

## 牢记殷殷嘱托 谱写巴渝新篇·大足特刊

## 大足 将含金量更足的旅游名片再次递给世界



千手观音金碧辉煌 摄/罗国家

## 用好“金”名片，与全球对话

大足因石刻而闻名。千年前，大足先贤开山化石、励志图新，以超常的意志定力、精湛的艺术造诣，将5万余尊石刻造像镌刻在大足青山绿水之间，造就了世界石窟艺术史上的巅峰之作和最后丰碑。

历史的时针，走到1999年12月1日。这一天，大足石刻以“无与伦比的天才的艺术杰作”等符合世界文化遗产的3项标准而被列入《世界遗产名录》。

被誉为“东方艺术明珠”的大足石刻，是我市最具国际影响力的文化符号之一，更是中国乃至世界的文化瑰宝。

“大足石刻是大足响亮的文化名片和独特的文化标识，更是大足发展文旅的基础和优势。”大足区相关负责人介绍，建设国际文旅名城，首先就要擦亮这张“金字名片”，深化旅游文化内涵，更好地推动大足石刻文化展示传播、弘扬传承，提升大足的国际形象、美誉度和影响力。

建设国际文旅名城之路非朝夕之功，更取决于正确的方向、目标和路径。

当前，随着成渝地区双城经济圈建设的深入实施，尤其是双高铁时代的全面来临，巴蜀文化旅游走廊建设的纵深推进，大足作为桥头堡城市、地处成渝地区腹心，建设国际文旅名城，正当其时，恰逢其势。

为持续用好这张“金”名片，大足牢记殷殷嘱托，把大足石刻保护研究利用作为全区发展的“一号工程”，锚定建设世界知名研究院的目标，坚持国际理念、国际水准，加快人才引进和培养，加强与国内外大院大所合作，持续深化对“大足学”的研究，高规格举办国际学术论坛，致力于打造大足大雅、珍贵尊享的“当代精品、传世遗产”。

如果说大足石刻是“金”名片，那么景区则是用好这张名片的重要载体。2月22日，大足召开建设国际文旅名城动员会，明确以“精品景区景点提升工程”作为实施路径，高标准建设“五山”文化型生态化世界级旅游综合体，强化“五山联动”，突出“三山一城”，推动景区与城区、城景区融合发展，塑造“城在景中、景在城中、城景区交融”的美丽画卷，建设旅游型城市综合体，做靓“世界遗产游”，建成富有文化底蕴的世界级旅游景区。

对标国际，争创一流。为持续擦亮文化遗产“金字招牌”，大足正在深入谋划、大力推进“走出去”战略，深度融入“川渝石窟寺国家遗址公园”和“艺术湾区”等重点“六大名片”城市功能建设，持续开展百城展览、百场讲座、百馆赠书、百集视频展播和“走进国博、牵手故宫”等推广活动；统筹办好大足石刻国际文化旅游节、艺术节、音乐会等主题活动；并精心构建具有国际范的全媒体矩阵，向世界讲好大足石刻中国化的故事，全面提升大足石刻的国际知名度、美誉度和吸引力。

## 擦亮“绿”名片，与全域共享

一年春景莫错过，最是花开好看时。近日，“天下大足·醉美乡村”2022年农旅文商活动正式开幕，并发布了寻花访李、非遗体验、菜花遨游、浪漫芬芳等7条春季乡村旅游精品线路，向市内外游客发出春天的邀请。

厚重的人文风韵、纵深的山水自然、秀美的城乡风貌，构成了大足的生态本地与美景家底。然而要建设一座真正称得上国际化的文旅名城，必然要在全球城市体系中树立起具有鲜明的特色、独特的地位。旅游全域发展成为大足的路径。

“全域”旅游，绝不是大足1436平方公里都用来搞旅游，绝不是107万大足人都来从事旅游。”2月22日，大足区相关负责人在建设国际文旅名城动员会上表示，发展全域旅游，其核心实质是实施文化旅游业与其他产业的融合发展，以文化旅游业为优势产业，优化、提升其他产业的综合发展水平和审美游憩价值，充分彰显旅游“一业兴百业旺”的重要功能和作用。

众望之下更清醒，跳出全域看全域。当前，全域旅游时代已全面来临，在建设国际文旅名城跑道就位的大足，没有时间犹豫，顺势而为、补齐短板、全域发力就是最佳选择。

以大足石刻文化为引领，把招牌立起来，把拳头产品做出来，把知名度传出去，一套“旅游+”“+旅游”的创新之举跃然浮现——

发挥自身特色优势，高起点构建国际一流旅游产品体系。文化为引领，大力推动大足石刻文化元素走下崖壁，融入城市，走向世界，扎实推进全域建设大足石刻文化公园；山水做“文章”，紧扣龙水湖、巴岳山，培育会议、体育、研学、康养、商务“五大业态”，规划建设龙水湖国际旅游度假区；乡村建示范，推动十里荷塘城乡融合发展示范片和隆平五彩田园等5个乡村振兴示范点提档升级；特色做补充，盘活利用川汽厂老厂区等资源，打造工业博物馆等新业态；打造古建筑博览园和一批文旅街区、文博公园、文创长廊、影视基地、精品演艺、石刻工场等，推出一系列沉浸式体验项目。

牢固树立融合理念，全面推新“旅游+”。以“+生态”统筹山水林田湖草系统治理，推动生态旅游化，打造“诗画大足”；以“+城乡”，深入挖掘乡村旅游资源和文化内涵，打造具有强烈吸引力的“必游”“必看”旅游场景；以“+产业”，推进文旅与其他产业相融、协同发展，实现产业全域联动；同时，推动文旅与文化、教育、体育等产业的业态融合、产品融合、市场融合、服务融合，促进优势互补、形成合力，最终实现大足处处都是景，游客时时都在景中，刻刻都能感受到浓郁的旅游氛围。

接下来，大足还将围绕“两天一夜”游，建设一批具有标志性、引领性、带动性的精品景区景点，构筑全季节、全天候、全方位的旅游产品体系，将大足打造成游客到重庆“行千里·致广大”的必游之地、必到之处。

赵童 王琳琳  
图片除署名外由大足区委宣传部提供

## 核心提示

近日，大足区文旅形象宣传口号征集公示在国内外各级媒体广泛传播，旨在征集一句12字以内能鲜明反映大足历史文化底蕴和旅游资源特色的文旅形象宣传口号，力争“一句话叫响大足”。

从报刊书籍到展览会议再到声光影音，属于大足的旅游声音一直广为传播，如何才算“叫响”？

拥有我市唯一的世界文化遗产大足石刻，龙水湖休闲旅游度假区、玉龙山国家森林公园、隆平五彩田园等一批优质旅游资源在此积聚。这颗巴蜀文化旅游走廊上的明珠，怎样才更“明亮”？

从巴蜀到全国再到世界，大足区第三次党代会给出答案：全力推进国际文旅名城建设，做靓享誉世界的文化会客厅。

美誉、憧憬、责任，大足正将其转化为上下奋进的动力，沿着崛起成为国际文旅名城的必由之路铿锵迈进……



十里荷塘·山湾时光



龙水湖景区风景秀丽 摄/黄舒

## 链接

## “金”名片的新注脚

建设国际文旅名城既是全力以赴、铿锵迈进的过程，也是对标一流反思“不足”、尽快“补足”的一个过程。为此，大足将整合旅游资源要素，贯通“吃住行游购娱”全产业链，加快建设快捷化、便利化、特色化的配套设施和服务项目，增强文化旅游的体验性、互动性和娱乐性，全面提升供给品质，提升游客体验感、舒适度和满意度，为这张递给世界的“金”名片书写全新注脚。

## 吃可口

进一步打响丁家坡洋芋、邮亭鲫鱼、大足黑山羊等品牌，挖掘特色餐饮，讲好美食故事，培育出一系列名宴、名菜、名小吃，推动“老字号”“餐饮名店”“名小吃”建设，打造一批特色美食和美食风情街，提高游客的吸引力、消费的集合地，真正让旅游的人“非吃不可”。

## 住舒适

实施“增量添A”计划，科学规划布局定位，有序发展国际化、品牌化星级酒店，建设一批特色鲜明、文化多元的精品民宿、乡村酒店、艺术客栈。确保两年内，新建五星级以上酒店2家以上、精品民宿10家以上。

## 行通达

加快推进成渝中线高铁大足石刻站、C3线建设，提速成渝铁路扩能、成渝高速提质改造做到“快进快出”；提升旅游路，建好城景通道、景区通道和乡村旅游通道，全力推进大足石刻站至大足南站轨道交通，实施旅游环线建设和轨道建设工程，串联全区文旅资源，构建“快旅慢游”深度体验。

## 游便利

抓好旅游服务数字化提升，创新“惠游大足”智慧文旅平台，让游客来足更智能、更便利。推动大足石刻“上云”“触网”，建成大足石刻数字博物馆，建设一批智慧旅游景区、度假区，实现线上云游、线下体验。

## 购满意

持续深挖大足石刻文化艺术内涵，联合工艺美术大师，开发特色文创商品，培育一批有特色、有创意、有市场的旅游商品品牌，精心打造“大足好礼”旅游品牌。建设“大足农产”体验馆，打响大足优质农产品品牌知名度。

## 娱开心

以活化非物质文化遗产、用好现代科技、丰富儿童娱乐项目为抓手，集聚川剧、把戏、鲤鱼灯等具有中国味、巴蜀韵、大足特色的传统演艺节目，推出一系列沉浸式、科技化文旅新模式、新体验，建设一批满足儿童的休闲、娱乐需求游乐设施，满足不同年龄群体个性化、差异化的娱乐需求。