

牢记殷殷嘱托 谱写巴渝新篇·长寿特刊

国际范 中华风 长寿韵

长寿 打造运动康养旅游目的地



长寿湖

核心提示

长寿,是人类最朴实的共同夙愿和追求。以“长寿”命名,并将“长寿”作为核心品牌和竞争力来打造的城市,长寿区在建设世界知名旅游目的地方面,具有天然的优势和吸引力。

当前,长寿区正在充分利用特色山水、厚重文化,聚焦“运动康养”的鲜明特色,凸显“自然长寿”品牌,推动全域农文旅产城一体融合发展,打造具有世界知名度的集运动康养、休闲于一体的旅游产品和服务体系,建设世界级运动康养旅游目的地,让寿城山水走向世界、让世界来宾同享长寿。



长寿湖摩托艇

厚植生态底色

绿水青山筑牢“长寿”基石

俗话说,青山绿水万顷地,十里常逢百岁人。众所周知,良好的生态环境是健康长寿的前提和基础。

新年伊始,站在长寿湖边远眺,多个岛屿山头披上了一层白色外衣,“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”。其实,这些白色物体不是梨花,也不是白雪,而是鸟糞。

随着长寿湖生态环境越来越好,每年冬天来此栖息过冬的候鸟越来越多。鸳鸯、天鹅、斑嘴鸭等候鸟飞来,与长寿湖原有的白鹭、苍鹭、鸬鹚、野鸭等勾勒出“万鸟齐飞”的冬日胜景。

“将沿河两岸禁养区的规模养殖场和肥水养鱼山塘全部关停撤除,同时封闭排污口,对周边场镇生产生活污水全部实施集中处理,每天对湖面清漂保洁。”长寿区相关负责人介绍,通过持续开展生态修复和治理,如今长寿湖水水质长期稳定保持在Ⅲ类以上。

长寿湖的生态蝶变,正是长寿区擦亮生态底色的一个缩影。

近年来,长寿区坚决筑牢长江上游重要生态屏障,科学划定生态保护红线,全面改善生态环境,关闭沿江化工企业18家,明月山非煤矿山29家,森林覆盖率达47.5%;建成全国领先的经开区五级水污染风险防控体系,三级河长体系全面建立,长江长寿段水质保持Ⅱ类,龙溪河、御临河监测断面水质保持Ⅲ类,城市、街镇集中式饮用水源地水质稳定达标;高质量打赢污染防治攻坚战,去年空气质量优良天数达321天,危险废物、医疗废物规范处置率达100%,实施“四山”矿山生态修复20公顷,治理水土流失700公顷。

如今,“一江、两湖、三河、四山、十三溪”等持续向好的生态本底,正是长寿打造世界级运动康养旅游目的地的、建设国际化绿色智能化人文文化中国长寿城的最大底气。

聚焦运动康养

打造多业融合、全域发展的旅游升级版

重庆长寿湖PVC太阳旗旗舰乐园包括主题乐园、月亮部落、城堡酒店、商业街,中华长寿原主题农场,重庆长寿湖Discovery探索主题乐园,长寿原乡实景演艺秀项目……

日前,一条关于长寿湖文化产业园六大项目建设的招标信息正式挂网。这是长寿湖争创国家级旅游度假区和国际康养旅游目的地的一套“组合拳”,也是长寿建设“世界级运动康养旅游目的地”迈出的坚实一步。

从招标信息中可以看出,在全新的长寿湖畔,新增了不少国际范的比赛、展会相关元素和设施。

“打造世界级旅游目的地,运动康养是特色。”长寿区相关负责人表示,聚焦年轻态、充满活力的运动康养,是建设“中国长寿城”的题中之义、内涵要求,也是全力承载中心城区重大功能布局,深度参与我市建设国际化消费中心、国际化旅游目的地和国际化交往中心的使命使然。

今年,按照“3113”(3个专项,每个专项10个以上特别重大项目,100个以上重大项目,总投资3000亿元以上)项目攻坚行动计划要求,长寿

擦亮长寿品牌

营造“全民参与运动、人人向往长寿”的城市氛围

“市民,是一座城市形象、精神、品牌的主要缔造者。”在长寿区相关负责人看来,长寿打造世界级运动康养旅游目的地,除了有与之匹配的硬件之外,也需要长寿百万市民的积极参与,共同缔造生命之城、运动之城、长寿之城的城市形象和氛围。

要打造世界级的运动康养旅游目的地,长寿全民首先要“动起来”。

近年来,长寿区持续加大投入,提升公共体育设施,改造完成了长寿区体育中心,建成投用5个文化体育公园以及8个社区健身中心,建成各类健身场地2990个。同时,常态化组织开展人人参与、特色鲜明的群众性体育健身活动。

如今,长寿市民主动参与运动的热情越来越高、关注健康的意识越来越强。有数据显示,目前长寿区经常参加体育锻炼人口占比达到51.52%,国民体质合格率达到93.4%。

品牌赛事,则是资源要素汇聚交流、城市品牌塑造传播的重要窗口。

近年来,长寿区连续举办10届国际铁人三项赛、4届半程马拉松赛等群众体育品牌赛事活动,目前已打造起长寿湖龙舟赛、铁人三项赛、半程马拉松赛和菩提登山赛四大品牌赛事,每年吸引数万人来长寿参加。

去年年底,长寿区还与中国汽车摩托车运动联合会签订合作协议,共同推动高水平汽摩运动发展,合作打造顶级汽摩赛事品牌,目前正在积极争取落地F1赛道和赛事。

此外,文化是最有影响力、吸引力的城市符号,文化认同是最深层次的认同。

未来,长寿区将持续挖掘、弘扬长寿文化元素,擦亮“中华长寿原乡”品牌,全面塑造国际范、中华风、长寿韵的都市人文风貌,让历史中的长寿、典籍中的长寿、遗迹中的长寿活态呈现、活在当下、服务当代、启

迪未来,积极涵育“长于文、寿于和”,崇德向善,人人利他、人人成长、人人长寿的新时代长寿人文精神。

同时,长寿区将坚持“以文弘业”,推动全域运动康养文旅融合发展,让本地市民和外来游客在全域沉浸式深度体验中,对运动康养、长寿文化形成认同和向往,自发成为长寿文化、城市品牌的传承者、宣传员。

王静 刘廷 图片由长寿区委宣传部提供

链接

“一城、一谷、两山、两湖、多点”
长寿全域旅游空间布局

“一城”即长寿城区,重点布局长寿奥体中心、长寿文化艺术中心等文体场馆,同时继续实施百亿元级旅游综合设施配套工程,重点打造菩提古镇夜间文化旅游消费集聚区,实施三倒拐老街修复,扮靓长寿城市颜值气质。

“一谷”即滨江长寿谷,重点打造三倒拐巴蜀文博街区、长寿缆车森林公园、三洞沟旅游景区、河街印象怀旧街区,筹划关口工业遗址博览园、黄草峡等旅游景区,推进长江旅游码头建设,建成滨江文化旅游走廊。

“两山”是明月山和黄草山,将发展以生态民宿、第二居所、养生文化为特色的都市康养休闲旅游和避暑旅游,重点打造五华山、白云山、西山民宿组团,建设长寿文化旅游新地标。

“两湖”中的长寿湖,将被系统性、保护性开发,环长寿湖周边将被打造为集体休闲度假、康养运动、会议会展为一体的国家级旅游度假区;大洪湖,则将重点打造零碳康养度假区。

“多点”则指的是街镇与乡村,将因地制宜重点发展运动康养型田园旅游。



长寿湖露营地