



文化赋能城市发展 光靠“公园”还不够

文化是一座城市的根脉和灵魂。作为岭南文化的重要发源地，南海有着丰富的历史文化资源、完善的公共文化设施配套、丰富的文化产业业态，如何盘活现有资源，以文化赋能城市发展？这些城市的经验，值得南海借鉴。

— 案例 —

西安

充分挖掘夜游新场景

夜间经济是文化、旅游、消费融合发展的新赛道。今年国庆假期，都市夜游亮点突出，广州、上海、西安、杭州、南京等地的城市夜景观光热度持续走高。古都西安拥有丰富的历史文化资源，多彩的“夜经济”形式，揭开西安城市华丽的另一面。

大唐不夜城是西安夜经济的一张“名片”，通过还原长安街景，将商业集合起来，推出彩车巡游、开元广场“再回长安”驻场文化演出，在主街区设有多个小舞台，不断推出主题多样的动态演出，以吸引游客夜间出行消费。“大唐不夜城”之所以火爆，不仅因为是夜游经济的综合性在此处得到完整呈现，更因为西安利用古迹和光影将古都长安的繁华夜市生动再现，其中最出名的是 360° 沉浸式实景演出《梦回大唐》。

多样的表现形式让不夜城更显时尚、活力，也让长安城的文化底蕴化为一个个故事走入人心。“长安十二时辰”是全国首个沉浸式唐风市井生活街区，将影视 IP 赋能城市文旅商融合新场景，通过“全业态、全场景、全时段”的商业模式构建，让市民游客感受大唐风貌、领略大唐繁华。“长安十二时辰”主题街区从今年4月运营以来便一直人气火爆。

今年5月底，西安市多部门联合出台措施，支持“户外经济”和“夜间经济”发展，其中包括允许具备条件的商业步行街、商业综合体在夜间规定时段外摆经营，适当延长夜间营业时间等，助力西安“夜经济”发展。

经验借鉴

夜间旅游是文旅融合发展的新潜力、新动能。相对于白天景区“打卡”的走马观花，夜晚的休闲调性更有助于游客对当地文化的感知与生活方式的体验。

今年8月，南海千灯湖片区入选国家级夜间文旅消费集聚区，该片区注重构建夜间消费新场景，做到夜演有品牌、夜游有热度，充分利用千灯湖公园的开放空间布局，夜间常态化展演城市灯光秀、《千灯谣》等音乐喷泉水秀，并推出形式多样的大型夜游活动。

对于南海来说，发展夜间经济有着良好基础。根据规划，南海重点打造21个夜间经济示范点，分布在全区七个镇街。今年以来，各示范点充分发挥各自优势，推进夜间经济发展，分别举办了多种促消费活动，带动周边“夜”消费。但南海还可以有更大作为。以西安为例，多种形式的“夜产品”，如文化旅游演艺、灯光秀、音乐节等则在多个商业街区、主题公园、景区轮番上演，成为拉动城市消费的新引擎。南海可以此为借鉴，打造以夜游、夜演、夜宴、夜购为主的“夜间经济示范区”，以“月光经济”带动消费新增长、点燃城市夜魅力。

此外，各级相关部门应合理规划“夜经济”空间布局，完善相关配套设施和服务，使“夜经济”既活力迸发又健康发展，实现“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”的总体目标。



成都

文化赋能公园城市发展

公园城市是新发展理念下对城市空间形态和城市发展模式提出的创新要求。近年来，成都践行新发展理念，加快建设公园城市示范区，积极探索山水人城和谐相融新实践，将公园城市建设成果转化为市民可感可及的体验。

成都为公园城市建设植入“文化内核”，让城市更有魅力。

例如：以司马相如与卓文君的爱情故事为主题打造的青羊区琴台路，曾经是来到成都必打卡的旅游目的地，但近些年却逐渐没落。在对琴台路品质提升时，成都着重提升街道风貌，优化慢行空间，打通“茶”“酒”“琴”三条小巷，强化琴台路主街与西郊河、文化公园等公共空间的联系；充分利用西郊河水面的空间，引入灯光秀和演艺活动，创造水光声色交融的独特情景体验；

同时，对现状已有的廊道进行氛围提升，引入汉服表演、花车集市等经营活动，通过结合在地的资源禀赋和新型消费场景，让琴台路以古韵见新生。

另外，成都把城市文化要素植入，营造具有体验感的生活空间，形成有深度、有品质、有创意的生活方式。

如成都露天音乐公园是西部地区乃至全国范围内首个顶级的露天音乐演艺场所和城市音乐主题公园。作为国际音乐之都的一个重要载体，成都露天音乐公园建成投运以来承办了多场高标准、高质量的演艺活动。

围绕天府绿道与绿化空间，当下成都构建起新兴生活消费场景与舒适宜人的休闲交往场景，让市民亲近自然、享受生活。

经验借鉴

体育运动是一座城市永葆青春与活力的密码。近年来，南海着力打造一批“小、精、美、特”空间，社区体育公园频现“爆款”。

截至今年上半年，南海共新建和改建社区体育公园351个，体育场地总计5792个，总面积约为1008万平方米，人均体育场地面积约2.75平方米，“十分钟体育健身圈”不断升级，市民获得感和幸福感不断提升。

南海在推进社区体育公园全覆盖时，要从顶层设计上做好城市公园的整体布局。

在规划编制过程中，充分挖掘本土文化资源，将诸如南海文化、岭南文化、红色文化元素渗透融入到公园的环境、景观、风格、色彩等方面，将文化理念贯穿于公园建设始终。从细节上体现本土文化，并从现有文化资源中挖掘凸显个性的文化特质。

（来源：中新经纬、中国文化报、潇湘晨报、每日经济新闻、中新网四川、人民网）

— 专家建言 —

西樵山书院执行院长殷秩松：

文化筑基，即厚植城市现代化建设的底蕴，南海做了很多基础性的工作，包括花了大量时间来整理文化文脉。但是，不能仅停留在文化的挖掘、梳理、保护，更重要的是实现文化的创造性转化和创新性发展，尤其是以现代表达、当代意涵和年轻化的打开方式来推动文化筑基工程。

大地艺术节中国项目发起人孙倩：

打造本土的IP，要注重品牌建设，这个品牌建设既是南海城市的品牌、各个镇街的品牌、各条村的品牌，分散在各地的传统文化、传统技艺等的品牌，要打响这些品牌，就要做好品牌建设工作。南海可以考虑制作一个《南海城市品牌白皮书》，构建起南海文化品牌的体系和框架，给全体市民一个清晰的奋斗边界感和目标感。

广东省游戏产业协会执行会长、广东光合作用文化发展有限公司董事长鲁晓昆：

南海有很好的IP，这些IP怎么能够更好地结合，把传统的东西通过网络进行传播，建议在南海做一个品牌奖项。比如动漫的金龙奖、游戏的金钻榜、电影的金鸡奖，这些奖项都是对行业的促进。如今虎牙、YY等电竞头部企业都落户南海，他们可以在游戏的直播平台开设一个南海频道，推广这些南海IP所衍生的东西。

乡伴文旅集团副总裁、广东区域公司总经理周元龙：

文化需要生态性，即在保留传统文化的基础上不断进行发展发扬，同时还要吸收一些好的文化。乡村需要多样性，这里的多样性是指多样性的业态和多样性的人。乡伴文旅做的最重要的一件事情就是把城市的高知人才带进乡村，让这些高知识分子在乡村里面拥有发展前景，而不只是建设它，而是留下这些人才在这里生活。

佛山创意产业园董事长邱代伦：

做文化事业、文化产业要搞清楚消费者是谁，我们是为谁做的。第一为南海人民做，第二应当是为广州人民、佛山人民做，第三是为大湾区人民做，第四是为全中国人民做。怎么做？炼文化、高规划、统资源、造产品、广传播、重保护、强运营。

