

# 从“四个导向”理解“产、城、人”三篇文章的重要意义

中共昭通市委党校 代伟鹏

扎实做好“产、城、人”三篇文章,是新征程视域下昭通加快推进以人为核心的新型城镇化的必然选择,是实现“争先进位、后发赶超”的发展新路径。古希腊哲学家亚里士多德曾说:“人们为了生活来到城市,为了生活得更好留在城市。”“产、城、人”三篇文章以产业发展为动力,以城市建设为吸引力,以满足人民美好生活需要为最终目标。通过做大做强“蛋糕”,实现以产兴城、以城聚人、以人兴业,达到人口有效集聚、城市有序发展、产业有力支撑,实现产业、城市、人之间互融发展。因此,准确理解把握“产、城、人”三篇文章,对全力推进落实各项任务,实现昭通高质量发展具有非常重要的现实意义。

## 一、从政治导向理解“产、城、人”三篇文章

高质量发展是“十四五”乃至更长时期我国经济社会发展的主题,关系我国社会主义现代化建设全局。党的二十大报告站在新时代新征程的历史起点上,明确提出“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”,并指出这是中国式现代化的本质要求。这一重大判断符合了马克思主义“生产力决定生产关系、经济基础决定上层建筑”的基本理论,体现了以习近平同志为核心的党中央对我国经济社会发展规律性认识的深化,这为我国实现“两个全面”奋斗目标指明了前进方向,提供了重要遵循。

为切实把党的二十大精神贯彻落实

到位,深入践行习近平总书记考察云南重要讲话精神,紧扣省委“3815”战略发展目标,市委、市政府立足昭通发展实际,坚持以推动高质量发展为主题,以更高站位、更宽视野审视谋划全市发展,在“六大战略”基础上提出扎实做好“产、城、人”三篇文章。“产、城、人”三大要素,产业发展能够重塑区域经济,城市建设能够激活新经济,进而实现人口不断集聚、经济不断壮大的目的,是昭通实现高质量发展、高品质生活的关键抓手。“产、城、人”三篇文章的发展思路,既是对昭通进入新阶段发展规律的新认识,也是着力推动经济高质量发展的重要举措,还是习近平新时代中国特色社会主义思想在昭通实践的集中体现,更是坚决做到“两个维护”,将党中央决策部署落到实处的思想自觉、政治自觉、行动自觉。因此,全市党员干部务必要深刻理解和准确把握“产、城、人”三篇文章的政治意义,切实把工作职责落在具体行动上。

## 二、从问题导向理解“产、城、人”三篇文章

党的二十大报告指出:“没有坚实的物质技术基础,就不可能全面建成社会主义现代化强国。”对于一个地区来说同样如此,没有雄厚的经济基础,就无法实现共同富裕目标,无法与全国同步基本实现社会主义现代化。昭通作为全国脱贫人口最多的地级市,虽然如期与全国一道打赢了脱贫攻坚战,但仍属于经济弱市,发展中最大的短板问题——欠发达的基本水

平,尚未实现根本性转变。从“坐标系”的横纵比较来看,昭通在全省属于“总量居中,但人均垫底”。产业支撑不强、城镇化水平不高、群众增收基础不牢是制约昭通高质量发展的“主要矛盾”,也是全市经济社会发展中最大的短板问题所在,更是加快推动昭通高质量发展的突破口。

市委、市政府坚持问题导向,直面全市发展问题所在,找准病根。在分析问题基础上,开出药方,提出扎实做好“产、城、人”三篇文章的发展路径。正如习近平总书记在学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育工作会议上强调,要“敢于正视问题,善于发现问题”“真正把情况摸清,把问题找准,把对策提实”。“产、城、人”三篇文章的发展目标聚焦矛盾问题,以补齐产业发展短板为关键,加快催生高效益的经济动能。通过经济发展加快推进城市基础设施建设,以此带动群众就业增收、拉动消费、促进经济发展,实现“产、城、人”到“人、城、产”的循环促进模式,能够更好更快破解全市经济社会发展中最棘手的难题,推动昭通高质量发展进入发展快车道。因此,全市党员干部务必要深刻理解和准确把握“产、城、人”三篇文章的现实意义,切实增强问题意识,不断提升工作能力和水平。

## 三、从目标导向理解“产、城、人”三篇文章

党的二十大报告指出“未来五年是全面建设社会主义现代化国家开局起步的关

键时期”,并提出主要目标任务。省委十一届三次全会立足云南实际,以强烈的责任意识,指出“未来三年是云南加快高质量发展跨越步伐的重要阶段”,提出“三年上台阶”的短期目标。时间不等人、机遇不等人、发展更不等人。要实现高质量发展,短期靠资源,中期靠区位,长期要靠产业、靠城市,最终还是要靠人。习近平总书记也反复强调:“人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标。”党的二十大报告中特别指出“坚持人民城市人民建、人民城市为人民”,体现了我们做好各项工作的根本遵循。

昭通作为后发展和欠发达地区,更要以强烈的目标意识引领经济社会更好、更稳健、更有节奏、更可持续地发展。市委、市政府提出扎实做好“产、城、人”三篇文章,关键在产,思路谋城,目标为人。“产、城、人”三篇文章不仅是一种发展路径、发展模式,也是进入新阶段追求的重要目标。以产兴城、以城聚人、以人兴业,三个目标环环相扣,相互促进。产业有城市依托,才能避免产业“空转”;城市有产业支撑,才能避免出现“空城”;群众生活质量也必将因产业化、城市化发展而不断提升。相信在“产、城、人”三篇文章的引领下,未来的昭通会成为全省巩固拓展脱贫攻坚成果最好的州(市)之一、综合交通发展最好的州(市)之一、壮大资源经济最好的州(市)之一、新型城镇化推进速度最快的州(市)之一、人力资源开发最好的州(市)之一,最终也将更好满足全市各族人民对美好生活向往的目

标。因此,全市党员干部务必要深刻理解扎实做好“产、城、人”三篇文章的目标任务,对标清单找方法,瞄准目标抓落实,切实把初心使命落实在工作实践中。

## 四、从结果导向理解“产、城、人”三篇文章

导向是行动的指引。政治导向是立足点,问题导向是着力点,目标导向是出发点,结果导向是根本点。从结果出发才能看出成败,让实绩检验才能看出成效。扎实做好“产、城、人”三篇文章,“产”的结果导向是创造财富,“城”的结果导向是积聚财富,“人”的结果导向是实现人民幸福、共享发展成果,三者关系相互融合。从结果导向理解“产、城、人”三篇文章,是达到“以产兴城、以城聚人、以人兴业”的目的,实现“水深鱼悦,城强贾兴”的效果。

为加快实现“产、城、人”三篇文章融合发展新模式,彰显高质量发展成色。市委、市政府制定实施《昭通市深入推进“六大战略”扎实做好“产、城、人”三篇文章三年行动方案》,明确了任务书、作战图,要求力争三年努力,“产、城、人”三个方面要达到或超过全省平均水平,经济社会发展跃上一个新台阶,这是昭通未来三年十分重要的政治任务,是一张必须回答好的政治答卷。因此,全市党员干部务必要将“结果导向”作为一种工作理念、一种工作方法、一种工作制度、一种工作标准,坚持真抓实干、真抓实干、实干苦干,高质量推动全市产业、城市、人之间的互融发展。

# 把“红色扎西”打造成为云南红色文旅融合品牌

中共昭通市委党校 王婧 韩焰 王珍

2021年7月,国家文化公园建设工作领导小组印发《长征国家文化公园建设保护规划》(以下简称《规划》),明确了若干县(市、区)作为长征国家文化公园首批“文旅融合示范区”创建单位,其中,云南威信县榜上有名。云南省要把威信县打造成为红色文旅融合示范区品牌,就是要按照党的二十大报告关于“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”的新要求,使“红色扎西,走向胜利新阶段”这块金字品牌亮起来、红起来!

## 一、厘清打造的依据

2020年1月,习近平总书记考察云南指出:扎西会议改组党中央的领导特别是军事领导,推动中国革命走向胜利新阶段。2021年7月,国家文化公园建设工作领导小组印发《规划》,把云南威信县列为首批39个文旅融合示范区创建单位。这为云南打造威信县红色文旅融合示范区品牌提供了政策依据。

威信县位于云南省东北角,云、贵、川三省接合部,素有“鸡鸣三省”之称。1935年2月,中央红军长征途中在此召开过扎西会议,留下了长征遗址、遗迹、纪念建筑等共158项(据2020年普查数据),扎西会议被列为红军长征35个重要事件之一,扎西会议会址和扎西红军烈士陵园是全国爱国主义教育基地、云南省党性教育基地和廉政教育基地。扎西红色小镇于2021年5月成功创建为国家4A级景区,扎西会议纪念馆入选“建党百年红色旅游百条精品路线”。这为云南打造威信县红色文旅融合示范区品牌提供了历史依据。

威信县著名的人文景观有全国重点文物保护单位、留下千古之谜的瓦石樊人悬棺,有三亿年时光雕刻的“西南第一洞”——天台山溶洞地质公园,融儒、佛、道于一体的明代奇观——观斗山宗教文化旅游景区,入围中国首批传统村落,牵手2014年中国最美村镇的水田湾子苗寨。同时,威信县是全国绿化先进县,有桫欏、桢楠等国家级保护植物16种,野生动物81种(其中国家级保护动物12种),国家级森林公园1个,竹资源10属22种,活立木蓄积量达到420万立方米,森林覆盖率达50%,林木绿化率达61%。境内赤水河流域面积482平方公里,占整个国土面积的25%左右。著名自然景观有古木苍翠的绿水河——大雪山生态旅游区,风光秀丽、隔叶闻鸟语的天星国家森林公园。这为云南打造威信县红色文旅融合示范区品牌提供了文化和生态依据。

2021年1月,云南省文物局公布全省第一批不可移动文物名录,昭通市有长征文物37项,其中威信县22项。2月,昭通市文物局公布全市第一批不可移动的长征革命文物目录95项,其中威信县38项。5月19日,扎西会议纪念馆入选“中宣部和国家文物局联合推介庆祝中国共产党建党100周年精品展”,“扎西会议”一馆三会址接待省内外141家单位16800余人开展体验教育,接待游客197621人次。红色热土焕发

出新的生机与活力,“红色扎西”品牌越擦越亮。威信县2022年共接待国内外游客503.69万人次,同比增长36.14%;实现旅游收入44.63亿元,同比增长63.76%。红色文化旅游已经成为全县新的经济增长点和服务业的重要支柱,并在全县的经济与社会发展中显现出日益增强的带动作用。这为云南打造威信县红色文旅融合示范区品牌提供了现实依据。

## 二、高位打造的顶层设计

威信县作为长征国家文化公园首批“文旅融合示范区”创建单位,其创建的品质关系到《规划》的高质量落实。党的二十大报告指出:“建好用好国家文化公园。”因此,建议由威信县和昭通市两级政府联合向省府请示,由省级层面组建领导小组,围绕《规划》中确定的与威信县相关项目,一是加强与贵州、四川两省相关市、县(区)的协调、合作工作;二是加快对威信县长征文化的梳理和发掘,系统整合红色文化资源,组织党史研究专家、文旅策划专家等知名专业人士,既对威信县红色文化进行深度研究、挖掘,也对其红色旅游资源如何深度开发,合理规划布局做出科学全面的研判;三是要站在国家级的视角策划、打造文旅融合开发项目,引导红色文旅产品创新,打造独具特色的威信红色旅游品牌。四是要树立全域旅游理念,利用现代科技手段提升物质文化景观的场景区效果,通过长征文化展示、融合旅游康养度假、户外运动等多种业态,打造文化创意空间,推动活化传承,带动经济社会协调发展。【威信县入围《规划》项目有:建设范围县——威信县;集中展示带——古蔺——叙永——威信集中展示带(四川省古蔺县、叙永县,云南省威信县);长征历史步道1条——四渡赤水长征历史步道威信段;主题展示区1个——扎西会议重点展示园(水田寨、扎西镇江西会馆、大河滩庄子上);文旅融合区1个——威信县文旅融合示范区;传承保护工程1个——威信县。】

## 三、打造鲜明的核心主题形象

一个区域的红色旅游发展过程中,总是要提炼自己的核心主题,打造自己的品牌形象,既要展现红色文化的共性,又要突出自己的个性。定位自己的主题形象就是确定自己的独特个性,这是吸引游客的关键。威信县策划的红色旅游主题形象一直在变换,一定程度上与区域旅游产业发展的目标和方向模糊、思路不清、认识不到位有关,与对威信长征文化资源研究、提炼、挖掘不深入也有关。要准确把握威信红色旅游主题形象确定下来,必须把讲好扎西会议故事与传承长征精神有机统一起来,必须从习近平总书记对扎西会议的最新定位中挖掘深刻的内涵和时代价值。因此,我们建议把威信红色旅游核心主题形象确定为:“红色扎西,走向胜利新阶段”。这既忠实习近平总书记对扎西会议的最新定位,也隐喻了习近平总

书记正带领中华民族走向伟大复兴(新长征)胜利新阶段,还隐喻了现在的红色扎西正走向发展的胜利新阶段,每个人的威信游客,也正走向自己人生的胜利新阶段!

## 四、重视打造的人才支撑

文旅融合,人才是支撑。红色旅游人才队伍的素质,直接影响服务水平。要进一步创新用人机制,营造有利于发挥人才作用的氛围和环境,吸引更多又红又专的优秀人才进入红色旅游队伍从业,夯实红色旅游人才队伍基础;要重点培养一支专业队伍,加大红色文旅从业人员的培训力度,努力培养一批理论基础牢固、专业技能扎实的讲解、导游和演出队伍;要采取职业教育、岗位培训、学历教育和专业人才引进等方式,大力提升红色旅游管理人员业务工作水平和能力,增强讲解的政治性、知识性、趣味性和生动性,才能造就一支高素质的能够提供高水平服务的红色旅游人才队伍。

## 五、打造开放的思路

红色文旅融合只是一种重要手段,不是目的。打造“威信文旅融合示范区”的红色文旅融合,是有效推进长征国家文化公园建设云南威信段精细化、系统化、品质化的一种重要手段,是以红色文化内涵丰富的长征资源为载体,与旅游深度相融,实现传承好长征精神和带动好长征沿线发展两大目标。威信县的红色文旅融合必须以弘扬长征精神、传承红色基因为核心,紧扣扎西会议这一核心品牌,着力创建红色文旅示范区,倾力做好“扩红”文章,积极推动长征国家文化公园(威信段)建设,稳步推进“一区两园三院四道五馆六大工程”,全面铺开“红城红军情·赤水赤子心”十大行动,围绕红军长征六路进扎西这一历史脉络,精心打造6条红色旅游线路35个红军村。要迅速推进“史料收集布展”和“文物保护修缮”两项当前要务,收集整理并充分利用好现有的史料、文物和建筑资源,科学制定保护方案和布展方案;要聚焦红军长征过云南纪念馆、红军长征标语纪念馆、威信县博物馆、扎西会议研究院、扎西碑林、扎西大剧院等,建设一批标志性文化旅游重大项目;要策划推出一批文创精品,围绕“吃、住、行、游、购、娱”,创新理念和机制,打造具有威信特色的美食、实景剧、红色组歌、文创产品等,提升威信旅游软实力;要集中打造一批融合亮点,加快启动第一批11个红军村建设,列出项目清单,做好吃苦耐劳、扎西老街、红色文化公园、红色书屋等项目的包装推介,集中推出更多红色景点、亮点;要探索建立一套运作模式,组建红培中心,进一步鼓励和引导有经验、有实力的社会资本参与红色文化旅游的投、融、建、管、运;要招商助力一批基础设施配套建设,持续加大招商引资力度,推动完善酒店、民宿、餐饮、商场等配套设施建设。

随着科技进步和数字化时代的到来,我们正处于一个信息传播史上的关键时刻,这个时代被称为“媒体融合时代”,旨在整合不同媒体形式和渠道,为观众提供多元化、个性化的体验,形成了一个独特的传播格局。在这个格局中,作为信息传播的关键节点——主持人的角色,也在经历前所未有的变革。他们不再是节目的引导者,而是成为连接内容、技术和观众的桥梁。本文将探讨这个媒体融合时代中,主持人角色所面临的挑战与机遇,以及他们如何在多变的环境中定位自己。

## 一、媒体融合时代的背景及其对主持人角色的影响

随着现代技术和信息时代的迅速发展,数字技术与互联网已经成为传统媒体与新兴媒体之间的桥梁。从电视、广播和报纸到社交网络、博客和视频平台,媒体融合的概念已经深入到了每一个角落,构筑了一个多元化、高度互动的传播环境,改造现有媒体结构和布局成为首要问题。在这样的背景下,主持人这一特定的角色也经历了一系列明显的变化。

首先,是主持人在多平台上的存在和表现。在传统媒体时代,主持人主要在电视和广播中担任中心角色,但在当前的媒体生态中,这种角色已经扩展到了YouTube、微博、TikTok、直播平台和其他数字平台。这不仅要求主持人具备跨平台的传播能力,而且还需要适应各种不同的内容形式和观众群体。

其次,媒体的高度互动性也对主持人提出了新的要求。过去,主持人与观众之间的关系主要是单向的,但现在,社交媒体工具,如评论、点赞和分享使得双方之间的互动成为可能。这种实时反馈为主持人提供了对观众喜好和期望的即时了解,同时也对主持人的即兴反应能力和应变技巧提出了更高的要求。

再次,主持人的角色已从单纯的内容传播者转变为内容创造者。在数字化时代,他们不仅仅是向观众介绍内容,还参与到内容的策划、创作和生产中。许多主持人甚至拥有了自己的个人品牌,通过不同的媒体平台推广自己的理念和风格,从而吸引更多的观众。

总的来说,媒体融合为主持人提供了广阔的舞台,但同时也带来了前所未有的挑战。适应这种新环境需要主持人不断地学习、创新和自我超越。

## 二、媒体融合时代下主持人面临的挑战

媒体融合时代,虽然为主持人提供了前所未有的机遇,但同样也为他们带来了一系列挑战,要求他们不断调整自身以适应这一变革。

首先,主持人需要具备多样化的特征。在传统媒体时代,主持人主要扮演着中介者的角色,即向观众介绍和解读内容。然而,在当前的媒体新旧融合环境下,这一角色已经远远超出了基础的主持技能。新媒体和传统媒体之间的界限变得越发模糊,这一转变也给播音主持造成了影响。数字化、社交化的特点要求主持人不仅要有出色的表达和沟通技能,还需要掌握如摄影、剪辑和社交媒体运营等技能。例如,一个主持人可能需要自己编辑和上传视频片段到社交媒体平台,或者与观众进行在线互动,这都需要他们具备一定的技术能力和策略思维。

其次,主持人所面临的竞争加剧。媒体融合不仅促进了内容形式的多样化,也为更多的内容创作者提供了展现自己的机会。任何人只要有手机或计算机,都可以在各种平台上发布内容,与主持人竞争观众的注意力。这种去中心化的内容生产方式意味着主持人不再是观众获得信息的唯一途径,他们必须与大量的内容创作者竞争,提供更有价

值、更有吸引力的内容来保持自己的地位。

再次,在多平台、多频道的媒体环境中,观众的注意力被分散到各个平台上,这使得主持人面临着如何吸引和留住观众的挑战。不同的平台有着不同的观众群体和喜好,主持人需要针对这些特点进行精准的内容定位和传播策略。此外,由于观众的选择性增强,主持人需要不断创新,提供高质量的内容,以满足观众日益提高的需求。

综上所述,媒体融合时代对主持人提出了更高的要求。他们不仅要适应技术和平台的变化,还需要面对更加激烈的竞争和分散的观众。在这一背景下,只有通过不断学习和创新,主持人才能在这个时代立足。

## 三、主持人在媒体融合时代的机遇

媒体融合时代,虽带给主持人诸多挑战,但同时也孕育了前所未有的机遇。主持人可以通过掌握这些机遇,进一步发挥其专业能力和影响力。

首先,在过去的传统媒体模式下,主持人的角色往往被限定在特定的框架和格式中,受制于播出时间、节目内容和制作方式。然而,数字化和社交媒体的崛起为主持人提供了更多的创作自由。他们可以基于自己的理念和风格,创作个性化、有深度的内容,从而建立和巩固自己的个人品牌。这种品牌化的趋势不仅能够为主持人带来更高的职业认同感,还有助于与观众建立更为紧密的连接。主持人应主动寻求转型,积极探索学习,了解新媒体传播的受众,寻找适当的语言风格。

其次,媒体融合也意味着不同领域和专业之间的界限变得模糊,为主持人提供了更广阔的合作空间。他们可以与其它领域的专家、明星或KOL进行跨界合作,为观众提供多视角、多元化的内容。这种合作不仅可以丰富节目内容,增加其吸引力,还可以扩大主持人的影响力,吸引不同领域的观众。

再次,传统媒体的受众范围往往局限于特定的地域或国家,但互联网打破了这一限制,使得内容可以实现全球化传播。主持人可以利用数字平台触及全球观众,跨越文化和地域界限。这不仅为他们提供了更广阔的市场,还有助于在全球范围内建立其专业地位和扩大其影响力。

总之,媒体融合时代为主持人带来了前所未有的机遇。主持人应积极把握这些机遇,不断创新和进取,以适应并引领这一时代媒体的发展趋势。

# 浅谈媒体融合时代主持人角色

水富市融媒体中心 陈虹燕