

坚定文化自信，建设文化强国

习近平文化思想的重大意义在于：这一重要思想为坚持和发展马克思主义文化理论作出了原创性贡献，有力引领新时代宣传思想文化工作展开一系列变革性实践、实现一系列突破性进展，为新征程上深入推进社会主义文化强国建设提供了科学行动指南。

□胡键 阿丽努尔

坚持文化自信 共建中华民族共有精神家园

要始终在坚定文化自信中来建设文化强国，坚持文化自信，要“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”。

中国是一个文化资源大国，源远流长、底蕴深厚、博大精深的中华文化，不仅是中华民族共有精神家园，而且它也同样滋润了世界其他民族，是世界其他民族的精神养料。但是，文化资源大国并不天然就是文化软实力大国。文化资源要成为文化软实力，还需要有一个转化过程和国家的转化能力。要始终在坚定文化自信中来建设文化强国，坚持文化自信，要“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”。

“各美其美”就是对本民族的传统文

化、民族文化要有一种欣赏态度和传承的责任感、使命

建设文化强国 满足人民精神文化生活需求

中国特色社会主义拥有以前任何社会所没有的全新的核心价值体系，具有先进性、感召力和吸引力。

要以社会主义核心价值观为引领，不断提升全民族的精神素质。在社会主义市场经济条件下，利益多元化、价值多样化的现实中，必须坚持社会的整体利益。维系这个整体利益的关键就是坚持社会主义核心价值观。中华民族必须有一个精神支柱，这个支柱就是社会主义核心价值观。文化的发展总是为建设国家现时代的核心价值体系服务的。中国特色社会主义拥有以前任何社会所没有的全新的核心价值体系，具有先进性、感召力和吸引力。

要不断丰富精神文化产品，满足人民日益增长的精神文化生活需求。要提供健康向上的文化产品，严禁低俗文化产品，大力生产高雅文化产品。同样，文化消费需要加强引导。首先，要培育

积极健康向上的文化消费观念。文化产品的消费必须有利于人们的身体素质、科学文化素质、思想道德心理素质的提高，有利于人的全面发展。其次，倡导合理的文化消费，使文化真正成为我们民族创新力源源不断的源泉。再次，文化消费要嵌入消费者的心灵，并使文化所蕴含的德操、智慧和力量化入消费者的灵魂深处，这样文化才真正发挥其积极效能。文化发展的目的，归根到底是为了提高国民的素质，也是着眼于未来的战略性收益。

要善于吸收优秀文化成果。文化保守性和文化自卑感都会导致历史虚无主义。克服文化自卑感，就要善于吸收世界各国创造的优秀文化成果，以体现当今中国文化所具有的包容性。克服文

化自卑，就是要吸收中国传统文化的精髓，并且实现创造性转化和创新性发展，使优秀传统文化顺利成为当今中国社会主义文化的重要组成部分。要坚持走国际化发展之路，提高中国文化产业的国际地位。文化发展必须融入全球化的进程，这是文化产业发展不以人的意志为转移的客观过程。文化产业不仅要立足本国，而且必须面向世界。要在全球化的市场框架中构思中国文化产业的发展规划，实施走出去战略，积极利用国内、国外两种资源，培育、开发国内和国外两个市场，努力开拓文化产品和服务的出口渠道；充分利用中国丰富的民族文化资源，加快发展自己的特色文化产业，主动参与国际竞争，在竞争中变得强大起来。

要增强文化竞争力必须打造文化品牌，特别是要采取国际化的文化产品制作、传播方式来打造中国特色、中国风格的文化品牌产品。文化品牌既是文化企业的无形资产，也是民族文化走向世界的窗口。在激烈的文化产品

文化的交融中向前发展。由此可见，“美美与共”既是一种对待异质文化的态度，也是一种促进文化发展的方式。以上三个方面的目的就是“天下大同”，“共建共治共享”的人类命运共同体。

坚定文化自信的目的对外是构建人类命运共同体，但首先是共建中华民族共有精神家园。党的二十大报告指出，建设社会主义文化强国，必须发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的的大众的社会主义文化，激发全民族文化创新创造活力，增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。

竞争中，中国文化产业要努力打造民族文化品牌，多创作、多生产出既有艺术品位又有市场需求的文化产品。要扶持有发展潜力的大中企业，做大做强一批对外交流的文化品牌，把反映中华民族特色与当代中国风貌的文化产品及服务尽可能多地推介到国际市场和世界范围内的文化交流中。只有展现中国文化特色、中华民族特色的文化品牌才能够抢占世界市场高地。

要加快构建中国知识叙事体系。民族之所以能够形成民族或者说形成民族认同，归根到底是一定历史阶段内相关的整套的文化特质建构起来的一种集体性身份的认同。文化特质是民族身份的具体载体，它构成了一个民族的精神世界和行为规范并以特有的形式表现出来。文化主体性以强大的物质文明作后盾往往得以很好地维护。维护文化主体性也能够更好地进行对外文化传播和与世界各民族文化进行交流。

（作者单位：同济大学当代中国马克思主义研究院，新疆师范大学马克思主义学院）

增强历史自觉 坚定文化自信 习近平总书记这样阐述

“文化兴国运兴，文化强民族强。没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。”党的十八大以来，习近平总书记站在中华民族和中华文明永续传承的战略高度，就弘扬和发展中华文化提出了一系列重要论述，为坚持和发展马克思主义文化理论作出重大原创性贡献，为建设社会主义文化强国指明前进方向。

我反复强调，中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在，是中华民族的根和魂，是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的根基。我们坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化，推动了中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

——2022年5月27日，习近平总书记在十九届中央政治局第三十九次集体学习时的讲话

全面建设社会主义现代化国家，必须坚持中国特色社会主义文化发展道路，增强文化自信，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的的大众的社会主义文化，激发全民族文化创新创造活力，增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。

——2022年10月16日，习近平总书记在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告

在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明，要坚定文化自信，坚持走自己的路，立足中华民族伟大历史实践和当代实践，用中国道理总结好中国经验，把中国经验提升为中国理论，实现精神上的独立自主。

——2023年6月2日，习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话

资料来源：人民日报、新华社



摄影 熊一凡

创新驱动文旅融合 加速世界知名文化旅游目的地建设

为深入贯彻落实习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述及指示精神，成都提出：加快建设文化旅游强市，打造世界知名文化旅游目的地。这一战略目标的提出，不仅为成都文旅产业高质量发展指明了方向，也为推动全省乃至全国文旅经济转型升级提供了重要示范。

□王冲

业态升级

提供独具魅力的“天府体验”

成都是四川文旅经济发展核心区，拥有得天独厚的文旅资源优势：深厚的历史文化底蕴、丰富的生态资源禀赋、独特的旅游资源禀赋，城市旅游竞争力稳居全国副省级城市前列。作为首批“中国最佳旅游城市”“中国农家乐旅游发源地”“国家文化和旅游消费示范城市”等，成都旅游业综合实力持续位居全国第一方阵，展现出强劲的发展活力和广阔的市场前景。当前，成都正以创新为引擎，通过文化焕新、业态升级和服务优化，打造独具魅力的文旅体验三大维度，构建文旅产业新格局，正加速迈向世界级文旅名城，为全球游客提供独具魅力的“天府体验”。

一是文化焕新，激活千年基因。成都巧妙融合传统与现代，让文化遗产焕发新活力。传统民俗焕新，都江堰放水节将古法祭祀与现代舞台艺术结合，再现截流、围堰、放水等历史场景，将水利智慧展演打造为沉浸式文化盛宴，吸引游客数万。文旅演艺赋能，热浪飞行银河左岸音乐节创新推出以无人机矩阵编队和AR互动形成跨界艺术表达，吸引超6万观众，其中外地游客占比87%，带动文旅综合消费高达1.2亿元。消费场景创新，崇州油菜花田、龙泉山桃花林等区域，推出“花田围炉火锅”“低空飞行赏花”项目，搜索量同比增长645%，带动民宿预订率超80%。

二是业态升级，构建多元体验。成都已形成“观光+度假+专项”的复合型旅游产品体系，拥有93家A级景区、196家博物馆及10万种文创产品，蜀绣、竹编等“成都礼物”多次作为国礼赠予外宾。新业态蓬勃发展，乡村旅游、工业旅游、研学旅游等多元模式丰富游客体验。“新旅游·潮成都”“最成都·生活美学新场景”“数字尖端”“天府绿道”等一批文旅新场景催生。建成演艺类场馆（所）185个，2024年开展各类演出超2万场，带动消费约63.5亿元，“跟着演出来旅行”的“演艺经济”成为新增长点。

三是服务优化，提升游客体验。持续做好旅游产品售后服务工作，开展首席质量官、标杆服务员等行业示范。推行“消费冷静期”“先行赔付”等创新惠民举措，加速提升涉旅投诉处理效率，游客满意度持续提高。实施旅游“信用+”工程，制定诚信景区等系列标准，评选一批诚信景区、酒店、旅行社，推进“博物馆文字友好”提升行动，对文字信息开展适老化与儿童友好改造。

转型发展迫切。受复杂多变的内外环境影响，旅游消费形成“近出行、浅需求、低消费、短时长”的阶段性趋势。新形势下，成都旅游产品在三个方面还存在短板。一是产品结构失衡，大熊猫文化、三国文化、古蜀文化等核心文化IP，未能成功转化为高层级有影响的旅游产品。二是供给质量不高，旅游产品呈现“点强线弱”特征，未能激发游客消费潜力。三是品牌影响力有限，重点品牌培塑不够，对重点旅游品牌内涵阐释、特色挖掘、宣传营销等方面力度不够，手段不多。

建设世界知名文化旅游目的地，必须突破传统发展路径，推动旅游产品从资源依赖型向创新驱动型转变，从规模扩张向质量效益提升转变，从单一景点建设向全域旅游发展转变。

发展路径

构建创新驱动的旅游产品体系

在全球文旅产业加速变革的背景下，成都建设世界级文化旅游目的地的核心在于构建创新驱动的旅游产品体系。基于“文化自信、以人为本、国际视野、市场导向、跨界融合”五大原则，需要建立“政府引导、市场运作、社会协同”的创新机制，通过深化供给侧结构性改革与需求侧精准管理，整合特色文旅资源，打造多层次、全领域、特色化、多元化的旅游产品矩阵。

优化供给结构，赋能国际消费中心城市建设。培育高能级旅游品牌体系，打造以世界自然与文化遗产游、大熊猫生态文化游、古蜀文明探索等为代表的世界旅游目的地主题线路，为游客提供更加多元化、高质量的旅游体验。针对入境游客需求特点，重点推出“熊猫之都体验之旅”“天府文化发现之旅”“山地户外探险之旅”“美食美酒品鉴之旅”“医学养生健康之旅”“动漫电竞潮玩之旅”六大主题产品，丰富国际化产品供给。全面推进景区、酒店国际化改造升级，打造低碳环保示范酒店，优化入境签证便利化服务，提升重点区域多语种服务水平，构建现代化旅游支付体系和国际化旅游信息服务网络。

强化要素整合，促进旅游产品多元化发展。坚持文化引领、创新驱动，将天府文化元素深度融入“吃住行游购娱”旅游全产业链，重点大力发展美食旅游、文博旅游、旅游演艺等业态，推动文化与旅游深度融合、双向赋能。完善旅游基础设施配套，构建高效便捷的旅游公共交通网络，提升国际旅游枢纽功能。大力推进科技赋能文旅发展，提升文旅设施数字化水平，培育数字文化、智慧旅游等新业态，优化整合“云游锦官”、掌游成都、“文化天府”公共文化云

等数字服务平台，不断提升旅游产品科技含量和体验感。深化区域旅游协作发展，通过旅游风景道建设串联沿线自然风光、历史建筑、民俗村落等特色资源，带动沿线相关旅游要素发展，构建区域旅游环线，形成规模效应。创新打造“美食+旅游”“赛事+旅游”“演艺+旅游”等融合发展新模式。

精准对接需求，实现产品供需高效匹配。以市场需求为导向，强化产品周期互补。积极开发反季节性旅游产品，延长产品销售时间，拓展旅游客源市场。大力培育发展乡村文旅、体育文旅等新模式新业态，在夜间文旅消费聚集区、旅游休闲街区等推出沉浸式演艺、AI智慧旅游等旅游消费场景，实现“淡季不淡”“旺季更旺”。加速产品更新升级，精心设计开发、更新升级换代旅游产品，提前培育并及时推向市场，不断吸引原有客源市场，开拓新兴客源市场。加强精准营销推广，实施精准营销计划，延长游客停留时间、提高设施利用效率。

强化品牌建设，提升国际影响力。擦亮成都文旅金字品牌，持续提升“熊猫之都”“天府之国”等核心品牌价值，重点培育大熊猫、都江堰、杜甫草堂等文化IP，打造都市休闲游、蜀道文化游、大熊猫研学游等区域旅游品牌，提升成都旅游显示度、识别度。创新城市形象推广方式，突出“巴适安逸”烟火气和“创新活力”精气神的双重特质，不断提升成都文旅IP的影响力和吸引力。持续策划具有全国影响力的爆款活动及营销话题活动，不断提升城市美誉度和吸引力，扩大在全国的知名度和美誉度。

（作者单位：四川旅游学院）