

“新四化”助推新能源汽车消费长足发展

■ 杨玮玮

近年来,在汽车电气化、网络化、智能化、共享化“新四化”浪潮推动下,新能源汽车已成为全球汽车产业转型升级、绿色发展的主要方向。从消费趋势来看,低耗能、低成本、高性能的新能源汽车日益受到消费者的青睐。聊城市新能源汽车消费乘着汽车“新四化”的东风,迎来了快速发展时期,但同时也面临政策依赖度高、基础设施待完善、精细化服务不足等挑战,我市应抢抓机遇,立足当前,精准有效推进新能源汽车消费长足发展。

合理筹划政策覆盖时效,提高政策兑现率。一是结合国家、省优惠政策措施,因地制宜适当扩大优惠政策覆盖面、延长优惠政策落实期限,同时广泛宣传,提高政策知晓度和达到率。二是加强筹划,做好各类政策储备和出台增量措施,充分发挥政策对新能源汽车消费市场刺激作用,加快推动汽车“以旧换新”“新能源汽车下乡”等政策落地,让“真金白银”的优惠直达消费者。三是加强引导,鼓励汽车销售企业抓住机遇,在政策优惠、厂家购车补贴的基础上,加强与洗车行等相关行业的联动,提高政策落实的同时在细微处惠利消费者,抢占市场蓝海。

科学规划新建建范围,最大效率满足需求。一是科学规划老旧小区改造项目,补齐老旧小区的充电基础设施短板,完善居民小区功能的同时缓解新能源汽车充电压力。二是鼓励和引导公共区域共享充电桩投资建设,提升充电基础设施配置和利用率。三是进一步加强公共停车场“专车专位”的管理,避免燃油车挤占充电车位的情况发生,同时提高消费者对公共充电桩的认可度和使用率。

补充完善相关产业链,持续优化用车环境。一方面,行业主管部门协调汽车经销商、汽车保险公司和专业汽修厂形成协作机制,提高金融服务能力,同时强化社会监督,畅通线上线下消费投诉渠道,帮助新能源汽车消费者维权。另外,通过加大职业技能培训,适量扩充新能源汽车养护、维修技术人员,鼓励开办新能源汽车修厂,完善充电、换电和动力电池回收等服务体系,降低消费者维修成本,提高售后服务水平。

培育壮大新能源汽车产业,加强技术研发力度。加快突破燃料电池客车和智能网联客车核心技术,培育壮大配套关键零部件和原材料产业。积极推动氢能

校、院所的产学研协同,加强研发平台建设,提高产业创新水平。坚持自主研发与开放合作相结合,加快我市新能源汽车产业技术、产品、市场优化升级,增强市场竞争力,扩大市场规模,推动新能源汽车向绿色化、高端化、智能化发展。

改善提升电池续航,解决长途用车顾虑。一是加快形成以快充为主的城、乡、村全覆盖的公共充电网络,鼓励新型充电技术研发、应用与推广,让新能源车主实现充电自由,满足对“便利性”充电的需求。二是加强车主用户的教育和培训,让新能源汽车用户了解低温环境下正确使用和维护新能源汽车的方法,最大限度地减少能耗和延长新能源汽车续航里程。三是新能源汽车经销商加大市场调研,全面了解新能源车主用车感受,及时向车企反馈车主需求,改善新能源汽车电池续航能力不足问题。

(作者单位:聊城市统计局,本文系2024年聊城市哲学社会科学规划“聚力攻坚突破年”年度课题阶段性成果,课题编号:NDKT2024035)

聊城市文旅消费集聚区构建策略研究

■ 韩琳

聊城是黄河与大运河唯一实质性交汇城市,作为一座具有深厚历史文化底蕴的城市,探索其文旅消费集聚区的构建和文旅消费提升对聊城市文旅产业的可持续发展具有重要的现实意义和深远影响。

聊城拥有丰富的文化和旅游资源,但是在文旅消费集聚区的建设和发展方面还存有一些短板,主要表现在:一是文化资源分散,缺乏系统整合。文化旅游资源分布零散,各个景点和文化资源之间的联系较弱,难以形成统一的旅游品牌和体验。二是文旅产业链不完善,游客体验不足。文旅产业链条短,缺乏综合性的文化旅游项目和体验活动,游客参与度和满意度较低,无法形成良好的口碑和重复消费。三是缺乏有效的品牌宣传,市场影响力有限。在文旅品牌建设和宣传推广方面投入还不足,缺乏知名度和吸引力,未能形成强大的市场竞争力,不能有效吸引和留住游客。

文旅融合发展,不仅可以整合资源,而且还能够促进文化旅游的体验升级。笔者认为,文旅融合背景下聊城市文旅消费集聚区构建策略主要可以通过深

入推进六大工程来实施。

实施资源整合工程。梳理现有的文化旅游资源,将分散资源进行系统整合,打造主题鲜明、内容丰富的旅游路线和体验项目,形成具有特色的文旅消费集聚区。建立文旅资源数据库,实现资源信息的数字化和共享化。

实施品牌建设工程。打造具有聊城地方特色和文化内涵的文旅品牌。例如,以聊城市的历史文化名人、传统文化项目等为主题,设计独特的品牌形象和宣传标语,提升文旅消费集聚区的知名度和影响力。

实施强基提升工程。完善食住行等基础设施,提高游客的便利性。例如,增加旅游专线巴士,优化公共交通路线等,方便游客的出行和游览;提升配套设施水平,建设高品质的住宿、餐饮、购物等服务设施,提供便捷的导览服务、旅游咨询等,为游客提供全面的旅游服务。

实施产品开发工程。开发具有地方特色的文化体验产品,例如,组织传统手工艺制作体验、民俗文化表演、历史遗迹游览等活动;设计“古城文化游”“水乡

风情游”等特色旅游线路,形成连贯的旅游体验,吸引游客深度游览。

实施社区参与工程。组织社区居民提供志愿服务、开展文化活动等,鼓励社区居民参与文旅消费集聚区的建设和管理,增强社区居民的文化自信和归属感。

实施政策支持工程。积极争取政府和相关部门的政策支持,提供资金、土地等方面的支持,推动文旅消费集聚区的发展,完善相关法律法规,规范文旅消费集聚区的建设和管理,保障文旅消费集聚区的可持续发展。

文化是旅游的灵感,旅游是文化的载体。聚焦以文塑旅,以旅彰文,在文旅融合新常态下,让聊城市文旅消费集聚区成为推动聊城市文化和旅游高质量发展的强劲动力,打响聊城市特色文化旅游新品牌。

(作者单位:聊城职业技术学院,本文系2024年度聊城市哲学社会科学规划“文旅兴市”研究专项课题阶段性成果,课题编号:ZXKT2024170)

全媒体视域下优良家风新媒体传播路径探索

■ 杨雪 高文雯

家是最小国,国是千万家。党的二十大报告指出,“要弘扬中华优秀传统文化,加强家庭家教家风建设,加强和改进未成年人思想道德建设,推动明大德、守公德、严私德,提高人民道德水准和文明素养”。优良家风,是中华优秀传统文化的结晶,是社会主流价值取向、家庭及其个人良好精神风貌的反映。

全媒体时代的到来为优良家风提供了更多的传播途径,借助新媒体平台引导更多人践行社会主义核心价值观,让家风与社会公德实现融合,提升社会精神文明程度,弘扬文化自信。

坚持内容为王,挖掘优良家风文化深刻内涵。优良家风是社会主义核心价值观在家庭生活和社会生活中的直观体现。传播中华优秀传统文化时,应坚持以内容为王,深入挖掘具有地域特色的优良家风文化,打造品牌。追溯历史、整理资料,挖掘家风文化的历史根源;提炼精髓,解读内涵,提炼家风文化的核心价值。重视内容的真实性、丰富性和深刻性,对提炼出的核心价值进行深入解读,阐述其在新时代背景下的意义和价值,帮助受众更好地理解 and 接受家风文化。

注重分段培养,定位优良家风文化传播载体。根据不同年龄段受众的认知特点、兴趣偏好以及信息接收习惯,精准定位并选用最适合的传播媒介和形式。针对幼儿,可以采用绘本、动画等直观、生动的形式进行家风启蒙教育。针对青少年,可以利用社交媒体平台(如微博、微信、抖音等)发布家风相关的短视频、图文故事等,同时结合校园活动、社团组织等线下形式,增强参与感和体验感。针对成年群体,可以通过在线课程、电子书、纪录片等形式,提供家风文化的深度解读和案例分析。针对老年群体,可通过电视、广播、报纸等传统媒介,以及社区活动等线下方式,传递家风文化。

提升互动体验,整合优良家风文化数字资源。建立具有地域特色的家风文化数据库,为用户提供丰富的家风文化资源,打造优良家风文化数字平台,推动数字资源的共享与利用。如家风文化网站、App、小程序等,将数据库中的资源呈现在平台上,供用户在线观看、学习,鼓励用户发表观点、分享心得。利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等先进技

术,打造家风文化虚拟体验馆,让用户身临其境地感受家风文化的魅力。同时通过定期开展线上互动小游戏、线下沉浸式展演等方式,实现多角色合作、对话式内容呈现,提升互动体验,形成良好的传播氛围。

创新多元传播,构建优良家风文化全媒体传播格局。整合传统媒体与新媒体资源,创新传播内容和形式,形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系,扩大优良家风文化的传播力和影响力。利用电视广播、报刊等传统媒体的权威性和覆盖面,结合网络新媒体、数字新媒体、手机新媒体等新媒体的互动性和便捷性,形成互补的传播体系。利用社区活动、志愿服务、跨界合作等方式,实现优良家风文化传播途径的创新性转化和发展。

(作者单位:聊城职业技术学院,本文系2024年度聊城市哲学社会科学规划课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2024244)

魏湾镇研学基地“研学+文旅”融合发展路径研究

■ 肖佃力

近年来,研学旅行作为新兴旅游业态,成为引领旅游产品生产方式变革的前沿阵地,不断带动文旅行业产品研发模式和服务模式提升,成为旅游经济新的增长点。临清市魏湾镇位于京杭大运河沿岸,是山东省旅游强镇,镇域内有“清平星火”红色教育基地、中华海棠园、贡砖文化产业园等特色鲜明的文旅资源。近年来,魏湾镇采取“党政统筹、教育主体、资源共享、特色发展”的模式,打造“红色革命历史文化”“绿色美丽乡村文化”“青色贡砖非遗文化”研学教育魏湾品牌,顺应“双减”政策下青少年综合素质提升新需求,开辟青少年开展素质教育新路径,注入乡村文化振兴新活力,激发全市研学旅行高质量发展新动能。

打造主阵地,构建高标准“三色研学”实践基地。依托聊城市爱国主义教育基地——原清平县第一个党支部,融入党、团、队史文化,加大对红色文化、红色遗址遗迹的保护和开发力度,深挖育人功能,建立红色革命历史文化实践基地,为青少年提供课外党史学习教育阵地,深耕红色基因传承沃土。依托江北最大的海棠园——中华海棠园,打造集“美术写生、综合实践、劳动教育”为一体的绿色美丽乡

村文化实践基地,为青少年提供丰富的写生素材,向青少年展示新时代美丽乡村建设成果,让青少年在劳动实践中感悟劳动之美。依托贡砖文化产业园,激活青少年非遗文化传承活力,建设“贡砖展示、砖雕制作、体验教学”青色贡砖非遗文化实践基地,让学生通过研学旅行、研学手工、研学课堂,增长知识,激发潜能,培养他们对传统文化与技艺的喜爱,促进传统文化的传承与发展。

找准结合点,提升“研学+文旅”发展质效。在研学方式上,魏湾镇注重教育性与实践性的结合。创新了5种结合研学模式,即读万卷书和行万里路结合式研学、观察了解和活动体验结合式研学、知识教育和综合实践结合式研学、课内课外结合式研学、仪式教学和实操教学结合式研学。让青少年在体验中感悟,在感悟中热爱,在热爱中传承。在研学课程编制上,做到研学需求与研学内容相结合。根据青少年身心发展特点,精心编制《寻找红色基因 传承红色基因》《踏上研学之旅 寻访美丽乡村》《体验非遗文化 传承传统技艺》系列研学教育精品课程,差异化、分层次、螺旋式设计教学及活动内容。结合镇域学校“一校一品”工程,编写清平党

史、审美教育、贡砖文化特色校本教材,引导青少年将实践与思考贯穿始终。魏湾镇通过研学成功案例,带动周边乡村旅游业的协同发展。“三色研学”实践基地通过组织参访、交流活动形成了良好口碑,带动了周末、小长假至于乡村游,带动了当地丁马甲鱼、贡砖文创产品等特色文旅产业的发展,形成良好的辐射效应。

激活培养点,打造研学教育魏湾品牌。一方面探索由镇党委牵头成立少工委,在“三色研学”基地打造乡村青少年宫,选拔本土优秀人才担任校外辅导员,培育小小讲解员,在青少年研学教育中讲好、用活、推广魏湾镇红色革命文化、美丽乡村文化和贡砖非遗文化;另一方面积极与聊城大学运河学研究院、文旅集团等教育资源对接,深挖研学基地特色打造亮点,丰富研学文化教育内涵提升档次。努力打造“三色研学教育魏湾品牌”。

(本文系2024年度聊城市哲学社会科学规划“文化传承发展研究”专项课题阶段性成果,课题编号:ZXKT2024181)

■ 刘昕

聊城地处鲁、冀、豫三省交界处,文化底蕴丰富,早在史前时期就有先民在此活动,明清时更是创造出了精彩纷呈的鲁西民俗文化和独具特色的鲁西民俗文物。鲁西民俗文化深植于聊城这片人文沃土,是聊城最有影响的文化元素,亟需从文物考古的视角对其进行重新阐释、构建,加快形成新质生产力,从而把文化资源优势转化为发展胜势,构建鲁西民俗文化传播新格局,推进全市文旅融合高质量发展。

深化研究阐释,讲好民俗故事。推进民俗文化研究,做好民俗文化的研究和阐释,讲好文物中的民俗故事,赓续历史文脉,焕发城市张力。发挥博物馆、文化馆等教育功能,进一步加强对出土文物和考古遗址的研究阐释和展示传播,以通俗易懂的方式讲述好聊城大地上的民俗故事,让文物活起来。

活化历史场景,擦亮城市名片。加快推进黄河、大运河国家文化公园建设,弘扬传承两河文化,平衡好古城保护与活化利用,积极探索以“文物+节日+文旅”为主的保护利用形式,搭建具有时代特色、聊城特色的新型民俗遗产活化空间,赋能全市文旅文创融合。推进博物馆空间和文博活动活化利用,打造数字剧场、历史情景剧、节庆体验等沉浸式项目,以及主题展览、文化沙龙、文创研发、非遗展品等常态化消费项目。

推动业态焕新,突出聊城特色。推动文物民俗深度融合发展,发展新型文旅消费业态,彰显聊城文化旅游特色。凝练区域文化遗产旅游标识品牌,推介文物民俗领域研学旅行、体验旅游、休闲旅游等精品文旅线路,丰富展示载体,创新产品供给,全方位提升“研、学、游、行”沉浸式体验。合理开放各类民俗文化研学资源特别是考古研学资源,突出民俗文化资源深度参观和研究性学习体验,推进民俗文化研学高质量发展。发挥全域优势,加强合作联动,关联各级各类文物和文化遗产资源,将丰富、散落的鲁西民俗文物资源充分挖掘、串联起来,打造“两河明珠”“博物馆里看民俗”等民俗文物主题游径和文化遗产旅游线路,进一步丰富游客的文化旅游体验。

加强交流互鉴,提升民俗文化品牌影响力。发挥聊城文物资源禀赋,开展相关课题研究,推动文化遗产的保护研究工作;通过举办联展、巡展,研发民俗文物数字化藏品,充分提高馆藏民俗文物的展示利用水平,推进文物活化利用。支持院校和社会力量参与民俗文化传播教育实践,采取“传统媒体+新媒体”“线上+线下”的宣传渠道,全方位开展系列营销推广活动。持续参与高校及科研院所的学术交流工作,助力学术研究向纵深发展。

文物是推动文旅融合高质量发展的重要支点。聊城文物资源独具特色、底蕴深厚,在文物考古的研究新视角下挖掘、揭示鲁西民俗文化内涵,以文化“两创”为引领,加强黄河、运河文化遗产保护利用,夯实既有优势,保护传承守护好特色文化资源,持续推动文化资源向生产力转化,在深入推进文旅文创融合高质量发展上“出圈出彩”,叫响城市品牌,赋能社会经济建设发展,为加快推进城市建设、提升城市文化软实力贡献文物力量。

(作者单位:山东师范大学,本文系2024年度聊城市哲学社会科学规划“文化传承发展研究”专项课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2024105)

光岳楼文物活化利用与文旅品牌塑强的新实践

■ 李福红 张改英

今年,聊城市提出“实施文旅品牌塑强行动”,围绕纪念光岳楼建成650周年系列庆祝活动,展示聊城水上古城独特风景和文化魅力,探索打响“江北水城·两河明珠”城市品牌实践。

光岳楼建成于明洪武七年(公元1374年),位于聊城水上古城中心,1988年被列为全国重点文物保护单位,是目前我国现存的最高大、最古老的古楼阁之一,与黄鹤楼、岳阳楼等并称中国十大名楼,自古享有“虽黄鹤、岳阳亦当望拜”的美誉。光岳楼不仅是历史遗迹,更是聊城运河文化的重要代表,见证了运河的兴衰变迁,承载着丰富的历史文化信息,其独特的文化内涵和建筑特色,使之成为聊城市文旅融合发展的重要资源。

坚持守正创新,拓展文化空间。围绕光岳楼建成650周年主题,策划举办中国文物学会历史文化名楼保护学术交流暨光岳楼建成650周年纪念活动、“光岳天下”庆祝中华人民共和国成立75周年暨聊城光岳楼建成650周年庆典活动等系列活动。启动空间升级计划,特别规划展览区与文创区,构建既尊重历史又面向未来的文化空间。大力发展沉浸旅游体验,推出“小小文物修复师”文物修复体验,以光岳楼领衔的聊城特色景点盖章打卡,引入节事赛事、旅游演艺、沉浸式体验等新场景、新业态,研学旅行与经典杂技结合,游客接待人次及门票收入屡创历史新高,新媒体曝光量突破7亿次,光岳楼成为推介榜首,文化地标焕发新生,展现了文化遗产在经济社会的盎然生机与吸引力。

优化产品供给,扩大经济商圈。丰富以光岳楼为代表的精品线路、旅游产品,精准定位市场需求,规划夜经济商圈,开发非遗美食、葫芦文化、书画艺术、戏曲体验、阿胶养生五大体验产品,推出音乐、自驾、研学、文博等8个支撑产品,实现游客“发现”即“触达”。

构建品牌体系,关注产品增值。依托黄河、大运河交汇的独特优势,构建“两河之约”文旅品牌体系,推出“我家门前有条河”推广品牌和“山东手造·聊城有礼”特色商品品牌体系,形成全方位、多层次的文旅品牌宣传格局。整合以光岳楼为标识的全市文旅资源,逐步扩大“文旅+”新模式,推进文旅体、文农旅、文工旅、文教旅等融合发展,打造乡村旅游的示范片区;发展体育赛事游,建设文旅体旅融合发展示范区,举办“江北水城·两河明珠”体育旅游文化节,承办国际级、国家级体育精品赛事,提升聊城国际影响力和知名度。深化与晋冀鲁豫四省八市、沿黄九省等区域合作,打造具有鲜明地域特色的文旅品牌矩阵。

完善旅游要素,塑强品牌支撑。上线“聊城旅游美食地图”,营造“人间烟火气”。深入实施《旅游住宿业提升三年行动计划》,引入多元文化IP、创意住宿产品,提升游客体验感。成功打造聊城中国运河博物馆等一批优质文旅融合样板,成为旅游首选地和网红打卡地。

以光岳楼为中心,聊城文旅应不断打造文博场所,使之成为更好发挥弘扬中华优秀传统文化、深入推进文化“两创”的平台,立足“守正创新、提质增效、融合发展”,围绕服务美好生活、促进经济发展等目标任务,不断促进文化和旅游深度融合,在推动供需两端平衡发展、打牢产业发展根基、强化要素环境保障上持续攻坚突破,实现聊城文旅品牌塑强目标。

(作者单位:聊城市文物事业服务中心,本文系2024年度聊城市哲学社会科学规划专项课题“光岳楼文物活化利用与文旅品牌塑强的实践探索”的阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2024076)

构建鲁西民俗文化传播新格局