

书香换花香 春意暖人心

成都市文化公园启动旧书换绿植鲜花公益活动

□本报记者 赵蝶 文/图

花重锦官，书香成都。2月20日下午，由成都市公园城市建设管理局主办，成都市风景园林学会协办，成都市文化公园承办，2021第四届天府迎春赏花节暨成都市第十七届花会系列活动——书香换花香·春意暖人心公益活动在成都市文化公园东大门(琴台路)露台正式启动。

据悉，第四届天府迎春赏花节旨在引导市民走出家门，到公园城市成都的大街小巷、公园绿道踏春赏花。而作为天府迎春赏花节的系列活动——成都第十七届花会，结合建设美丽宜居公园城市和深入贯彻党的十九大精神和中宣部印发的《关于促进全民阅读工作的意见》各项要求，响应书香成都全民阅读，将两个活动结合，本次“书香换花香”公益活动主办方拿出2000盆各类花卉绿植，倡议和邀请广大市民将家中闲置的各类健康阅读书籍，拿到活动现场交换。最后在其中筛选出适合青少年阅读的所有书籍捐赠给青羊区青少年福利院，其它书籍用于公园免费阅读区供市民免费阅读。

据了解，市民所提供的书籍必须内容健康、符合国家出版发行要求，不违反国家规定；没有明显的折皱、破损。兑换原则：1本书或3本杂志兑换1盆多肉植物或时令花卉；3本书或5本杂志兑换一盆绿萝或常春藤；5本书或10本杂志兑换1盆长寿花；10本书或者20本杂志兑换1盆红掌。

活动主办方负责人表示，本次活动旨在倡导公园城市全民爱花养花、全家读书的氛围，营造和美幸福的公园城市幸福生活。书香换花香，春意暖人心，让青少年福利院的小朋友也能感受到社会的关爱，养成读书的习惯，鼓励他们战胜困难，积极乐观地面对生活和未来。记者现场看到，前来换花的市民络绎不绝，对活动都赞不绝口。提着旧书来的王女士告诉记者，这个活动很有意义，不看了的旧书通过这个平台可以帮助到别人，换了花又可以美化自己的家园，真是两全其美。



相关链接

盛世迎大运 花重锦官城

“蓉城花肆”圆满收官，吸引市民人数超过450万

本报讯(记者 赵蝶)昨日，记者从成都市公园城市建设管理局办公室获悉，为加快建设践行新发展理念的公园城市示范区，营造生机勃勃的新春户外经济场景，近日，由成都市公园城市建设管理局等主办，以“盛世迎大运 花重锦官城”为主题的第四届天府迎春赏花节首场活动——“蓉城花肆”圆满收官。

据悉，该项活动在成都市110余个公园、绿道、社区和专业花卉交易市场同步展开，吸引市民人数超过450万。本次天府迎春赏花节将持续开展到4月30日，期间还将推出100余场特色活动，为市民群众打造喜闻乐见的花开倾城盛景，提升市民群众的幸福感、获得感、归属感。

本次活动中，成都市文化公园、人民公

园、浣花溪公园、百花潭公园和塔子山公园等5个点位设置展销面积3000余平方米，打造画框画、剪窗花等互动体验场景；各区(市)县同步推出社区花店100余个。各专业花卉交易市场将文创、游乐和创意市集融合，开通“花卉旅游直通车”，有效提升活动吸引力和参与便捷度。活动邀请花卉企业和农业经营主体100余家，设置花车点位200余处，商品包含鲜花、年桔、盆景、春联、年货等120余种产品，销售量超过30万件，销售额达800余万元。活动还开通线上直播，形成现场体验、线上下单、线下配送的消费新模式，并开展“2021年最美花店”“2021年人气花肆”等网络评选活动，活动现场调查结果显示，96%的民众表示非常满意。

四川省旺苍县城市和茶乡文化形象LOGO新鲜出炉

近日，四川省广元市旺苍县城市和茶乡文化形象LOGO全新出炉，一则以“红色旺苍·中国茶乡”为主题的作品脱颖而出，成为最新的旺苍“代言”。自去年12月该县面向社会征集，通过投票结果和综合评定，历时两个月，最终确定旺苍城市形象LOGO和茶乡文化形象LOGO。

据悉，旺苍城市形象LOGO以旺苍文化为基石，体现旺苍两大文化内涵——红色文化及茶文化，整体以旺苍首字母为基础造型，融入旺苍三色(红为魂，黄为韵，绿为本)，起笔形如灵动飘逸的红旗，中间体现黄金大地旺苍，结尾以茶叶为形状，体现旺苍生态及茶产业。该LOGO主题造型以旺苍首字母包含三大色系中国红、即为：红色文化、红色旅游、红军城、红叶。

旺苍茶乡文化LOGO以文字“黄茶”为设计基础，结合中国古建筑风格，体现旺苍源远流长的茶文化。整体形态布局：上面为文字“黄”，下面为文字“茶”，中间“水滴”形态“茶杯”形态，展现茶韵，突出旺苍茶文化。红色印章代表以“米仓山”为

核心的茶产业。

城市形象LOGO可以间接反映一座城市的文化，起到对城市的识别与推广作用。该县相关负责人表示，城市和文化形象LOGO成功出炉的同时，旺苍将按照“生态优先、创新驱动、转型发展、富民强县”发展思路，大力推动“大工业、大农业、大文旅、大城镇、大开放、大振兴”县域经济高质量发展六件大事，加快建设新型工业强县、红色文化强县、生态康养强县、黄茶产业强县，为加快建设“红色旺苍、中国茶乡”作出新的更大贡献。

据介绍，旺苍此次发布的城市和茶乡文化形象LOGO除了将在城市的公共设施应用，如重要节点的广告牌、公共汽车站、报刊亭、道路围栏、灯柱等统一规范，提升城市整体的形象外，也将应用在对外宣传推广中，如各种媒体形象、宣传品、礼品等，以及城市各部门对外宣传时，统一规范使用城市形象标志，以提升城市的影响力。

刘仁喜 周俊 康勇

疫情下的全球旅游业该何去何从?

受疫情广泛封锁措施影响，全球旅游活动空前减少。国际货币基金组织(IMF)数据显示，2020年第三季度，国际游客人数同比下降了98.7%。游客数量的锐减也给相关产业带来巨大震荡。总体而言，去年旅游业的名称经济预计下降了40%。

旅游业受挫对全球经济的影响不可小。根据世界旅游理事会数据显示，该行业占全球经济产出的10%以上。这些贡献主要包括对酒店、餐厅、旅行社、航空公司和其他客运服务等。

步入新的一年，旅游业的利好因素有所增多。经此一“疫”，大量被压抑的旅游需求等待释放；不少国家正在有序推进疫苗接种；在疫情控制较好的国家和地区，人员流动和旅行开始走向正轨；全球新增确诊病例已连续数周下降。

IMF称，乐观的话，旅游业复苏的步伐有望加快。但与此同时，疫情长期的不确定性、疫苗维持有效期限、经济债务负担等仍交织其中，成为旅游业复苏的阻碍。

在此情况下，未来旅游业该如何“被救”和“自救”？IMF日前发布一份关于旅游业复苏的报告也对此进行了一番探讨，可以从中获得一些启示。

一是宏观经济和财政政策仍可奏效。IMF建议，各国政府在出台相应政策时要更注重针对性，使纾困举措能直达深受疫情影响的群体和企业；同时，也要注意现有的财政政策空间和债务可持续性。

二是旅游经济模式的再反思。各国可将视野着眼于长期，通过转向可持续发展的旅游模式、投资于新技术等，使旅游业多元化发展，避免因过度依赖旅游经济而导致收入来源单一化。

最后，加强全球合作。IMF认为，虽然在全球层面的当务之急是生产、购买和分发疫苗以阻止疫情蔓延，但这也为全球加强合作提供了契机。各国可联手建立共享信息平台，为游客提供防疫指南和出行要求等。

据新华网

近郊游园年味浓

牛年春节假期，天气晴好，就地过年的人们纷纷走出家门，前往四川绵阳城区和江油李白故里近郊旅游景点，亲近大自然，感受年味，享受过年的美好生活。

李白纪念馆作为李白文化的缩影，春阳照耀下，馆内规模宏大、古朴雄壮的仿唐建筑在满眼绿树的映照下，散发着古朴雅致的气息，数以千计的文化藏品，无处不彰显着江油浓厚的李白文化底蕴。来自绵阳的游客李向北说，纪念馆内满溢诗情画意的园林、清幽的环境，浓郁的李白文化气息，让他和朋友们流连忘返，不虚此行。李白纪念馆及就近的太白公园每天游客超过一万人。青莲李白诗歌小镇、窦团山、佛爷洞等景区也深受广大游客的青睐，人们在盛开的红梅树下拍照留影，通过手机视频拍抖音，把春天的美景传递给亲友们。

在绵阳方特东方神画景区内，张灯结彩，到处都是红彤彤的灯笼和中国结，让游客感受到浓郁的节日氛围。当夜幕降临，园区内上千盏灯笼亮起，特色年味一条街热闹热闹，主题演艺轮番上阵，许多喜欢拍照的游客前来打卡留念。乐园里除了40多项室内外主题项目，还全新升级了城墙光影秀，推出了汉服花灯游园会、明朝主题演艺等众多精彩活动，将传统文化和新潮科技深入结合、创意混搭，再加上各种美食、互动节目、主题烟花秀等，为广大游客开启“白+黑”的任意畅玩模式。据了解，绵阳方特每天游客在一万人左右。来自成都的游客于莉说：“非常有年味，高科技的项目非常多，玩得很尽兴，下次还要来。”

绵阳主城区各大公园沐浴在暖阳里，盛开的鲜花、高挂的灯笼，还有迎春书画摄影展等营造出的年味，给“就地过年”逛公园的人们带去了节日的喜悦。

农历大年初八，市民陶珍大娘和女儿坐在西山公园玉池湖畔的一块大石头上，晒着太阳，望着不远处玩耍的小孙女，感叹着眼前景象如画——瓦蓝瓦蓝的天空下，园子里红梅成片绽放，海棠吐出露花蕊，岸边的几树白色玉兰花也开了，湖光映着花与树，云影摇曳，红墙蜿蜒，绿道通幽，三三两两的游客或漫步或拍照，春节的年味温馨幸福。春节期间，西山公园一共布置了五千多株鲜花和五千多盏灯笼。伴着淡淡红梅香，走进诗画西山摄影展的长廊，感受到生活真美好。

“在绵阳过年挺好，好看好玩的地方不少！”20岁的返乡大学生杨龙和他的父母骑着共享单车欣赏沿江美景，他们一家打算这个春节把绵阳周边的公园逛个遍。初六那天，杨龙带着他的表弟表妹一起去富乐山公园赏花放风筝，玩得不亦乐乎。富乐山公园俨然就是梅花等各种花儿组织的聚会，人们在阳光下赏花拍照、喝茶聊天，惬意得很。人民公园门口，两只卡通小牛活波可爱、活灵活现。旁边花团锦簇，赏心悦目。在解放纪念碑旁，“全新”打造了一条景观大道。道路两旁安上彩灯枫树，一到夜间，彩灯亮起，璀璨夺目。春节期间，在绵阳各大公园主入口，均张贴有“天府健康通”场所码和“公园场所码”，工作人员和志愿者引导游客有序扫码入园。南山公园也挂起了近百幅彩旗和上万盏灯笼。

特约记者 田明霞 文/图



就地过年成为主流 近郊周边游人气高

1447.6万游客感受浓郁成都特色文旅“年味儿”

本报讯(记者 赵蝶 文/图)昨日，记者从成都市文化广电旅游局获悉，在国家提倡“就地过年”、减少聚集，国内多地发生零星散发病例的特殊背景下，成都市文化广电旅游局坚决贯彻落实党中央国务院、国家文旅部、省市疫情防控指挥部关于做好春节期间各项工作的部署，通过市级相关部门和各区(市)县的共同努力，一手抓疫情防控和安全生产，一手抓文化旅游服务保障，创新工作举措，丰富产品供给，强化服务保障，假日市场运行安全平稳有序。今年春节假期，成都天气持续晴朗，气温适宜，在系列精彩纷呈、创新多元的新春文旅活动激发下，市民游客赏春景、看展览、观民俗出游热情高涨。春节黄金周全市接待总人数为1447.6万人次；旅游总收入127.6亿元。纳入统计的A级旅游景区共接待游客501.9万人次。全市文化馆、图书馆和博物馆等文化场所共吸引线下参与市民游客111.2万人次，各类丰富精彩线上活动吸引约1236.6万人次市民游客的广泛参与。

就地过年成为主流，近郊周边游人气高。就地过年，市内出游成为今年春节相较往年的最大特点，以近郊游、乡村游、古镇游、都市游为代表的市内出游成为春节文旅市场主流。一是近郊乡村旅游持续火爆。成都市文广旅局针对春节假期专门推出乡村田园民宿之旅、文艺林盘乡村之旅、向往绿意乡村之旅等乡村主题精品旅游线路，有机串联起蒲江明月国际陶艺村、崇州竹艺村等四十余个乡村热门景点。假期，郫都战旗村、崇州竹艺村、都江堰花村等乡村旅游网红打卡地和川西盆地人气持续火爆，游人如织。二是古镇游持续火爆。“吸睛”、街子古镇的川西民俗巡游、川剧表演，洛带古镇的非遗“牛灯舞”巡游新春秀等古镇活动浓缩文化与时尚元素，成为市民游客体验文博、感受历史、享受大假欢乐时光的重要场景，接待客流量也位居A级旅游景区类前列。街子古镇接待游客45万人次，洛带古镇接待游客34.4万人次。三是精品都市游照搬搬。成都国际金融中心(IFSC)文旅商综合体项目带动春熙路、太古里商圈共接待游客244.9万人次。

欢乐祥和秩序井然，文化年味氛围浓厚。安全有序、健康平安、欢庆祥和、文化惠民活动丰富、文化年味浓厚成为今年春节假期的最大亮点。今年春节推出的一系列文旅惠民活动，让在蓉过年的市民游客感受到浓郁的成都特色文化“年味儿”。一是“夜游锦江”构建新春文旅消费新场景。“锦江水肆”“锦舟夜游”等点亮锦江春节系列活动体验人气爆棚，充满浓浓的节日氛围、成都年味儿和独特的文化气息，受到央视重点新闻栏目多次报道，暖人心、成都味的公园城市形象在国内外广泛传播，“夜游锦



江”共接待游客近19万人次。二是文旅惠民活动极大丰富假日文化生活。假日期间，成都共开展“成都文化四季风·民俗闹春”群众文化活动暨“千龙狮闹新春”网络展演活动暨“列五五都—秦汉时期的中国都市”惠民及市民游客超过281.2万人次。三是文博体验游营造浓厚假日文化味儿。成都博物馆推出“列五五都—秦汉时期的中国都市”“玉汝于成—潘玉良的艺术家人生”特展等历史类、艺术类及自然类多个大展，让不同喜好的市民游客均能找到自己心仪的新春文化体验。武侯祠博物馆携手腾讯共同发起“云逛庙会”，引入旗下《鸿图之下》手游IP打造三国创意灯光秀，晦明之间于般景上三国创意灯展在绚烂之外再添灵动，将一直持续到正月十五元宵节，假期吸引游客24.6万人次。金沙遗址博物馆以发现20周年为主题主线，举办“重生绽放—金沙遗址发现20周年纪念展”，让市民游客在假期以独特文化体验穿越金沙古国，体验独具魅力的古蜀文明。

消费升级特征明显，新兴业态深受喜爱。假期，市民游客对于高品质文旅产品的需求保持旺盛，文旅消费升级提速，精品民宿游、天府绿道游、冰雪运动游等新兴业态深受喜爱，成为春节假期最潮风向。一是精品民宿游备受游客青睐。市民游客出于私密性、安全性较高的精品民宿更加青睐，都

江堰青城山、大邑县西岭雪山等区域的精品民宿，尤其具有温泉或汤池的精品民宿客房在假期更是一房难求。二是天府绿道游彰显成都特色。“雪山下狂欢，公园里过年”绿道新春狂欢季系列活动组织开展“迎新春·爱生活”锦城花市等50项活动，为市民游客假期提供了更多文旅体验新场景。丹景山景区连续六日游客量达到最大游客承载量上限，累计接待游客超过9.7万人次。三是冰雪运动游持续高位运行。西岭雪山游客预约量连续多日处于高位运行，景区内酒店平均入住率超过90%。融创文旅城打造国内唯一驻场冰上特技舞剧《爱丽丝梦游仙境》，让游客和市民享受浓浓年味与蜀韵十足的视觉盛宴，接待游客18.7万人次。

组织形式不断创新，文旅产品供给丰富。成都市文广旅局围绕“就地过年”新特点，按照“小型、分散、多样”的原则，同时不断优化服务方式、活动组织形式，取得了良好成效。一是针对疫情特殊变量创新春节产品供给。针对今年春节疫情因素约束性条件和春节市民游客文旅消费需求旺盛的需求保持旺盛，文旅消费升级提速，精品民宿游、天府绿道游、冰雪运动游等新兴业态深受喜爱，成为春节假期最潮风向。一是精品民宿游备受游客青睐。市民游客出于私密性、安全性较高的精品民宿更加青睐，都

下走向线上线下相结合，在疫情防控要求不降低的前提下，充分保障大留蓉过年市民游客有更多文旅场景、文旅产品可欣赏、可参与、可消费。二是大力发展线上产品和户外消费新场景。加大广电和融媒体中心文化节目供应，鼓励提供免费和免流量线上文娱活动，积极组织云剧场、艺术直播、云展览等线上产品。假日期间，线上文化群众活动参与人次超过213.3万人次，全市公共图书馆、文化馆线上服务市民游客近50万人次。重点推动开放式、大空间、非密闭的560个文旅场所有序开放，引导文旅场所推广分时、错峰服务。依托天府绿道、川西林盘等户外场景，推出天府绿道之旅、川西林盘乡村之旅等20条“新春欢乐游”精品线路。

精致服务保障有力，假期出游温馨舒适。假日期间，针对丹景山、西岭雪山、街子古镇等景区客流量较大等情况，成都市文广旅局第一时间面向市民游客发布温馨提示，为市民合理安排出游行程提供便捷服务。充分借助大数据，实时视频等新技术手段和工具，对疫情防控措施落实情况、景区接待情况进行动态监测，对客流量较大、景区承载率较高的旅游景区进行分析研判并及时预警提示，科学指导相关部门和景区快速采取远端分流、近端疏散等举措，确保景区游览安全、舒适。