



让“爽爽贵阳”魅力更足品牌更响

——市两会“代表·委员·局长通道”集中采访活动实录(二)

1月11日上午,在市十五届人大五次会议、市政协十三届四次会议首场“代表·委员·局长通道”集中采访活动上,市人大代表时成刚,市政协委员滕晓君,贵阳市文化和旅游局党委委员、副局长熊列走上通道,聚焦“文旅发展”主题,分别从贵阳市“强旅游”战略提升能级、旅游产业的联动效应显现,贵阳市的文旅新风貌,聚焦“六爽”、大力推进“文化贵阳”建设、在“一河一道两片”城市更新中更好地体现文化味等方面进行发布并接受媒体集中采访。

主题发布**市人大代表、市旅游协会会长时成刚:**

贵阳旅游产业呈现三大亮点

近年来,贵阳旅游产业在市委、市政府“强省会”战略引领下,迈入了全新的发展阶段,取得了令人瞩目的成绩,作为市人大代表、市旅游协会会长,我深感自豪。我认为,贵阳旅游产业已呈现出三大显著亮点。

其一,路边音乐会频频“出圈”,吸引了周边地区乃至省外游客纷至沓来。路边音乐会

作为一项别出心裁的特色活动,充分发挥了旅游产业的联动效应,成功与“吃、住、行、游、购、娱”及“六爽”有效结合,极大增强了游客与城市之间的互动交流,有效提升了游客对贵阳旅游的认知度与认同感,为贵阳旅游的持续蓬勃发展注入了源源不断的新鲜活力。

其二,针对贵阳旅游淡季分明以及游

客多样化的出行选择,推出“小车小团”这一创新旅游服务模式,满足不同层次游客的差异化需求,推动个性化旅游、高端旅游、特色旅游发展,进一步拓展和延伸了旅游产业链的广度与深度。

其三,持续推动旅游特色商品打造,与服务创新相结合。随着贵阳游客数量的逐年攀升,“购”这一环节仍有较大提升

空间,在政府的大力支持与推动下,旅游商品生产企业、文化创意企业与旅游市场主体相融合,旅游商品的创新与发展速度显著加快,开发了众多具有贵阳本土特色的文创旅游商品,并完善退换和监管机制,提升了市场消费力,让游客临别之时带一份贵阳特色礼品,让贵阳之行更加圆满、难忘。



时成刚

记者:近年来,国内旅游市场彰显蓬勃活力和巨大潜力,贵阳文旅频频“出圈”,围绕贵阳市“强旅游”战略,作为市旅游协会会长,您对贵阳旅游发展提出的建议是什么?

时成刚:我提出的是《关于加大力度打造黔灵山景区的建议》,旨在契合贵阳市“强旅游”战略。黔灵山公园作为国内为数不多的大型城市公园,拥有深厚的文化底蕴与独特的自然资源,要通过黔灵山景区现有的资源优势,将其打造成贵阳城市旅游“新名片”。

为了进一步挖掘黔灵山景区潜力,可以采取一系列行之有效的措施。一是精心统筹发展布局,提升周边整体形象。二是融入文化元素,提升特色优势。三是打造景区生态、低碳内环步道,实现健身、赏景两不误。四是打造山顶观景台,赏贵阳美景。

该建议得到市人大常委会及云岩区充分认可,黔灵山公园也正向着高品质、更具魅力的方向大步迈进,助力贵阳旅游快速发展。

热点回答

记者:贵阳以“绣花功夫”打造城垣步道,更好延续历史文脉,推动文化传承发展,留住城市记忆、提升城市品质,为“爽爽贵阳”增光添彩。您对打造城垣步道有何感受?

时成刚:城垣步道整合局部资源,打造综合性文旅片区,实现了文化资源的集约利用和协同发展。通过深度挖掘“九门四阁”等历史故事,梳理老城历史脉络,唤醒沉睡的文化宝藏,并综合运用“声、光、电”等数字化、智能化方式重现历史记忆,真正“让文化

说话”。

这些丰富的文化资源将为文旅产业注入深厚内涵,让贵阳的历史在新时代熠熠生辉,成为吸引游客纷至沓来的核心吸引力,使贵阳从一个单纯的地理名词,转变为一个有故事、有底蕴、有温度的文化旅游目的地。

城垣步道项目前景广阔,我们有责任、有义务为其发展保驾护航,让城垣步道成为展示贵阳文化魅力、推动文旅融合发展的重要引擎,为贵阳经济社会发展贡献文旅力量。

主题发布**市政协委员、民革贵阳市秘书长滕晓君:**

城市更新提升城市风貌丰富旅游内涵

近年来,贵阳在文旅工作方面取得了显著成效,这得益于城市更新工作的纵深推进,特别是“一河一道两片”改造项目的成功实施。这些项目不仅提升了城市的整体风貌,还丰富了市民和游客的文化旅游体验,让贵阳成为了一个充满魅力的旅游目的地。

例如,曹状元街作为“一河一道两片”中的重要组成部分,以其丰富的历史文化底蕴

和特色美食吸引了大量游客。通过高起点规划、高标准建设、高水平管理和高效能运营,这些区域不仅保留了原有的历史文化特色,还融入了现代元素,形成了独具特色的文化旅游景点。

青云市集是贵阳城市更新中的另一个亮点,通过对贵阳棉纺厂厂房的改造利用,打造了一个集文旅商于一体的特色步行

街。还有新华印刷厂和太平街,也是通过改造升级为文创街区,让市民在消费中感受城市文化脉络,提升人居环境,唤起老城居民的历史记忆。

此外,贵阳路边音乐会更是火出圈,吸引了来自美国、英国、克罗地亚等多个国家的歌手和乐队与本地艺人同台献艺,形成了民族化与国际化相得益彰的文化盛宴,也吸引了

大量现场观众和网络观众,成为贵阳一张亮丽名片。

贵阳通过城市更新和“一河一道两片”改造项目的实施,不仅提升了城市的整体风貌和文化内涵,还丰富了市民和游客的文化旅游体验。未来,随着更多文旅项目的推进和实施,贵阳将成为一个更有魅力和活力的旅游目的地。



滕晓君

记者:近年来,市委、市政府大力推进文化建设,延续城市文脉。了解到您做了“挖掘贵阳市背街小巷精酿文化”的相关调研,想问一下,贵阳精酿文化的特点主要在哪些方面?

滕晓君:贵阳精酿文化的特点主要体现在其传统的酿造技艺、丰富的口感选择以及与贵阳当地文化的融合。

首先,贵阳的精酿啤酒采用传统的酿造技艺,具有浓郁的麦芽香气和高麦芽浓度,口感更为浓郁,相比味道单一且口感偏淡的工业啤酒而言,更受消费者的欢迎。其次,贵阳

的精酿啤酒有着丰富的口感选择,除了自带麦芽香气,还具有果味、花香、咖啡味等多种风味,酒味更加清新、自然和持久。另外,贵阳的精酿文化不仅体现在啤酒的酿造上,还与当地的文化和风俗紧密结合,比如“半轮黄日12°”和“布依乌苔11°”两款酒,分别融合了肉桂香料和茶感、布依族糯米酒和黑加仑汁,展现了贵州本土风味的魅力。这些特点共同构成了贵阳独特的精酿文化,吸引了众多酒迷前来体验和交流。

记者:近年来,贵阳大力实施“老字号”工

程,为贵阳市老字号品牌的发展奠定了坚实基础,您认为当前贵阳老字号品牌应该从哪些方面发展?

滕晓君:一是建设老字号品牌集聚区。借助文昌阁历史文化街区正在进行的改造提升,积极推动老字号的回归和集聚;开展老字号进商圈、进步行街、进交通枢纽、进景区;对于部分难以单独开店的小品牌,可盘活国有闲置资产,支持开设老字号品牌集合店。

二是完善老字号品牌保护机制,由市场监管、商务、文旅部门建立会商机制,明确老

字号品牌的保护范围、保护措施和法律责任,及时进行支持保护,帮助其注册品牌,确保其知识产权得到有效保护。

三是搭建多样化推广平台,鼓励帮助老字号企业邀请微博、小红书等社交媒体的知名博主、大V进行实地探访和体验,通过他们的影响力,向更多人展示贵阳老字号的独特魅力。

四是做好人才培养和招引,建议出台《贵阳市老字号企业人力资源五年规划》,从宏观上把握老字号人才走势,针对老字号企业制定相应的人力资源解决方案。

主题发布**市文化和旅游局党委委员、副局长熊列:**

2024年贵阳贵安文旅亮点不断

2024年,贵阳贵安文旅聚焦“六爽”,大力推进“文化贵阳”建设和旅游高质量发展,全年接待过夜游客3400余万人次,同比增长10%,游客人均花费超1300元,文旅亮点不断,火爆出圈。

赏花期、避暑季、烟火季、温泉季文旅主题精彩不断。“5·19中国旅游日”大巡游展现爽爽贵阳、多彩贵州最炫民族风,227场主客共享的路边音乐会蜚声国际,数十场知名艺人大型演唱会和年轻人喜爱的特色音乐节唱响筑城,助推演艺经济发展。“清凉”经济、新玩法散发无限魅力。

乡村旅居累计接待18万客人,同比增长80%,城市漫步、超级美食、探险体验等新玩法深受追捧,青云路国家夜间文旅消费集聚区等旅游品牌让文旅消费场景更加丰富。

2025年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划谋划之年。新征程,我们将按照守正创新、提质增效、融合发展要求,聚焦“强旅游”和文化贵阳建设,以打造具有国际影响力的旅游名城为总目标,持续发力,全面提升文旅发展能级。

用足政策提升经济增量。发挥240小

时过境免签政策效用,提升境外游客流量;争取省级政策支持,围绕“爱乐之城”打造西南重要演艺市场,发展演艺经济;优化旅游市场环境,深入推进旅游产业化“四大行动”,加快“文旅+”产业融合发展。

进一步彰显城市文化,不断满足人民群众美好生活需求。加强文化遗产保护利用,完善公共文化服务体系,持续擦亮“路边音乐会”群众文化品牌,创新谋划实施丰富多彩的文商教体旅融合项目,让城市兼具“文化味”与“烟火气”,让“爽爽贵阳”魅力更足、品牌更响。

安历史文化保护传承和利用专项规划》为遵循,围绕“一硬一软一机制”做好相关工作。

“一硬”主要是要做好保护文化遗产、完善标识系统、做好文博展陈和文化景观打造;“一软”就是高质量引进相关业态、高品质谋划实施文化活动、高标准提升文化服务;“一机制”就是完善城市文化遗产研究挖掘机制,发挥好专家咨询机制作用,落实好市民参与机制。

热点回答

记者:贵阳正在建设“一河一道两片”,不断增强文化魅力、文化底蕴、文化自信。在“一河一道两片”城市更新中,如何更好地体现文化味?

熊列:“一河一道两片”城市更新建设是贵阳重大民生工程、文化工程。在这项工程中体现文化味,是彰显历史文脉、留住城市记忆、提升城市品质的重要支撑。要以《贵阳市老城区历史文化风貌研究与保护利用指南》和正在编制的《贵阳贵

2025年,贵阳将围绕优化演艺业态,着力从承载能力和业态提升等方面开展工作,推动演艺经济快速发展。依托提升业态服务水平、强化“演艺+”发展等措施,我们将推出不低于120场的路边音乐会,继续接待100多支海内外音乐团体个人到贵阳参演。在各项演唱会和音乐节举办期间,积极提供便民服务,鼓励商家优惠,为歌迷和游客创造更佳体验。



熊列

记者:过去一年,贵阳路边音乐会广受欢迎,还举办了多场音乐节和演唱会,“爱乐之城”火爆出圈。据悉,今年将做深“音乐+旅游”文章,持续做大演唱会经济,请问有什么具体举措?

熊列:过去一年,贵阳演艺经济蓬勃发展,路边音乐会、音乐节及演唱会等演艺活动共计240余场,吸引了众多乐迷、歌迷到贵阳享受音乐,打响了“爱乐之城”品牌,为贵阳经济注入了新活力。

场外连线

“演”出文旅融合新魅力

为了一场演出,奔赴一座城,“跟着演出去旅行”正成为新潮流。

回首2024年,贵阳贵安推出了一批又一批精彩的演出,让演出成为推动文旅产业高质量发展的强力引擎。

2024年,贵阳经审批举办营业性演出活动近500场。其中包括大型演唱会10场及音乐节17场,吸引外来游客40万余人次,带动消费超2.5亿元。

2024年12月31日跨年夜,贵阳路边音乐会从2024年“唱”到2025年,长达10小时的活动,用上百个精心策划的节目,让市民游客在享受音乐的同时,还与非遗技艺、文创市集“遇见”。

据统计,2024年,贵阳举办路边音乐会现场吸引观众超180万人次,网络传播量突破70亿次,超百次登上同城热搜榜,成为贵阳一张亮眼的文化名片。

作为戏迷,市民田宇表示,让他最难忘的是2024多彩贵州文化艺术节“芭蕾舞艺术周”和“起舞贵阳·现代舞艺术周”,在接连两周的演出中,俄罗斯莫斯科古典芭蕾舞团带来了《睡美人》《天鹅湖》《堂吉珂德》三部芭蕾舞剧,现代舞艺术家高艳津子携北京现代舞团带来了《二十四节气·花间十二声》《初恋》《三更雨·愿》三部作品,都很好看。

作为贵阳人,高艳津子表示,世界顶级名家名团齐聚贵阳,让人兴奋,充分彰显了贵阳的文化影响力。

贵阳日报融媒体中心记者 李佳旭 庭静 常青 董奇语/文 覃伟/图