

城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

文化强市，三亚助建国际旅游岛的战略选择

作者：三亚市副市长 李柏青 来源：《海南日报》 添加日期：10年12月02日

文化强市，是三亚站在新的历史起点上，以更宽广的视野、更高远的层次、更非凡的手段审视和梳理三亚的发展，肩负起建设国际旅游岛重大使命和责任的战略选择。

随着海南国际旅游岛建设上升为国家战略，三亚作为海南旅游业开放和发展的排头兵，又一次面临一次重大发展机遇。笔者认为：文化强市，是三亚站在新的历史起点上，以更宽广的视野、更高远的层次、更非凡的手段审视和梳理三亚的发展，肩负起建设国际旅游岛重大使命和责任的战略选择。

三亚文化强市的政策环境与意识体现

从“注意力经济”的实践到城市营销的整合，从三亚旅游文化到文化旅游的转变，从在全球征选城市名片到提出并实施“文化三亚”的城市战略，再到明确提出“文化立市，提升城市品质”，三亚市委、市政府推进文化发展的思路越来越清晰。

有国家——海南——三亚三个层面良好的政策环境支撑，三亚文化强市凸现出越来越强劲的意识体现。

——国家战略意识的体现。国际旅游岛建设目标中，文化是最具引导力、影响力和发展潜力的部分，文化软实力是检验国家战略是否成功的重要标志。

——国际意识的体现。在全球产业分工中，三亚完全有实力成为世界级旅游目的地。国际性，既是三亚的建设标准，也是发展空间。

——创新意识的体现。三亚要争当海南国际旅游岛建设的排头兵，就必须从旅游向文化进军，创新发展模式，形成经济社会新的增长极。

——科学意识的体现。文化强市追求的是依托人文资源、立足低碳发展、谋求人与自然和谐的可持续发展。

推荐专题



世博城市 城市让



反思城市化 解读



广东建设文化强



宜宾万里长江第

城市案例

- 面向多元开发主体的实施性城市设
- 中国·漳州——健康之都：城市品牌整
- 中国圣城·延安城市形象工程策划案
- 桃花岛的营销方案分析
- 城市形象营销之自动销售机策划案
- 老济南●新泉城——诠释IMC理念
- 平遥古城的案例：历史文化名城的旅
- 新津纯阳打造山水田园城市先行区

城市图说



蛋形蜗居带来的



北京地坛涌动寒



草根版《春天里》



建筑史上的“长沙

笔者认为，三亚文化强市须以确定“六个一工程”为行动纲领：一套政府、社会团体、企业三者联动的管理和营运体系；一个政府主导、银行支持、上市公司参与的专业融资平台；一套融合了发展规划、土地供应、税收优惠的政策支持保障制度；一批各类文化艺术高端人才及团队；一个文化产品集群；一个规范有序、服务完善的文化产品交易市场。

以此为引导，三亚可确定自己的文化强市策略。

——博采精华。从大中华文化宝库中博采众长，丰富和构建立足中华、面向世界的天涯文化、凤凰文化、福寿文化等。从世界文化交流中，拿来市场机制、商业模式，创新和建立三亚文化产业的形成机制和发展模式。这是三亚文化强市的基础和发展源泉。

——嫁接衍生。牵手世界小姐总决赛等众多美丽赛事，打造美丽之都；承办高尔夫欧巡赛等国际知名赛事，建立国际体育之都；合作海天盛筵奢侈品展、新丝路模特大赛，包装时尚之都等等。这应是三亚文化强市的第二个发展阶段，也是当前主要的发展模式。

——自我创新。在积累了充分的经验、见识和能力后，须在自我创新上取得突破。例如，能否在处于文化产业顶端的创意文化上拥有自主知识产权的产品体系？能否规划建设上百个各类公共或私有博物馆，集收藏、展览、创作、市场交易于一体，把三亚建成博物馆之都。这是三亚文化强市的第三个阶段，也应是未来一二十年主要努力目标。

——引领潮流。在上面这些基础上，用二三十年时间将三亚打造成在国际上拥有广泛知名度、在文化事业上具备影响力、在文化产业上拥有竞争力的城市，并借助一系列品牌力量，成为可以引领时代发展潮流的城市。

三亚文化强市的构架设想与体系建设

文化强市的构架，包括文化事业和文化产业两大部分，文化事业是基础，文化产业是重点。

文化事业建设的核心是：大手笔制定三亚文化事业发展规划；大投入建设三亚文化事业基础设施；大力度建设一批先导项目，大气魄引进一批文化精英和专业团队。

文化产业发展的重点是：着力增加旅游服务等支柱业的文化内涵，提升其素质和品质；着力推进重大文体赛事活动，形成美丽产业、时尚产业、休闲体育产业、娱乐产业、创意产业等新的产业集群；等等。

文化强市的体系建设包括组织体系、金融体系、人才体系和产品体系。

——组织体系：设立有权威的政府决策机构，领导和筹统文化事业建设和文化产业发展工作；引进和自建一批文化艺术机构，既可联动政府开展城市文化创意，又可联系市场推进文化产业化；培育、扶持和催生一批重点文化企业，投资和建设一批文化先导项目。

——金融体系：借助海南国际旅游岛建设的投融资政策，申请设立由政府主导的文化产业发展基金；引进基金公司、上市公司参与文化资源的整合，投资文化产业项目建设；实行文化资源的资产化管理，鼓励和支持当地有实力的旅游企业上市，并跨行业向文化产业扩张，搭建起三亚文化产业的资本运作平台。

——人才体系：通过兴办博物馆、文艺机构，引进一大批创意人才；通过与好莱坞合作投资电影大片、建立影视拍摄基地、支持兴建私人工作室，吸引一批影视明星、大导演、大编剧、大制片人工作和生活，放大城市名人效应。



一面让人惊诧的



水漫金山与城市

城事声音

- 我家没有清华博士生咋办
- “拆迁”与“低碳”纠结于城市化中
- 造“鬼城”的人不要心中有“鬼”
- 一项非常艰难而正确的决定
- 我们“被高铁”了
- 咱要学会和蘑菇对话了
- 重庆城管执法“二十条新规”的遐想
- 垮桥“低级失误”，生命如此低贱

——产品体系：借助世姐总决赛、新丝路模特大赛等各类活动，可以建立起涵盖美丽时尚、体育休闲、影视艺术等类型的丰富的文化艺术产品。

三亚文化强市的认识误区与理想目标

三亚在文化强市战略上应防止几个认识误区：文化强市不是对以旅游业为主的现代服务业的弱化，而是提升；文化强市不是对三亚建设国际旅游城目标的调整，而是完善；文化强市不是对城市发展一般规律的违背，而是创新；文化强市不是对其他产业的冲击，而是融合；文化强市不是对传统文化的抛弃，而是弘扬。

三亚应该发挥几代人所创造的优势，树立放眼世界的雄心壮志，争取用较快的速度和较短的时间，完成文化强市的理念创新、模式创新、标准创新和价值创新。

——理念创新。全社会形成文化就是生产力的理念和共识，以文化生产力作为三亚的核心竞争力，参与21世纪的全国乃至全球城市竞争。

——模式创新。建立以文化为内生动力，努力在经济建设、社会发展、城市管理中注入更多的文化内涵，增加“文化赋值”，实现三亚超常规、跨越式发展的全新发展模式。

——标准创新。提出衡量国际化城市的标准，要创新并达到一些能起到引领作用的标准。未来的三亚，是各类文化人才聚集，有众多的大学、博物馆、图书馆、文化艺术机构，文化名人工作室。未来的三亚，有大型国际化、品牌化的文体赛事。未来的三亚，是以旅游为主的现代服务业，休闲体育产业、时尚产业和娱乐业兴盛。

——价值创新。天涯文化和凤凰文化都孕育着三亚特殊的文化基因。既要弘扬天涯文化，又要融合凤凰文化的传统性、历史性、国际性，再构三亚城市主题文化的体系，创新和实现新的城市价值。

录入：胡雁霞 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

相关内容

- 文化强市，三亚助建国际旅游岛的战
- 中国休闲城市榜出炉杭州青岛三亚
- 三亚怎样打造城市名片雕塑？
- 三亚大力发展文化产业 打造旅游城
- 三亚：打造专业化国际性旅游城市

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [网站导航](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#) | [出国考察声明](#)

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：czyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备07017983号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

