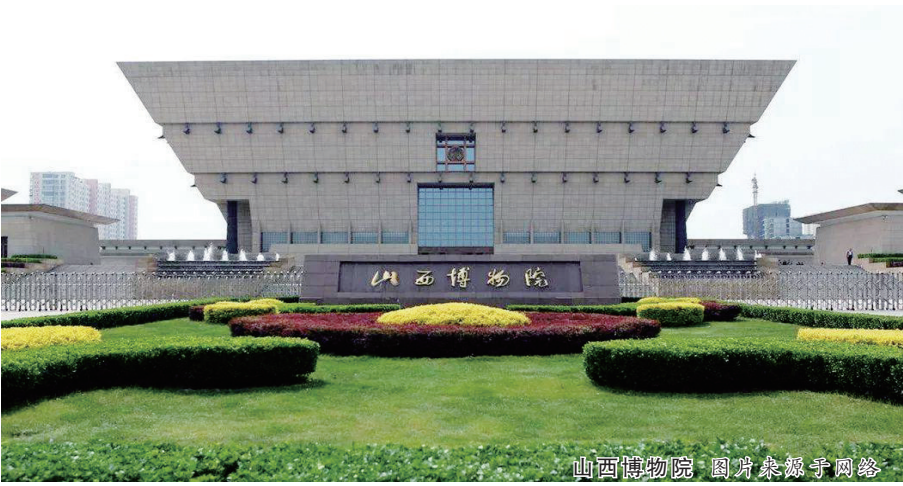
文物活化，打造博物馆之城，传承历史文明

文物是历史的载体，作为文物收藏展示机构的博物馆承担着重现历史、传承文明的重要使命。据统计，太原市现有各类馆藏文物 18198 件（套）、250703 件，其中珍贵文物 3485 件（套），包括一级文物 140 件（套），二级文物 786 件（套），三级文物 2659 件（套）。每件文物都是传承历史的活化石，承载着太原的城市记忆，讲述着太原的悠久历史，体现了太原的文化底蕴。太原市大力推动文物的活化利用，打造博物馆之城。不断加强博物馆的建设，为丰富的文物资源提供展示舞台。依托文物资源优势，大力发展博物馆旅游，打造以晋祠博物馆、太原市博物馆和晋商博物院等文博单位为代表的晋阳文化特色博物馆集群，让一件件文物讲述太原故事，呈现太原历史脉络，让人们在游览漫步中品鉴文物风华、触摸城市肌理、领悟历史文脉，实现文旅深度融合。

推动文物走近百姓，促进文物的活化利用。一方

面不断推出精品文物展，让文物走出去；另一方面，大力推动文物资源与产业资源对接，开发铸刻晋阳文化、太原印记的可看、可听、可吃、可用的“烟火气”文创精品，使之成为“流动的博物馆”，让市民和游客把博物馆带回家，把太原记忆带回家。

融合现代信息科技，推进文博产业数字转型，使文物智起来、活起来，打造互动性体验。2023 年 3 月 21 日，2023 数字文旅品牌创新大会在太原举办，会上发布了山西文旅虚拟星推官“青鸟”，作为文旅行业首个超写实虚拟数字人，“青鸟”是从山西博物院镇馆之宝——“晋侯鸟尊”背上的小鸟幻化而来，未来将继续承担起“信使”的角色，通过全新方式演绎山西文化、讲好山西故事，让更多的人来到山西、体验山西、爱上山西。



山西博物院 图片来源：网络

空间活化，建设历史文化街区，保留城市记忆

历史文化街区是城市记忆物质化的空间载体，集中体现了地区和城市过往的荣光。习近平总书记强调，“要爱惜城市历史文化遗产，在保护中发展、在发展中保护”。近年来，太原市在城市改造与建设中坚持保文化、保历史，注重对历史街巷、街区和城镇格局的原貌开发，保留了太原特有的城市基因。

坚持保风貌、保格局，立足历史片区整体风貌塑造，坚持修旧如旧，让厚重历史文脉和现代都市风貌完美交融。如在修复开发文道巷历史文化街区时，设计开发团队坚持修旧如旧，建新如故，修复了坝陵北街、永兴路两条传统街巷，最大限度地保持了传统街巷的肌理和空间格局。

坚持保内涵、保精髓，深入挖掘太原文化，传承历史文脉，赓续红色血脉，讲好太原故事，增强全市人民的文化自豪感。如小东门街历史文化风貌区，保留了山西国民师范革命活动旧址，并活化利用为山西国民师范旧址革命活动纪念馆，作为全国爱国主义教育示范基地，老街区重新焕发了生机与活力。

坚持保空间、保活力，充分发挥特色文化优势，传承老字号历史文化，发展“文旅+”新业态。太原市在钟楼街的改造升级中，将原有老字号原址回归，让游客与市民在逛老街巷、品老味道、赏老手艺中体验老太原人的生活方式与风土人情。同时，钟楼街还充分挖掘可利用空间资源，构筑公共文化新型空间。如建于清末民初的 120 号院，前身是“兴业钱局”，后成为供销社、医院等。随着钟楼街改造，120 号院变成了钟楼书院，一场场读书沙龙和文化展览在这里举办，以丰富多

元的内容成为了钟楼街的“文化磁石”。

非遗活化，培养非遗传承人，延续文化基因

非物质文化遗产体现了一个国家、民族、地区独特生产生活风俗，蕴含着独特的文化元素，承载着鲜活的民族记忆。随着现代化进程的发展，许多非物质文化遗产后继乏人，传承和发展面临严峻挑战。目前，太原市共有国家级非物质文化遗产代表性项目 18 项、省级非物质文化遗产代表性项目 65 项、市级非物质文化遗产代表性项目 160 项。太原市一直以来都高度重视非遗保护事业，在实现非遗活态传承方面工作成果斐然。

以人为本、活态传承，非物质文化遗产才能世代相传、延绵不绝。近年来，太原市不断加大非遗传承人培养力度。一是对非遗传承人进行认定与奖励。如对认定的国家级非遗传承人给予技艺传承、生活补贴等多方面保障。二是加强非遗传承人后备力量的培养。如先后成立了傅青主健身养生传习所、“民乐台”晋剧艺术传习所等非遗传习机构，开展非遗进校园等活动。“融入生活，沉浸体验”，非物质文化遗产才能广泛传播，重焕生机。太原市不断探索非遗融入现代生活的创新模式，如开通“太原非遗”官方抖音账号，目前为止宣传展示栏目已有 80 余万播放量，取得了良好的传播效果；创建刘家堡、小窑头非遗文旅小镇，吸引非遗项目入驻，让游客沉浸式体验漆器、酿醋、晋绣等非遗工艺，了解非遗、爱上非遗。

习近平总书记在山西考察调研时指出，要“让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程”。太原市不断探索文旅融合路径，通过打造博物馆之城、建设历史文化街区、培养非遗传承人，不断推动文旅资源的活化利用，在推进文旅深度融合、铸就文旅事业新辉煌的路上行稳致远。

（作者单位：山西省社科院）

理论学苑

动真碰硬清除『霸王条款』

马腾飞

从本月起至 7 月 10 日，山西省市场监督管理局面向社会公开征集相关行业领域使用的格式合同中，含有减轻或者免除自身责任、加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的不公平格式条款的相关线索。《（太原日报）6 月 5 日）

当前，“霸王条款”已经渗透到社会的各个行业和领域，不退定金、打折商品概不退换、谢绝自带酒水等糟糕的消费经历不时地出现在我们的生活中。当消费者要求维护自己的权益时，商家又拿出所谓的告知、声明、行业惯例、最终解释权等来搪塞。

“霸王条款”严重侵犯了消费者的知情权和选择权，损害了市场的公平交易原则。《中华人民共和国消费者权益保护法》明确规定，经营者不得以格式合同、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。

近年来，我国针对“霸王条款”采取了一系列措施进行治理和规范，包括加强立法和制度建设，制定更加完善、严格的法律法规，震慑、约束和整治“霸王条款”；加大监管和执法力度，通过对“霸王条款”的追查、打击、处罚，提高违法成本，倒逼商家增强自律意识，让其不敢、不能、不想利用“霸王条款”坑害消费者。

治理“霸王条款”需要全社会的参与。首先，商家要主动去除不合理、不公正的“霸王条款”，在产品品质和服务上下功夫，与消费者形成互信互利的关系，推动消费市场良性发展。其次，消费者要增强维权意识，提高维权能力，遇到“霸王条款”，要坚持权利主张、坚持锱铢必较，查找法律法规，利用各种渠道进行维权，保证自身权益不受侵害。此外，社会组织也要积极参与监督 and 维权，为消费者提供法律咨询和维权服务，促进消费者权益保障工作健康发展。

治理“霸王条款”是一项长期而系统的社会建设工程，在强化立法、加强监管和执法的同时，需要全社会的积极参与，只有多方形成合力，才能清除“霸王条款”，促进市场的健康发展。

太报时评

强基提质增效 提升全民健身水平

为加快推动解决群众“健身去哪儿”的难题，推动构建更高水平的全民健身公共服务体系，近日，国家体育总局办公厅会同国家发展改革委办公厅、财政部办公厅、住房和城乡建设部办公厅、中国人民银行办公厅五部门联合印发《全民健身场地设施提升行动工作方案（2023—2025 年）》（以下简称《工作方案》），启动实施“全民健身场地设施提升行动”。

党的十八大以来，全民健身国家战略深入实施，老百姓身边的健身场地设施逐渐增多，人民群众通过健身促进健康的热情日益高涨。截至 2022 年末，全国共有体育场地 422.7 万个，体育场地面积 37.0 亿平方米，人均体育场地面积 2.62 平方米。相比 2021 年，上述三项数据均有明显增加。然而，“健身去哪儿”依旧是一个问题。这个问题背后，凸显出全民健身场地总量依旧不足、供需不平衡不充分等现实。

此次五部门联合下发的《工作方案》，就聚焦于健身场地和设施的建设和提升。这为各地推进健身场地的科学建设与高效使用，提供了清晰方向。事实上，这也是去年中办、国办印发的《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》的接续和落地。去年“两办”发布的《意见》中，明确提出要优化资源布局，扩大服务供给，让体育健身和运动休闲成为普遍生活方式，使人民身体素质和健康水平居于世界前列。

全民健身场地设施提升，首先需要继续以“健身去

哪儿”为突破口，扩大健身设施增量，提升健身设施质量。过去十年，我国体育健身场地的总量和人均拥有面积，实现了跨越式增长，走出了健身场地和设施不足的困境。未来，各地要严格执行和落实相关政策文件，大力推动健身场地和设施实现从多到好、从有到优的转变。各地要准确理解政策文件，继续科学谋划，合理选址，善用城乡“金角银边”和闲置空间等资源，持续加大体育场地及设施建设，进一步拓展全民健身的空间。

全民健身场地设施提升，除了扩大增量，更要盘活存量，提升健身设施开放服务水平和综合使用效益。大力盘活现有资源，实现优质社会资源共享和基层赛事活动普及。比如，统筹利用各类资金渠道，继续建设便民的公共体育场馆，又比如推动学校运动场、公共足球场对社会开放，实现体育设施资源共享；再比如，鼓励推动更多诸如“村 BA”等群众体育赛事在基层的落地生根，提升全民健身的开放水平和社会效益。

全民健身，利国利民。按照计划，到 2025 年，县乡村三级公共健身设施和“社区 15 分钟健身圈”实现全覆盖。继续对体育场地设施的建设和使用强基提质增效，打通全民健身的“最后一公里”，就一定能推动全民健身迈向更高水平，对接人民群众对新时代健康高品质生活的美好期待。

（据人民网）

快递业务量超 500 亿件背后的变化

国家邮政局监测数据显示，截至 5 月 31 日，今年我国快递业务量已达 500 亿件，比 2019 年达到 500 亿件提前了 155 天，比 2022 年提前了 27 天。

快递行业的增长势头迅猛，说明人们的消费习惯已经改变，网购越来越普遍，基础设施的大规模建设支撑了快递版图扩张。快递量的增长，也是经济运行状态的一个指征。这说明，社会消费仍在保持活力。同时快递量增长也带动了就业，分拣员、快递小哥等从业人数近年来快速增长。

快递行业的发展，带来的不只是数字层面的增长，也包括社会文化的变迁。一个很简单的例子，快递小哥的大量出现，已经改变了城市的人群结构。他们成了街头一景，成了一座城市的“标配”，也构建了新的人际联系，人们或许不认识自己的邻居，但总有个别熟络的快递小哥。也正因为这种联系，社会成员之间有了新的互助意识，快递小哥的生活状态，成了人们观察劳动权益的具象物。这些都在改变人们的认知，人们对市场、法治的理解都因为快递的出现而变得丰满。

快递业发展当然离不开背后的网络电商，快递和电商合在一起，改变了商业文化结构。曾经蔚为大观的“砍价”话术，早已被领券、比价所取代；曾经令人头疼的维权，被一键“差评”实现了简单化；商业文明不再专属

于城市，无论在哪儿，只要快递所及之处，乡村和北上广等一线城市都可以买到同样质地的商品。凡此种种，不一而足，人们的生活方式和思维模式被网购深度雕塑，人们切实感受到了生活在现代社会的尊严感和由契约、规则带来的底气。

商业变迁，一直被视为观察社会形态的窗口。就好像从唐代的东市、西市分立，到宋代汴梁的“无分坊市”是一种进步，商业向社会融入，边界进一步模糊、消失，实现了商业进一步繁荣。网购、快递已经打破时间、空间的限制，人们动手手指，即可以与地球任何角落的人达成一笔合同，商业触角和痕迹无处不在。

当然，网购、快递的发展，也对城市治理思路提出了新的要求。规划气派酷炫的商业 CBD 时，应当考虑同步规划建设建快递站点；规划住宅时，也要考虑快递小哥的需求；满街满巷的快递车，要切实加强交通安全管理。快递既然已经如此普遍，那么由此衍生的一系列社会需求也应当提前布局。

网购、快递已经是在塑造新的社会心态和文化，快递量破 500 亿只是一种指数显示，由此反映出的整体性、全方位变化才更加深远。

（据《光明日报》）

观点摘编

促进便民消费 提高城市“颜值”

薄 鸿



富力城社区幼儿园 图片来源：网络

推动太原“一刻钟便民生活圈”国家试点建设；支持跨境零售进口企业在我省开展零售进口业务，并积极推动太原市钟鼓楼创建国家级示范步行街……近日，省商务厅会同有关部门制定发布《山西省消费品市场体系建设 2023 年行动计划》。（《太原日报》6 月 8 日）

我省发布消费品市场体系建设行动计划，能有效推动太原“一刻钟便民生活圈”国家试点建设。“一刻钟便民生活圈”，是一种新型的社区生活服务形式，目的是给居民提供更加便利的生活体验。该服务通过完善“小需求不出社区，大需求不远离社区”的社区服务体系，让便捷、高效的社区生活成为居民生活的新常态。

近年来，“一刻钟便民生活圈”建设在我市迅速发展，不仅为群众提供了快捷便利的消费体验，也成为打通经济微循环、扩大就业容量重要支撑。“一刻钟便民生活圈”让居民们在家门口感受城市烟火气，提高了居民的获得感、幸福感、安全感。

在传统购物模式中，消费者得不到便利，耗费时间和精力，而“一刻钟便民生活圈”将各类商铺、服务机构进行整合，形成一个能够满足居民日常需求的“一站式”购物体系。商家以此获得更多顾客，增加销量和利润，加速货品流通。居民便利，商家获利，消费升级。

建设“一刻钟便民生活圈”要注意平衡各类服务资源，解决好物流配送和客户服务等问题，避免出现服务滞后的情况。

“一刻钟便民生活圈”激活了消费新动能，让城市更有颜值、更有温度。

并州论坛