



生命的尽头，仍有一束光在照亮

胡卉

“江阿姨，中午睡得香不香啊？我来帮您揉揉胳膊，再给您擦洗身体、换身衣服。”近日，蒋音悦俯身在江阿姨床边温柔地说。

鹰潭市月湖区医养院是爱在始终志愿者协会的常驻点。2024年12月20日下午，在医养院的看护房内，蒋音悦正细心地照料瘫痪在床的江阿姨。换洗结束后，调整好江阿姨的睡姿，蒋音悦又走到另一间看护房，继续守护其他老人。

蒋音悦是鹰潭市爱在始终志愿者协会副会长。成为安宁疗护志愿者前，蒋音悦没有照顾老人的经验。如今，她已经能娴熟地为老人们擦身、换衣、喂饭，帮助他们锻炼。

谈到第一次接触这个行业，蒋音悦打开了话匣子。2014年夏天，在湖南长沙参加的一次关爱老人爱心活动中，蒋音悦见到鹰潭市爱在始终志愿者协会的志愿者们为一名临终老人进行身体护理和临终关怀，帮助老人从病痛中释然，安详离世。这让蒋音悦深受感动和震撼，她意识到，即使在生命的终章，人们仍然可以保持尊严，获得心灵的安宁、平和地与世界告别。多番了解安宁疗护后，蒋音悦在家人的支持下，从长沙来到鹰潭，加入鹰潭市爱在始终志愿者协会，学习如何成为一名安宁疗护志愿服务者。

今年是蒋音悦成为安宁疗护志愿者的第十年。十年来，她陪伴了20名临终老人走完生命的最后旅程。回忆起第一次陪伴临终老人的场景，蒋音悦说：“责任心驱散了我对死亡的恐惧，是老人给了我机会去付出爱、融入爱。看见他们安宁地离开，我的内心也获得了平静的力量。”

去年11月，蒋音悦送走了直肠癌晚期的燕子姐姐。在燕子姐姐的家中，蒋音悦和她睡一张床，陪伴了她22天。每当她感到不舒服了，蒋音悦便轻柔地抚触燕子姐姐，轻声地开导她，陪着她走完生命的最后旅程。

生命无常，但爱永恒。蒋音悦十年如一日为临终关怀对象送去温暖与关怀，回忆起和他们的相处瞬间，她动情地说：“帮助他们放下牵挂，放下对死亡的恐惧，是我心中的幸福所在。”

文物“出圈”靠的是啥？

本报全媒体记者 李政昊

一件500多年前的素三彩鸭形香薰，除了承载历史文化的深厚价值，能焕发出什么样的新创意？

2024年12月18日，第19届中国好创意暨全国数字艺术设计大赛·景德镇御窑专项赛总决赛在陶阳里历史文化街区开幕。本次大赛以“岁岁鸭和TA的朋友们”为主题，围绕景德镇御窑博物馆官方IP形象“岁岁鸭”展开，参赛团队结合御窑博物馆文物的造型与纹样，进行创意设计。

大赛自启动以来，吸引全国750所高校的学生积极参与，共征集到4000余件作品。经过专业评审团队为期10天的严格评审，最终来自132所院校的398件作品脱颖而出，进入终审阶段。

开幕当天，陶阳里历史文化街区创意工坊内座无虚席。景德镇御窑博物院院长翁彦俊来到现场，详细讲解了“岁岁鸭”IP设计案例，向参赛者普及景德镇御窑历史文化背景的同时，向现场的创作者提供新的设计建议。在接下来的3天时间里，入围作品的创作者齐聚景德镇，在浓厚的陶瓷文化氛围中进一步完善各自的创意设计。

“这几个橡皮单独看上去像是‘岁岁鸭’的脑袋，组合在一起又呈现出花眼的形状。”景德镇陶瓷大学学生许朝政介绍，在设计过程中，他提炼了“岁岁鸭”IP形象中的花眼、翅羽、海棠等局部特征，并结合绿、黄、紫三种主配色，设计了一整套文具产品。每一款文具都巧妙地融入“岁岁鸭”元素，使其既富有创意，又具有实用性。

“此次比赛不仅是创意展示的平台，更是推动文化创新的重要契机。”翁彦俊表示，本次比赛设有多个评选赛道，涵盖数字IP角色设计、“岁岁鸭”IP衍生产品开发、数字动画短片等7个创作主题。参赛选手通过多元化的创意手段，深入挖掘文物所蕴含的历史信息与文化内涵。值得一提的是，文创产品一旦完成产业化转化，作者将享有项目收入的2%作为版权收益。

以斗彩海马纹天字罐为模样设计的“马尚友”、以绿彩狮子戏球纹盘为基础设计的“青小狮”、以青花鸳鸯形砚滴为原型设计的“酒鸟鸟”……这些以御窑博物馆文物的纹样为基础创作的IP角色，不仅展示了学生们的独特创意，也使传统文化与现代设计的结合焕发出新的活力，赋予博物馆中的珍贵文物以“鲜活”的生命。

文物不仅要“活”起来，还要“火”起来。近年来，景德镇御窑博物院在文创内容和形式上不断创新，除了备受热捧的“岁岁鸭”IP形象，还借助景德镇古陶瓷基因库数字化平台，为文物保护研究及文创产品开发提供数据支持，促进传统文化与现代设计深度融合，吸引大量年轻粉丝的同时，实现文化传承与经济效益的双重收获。

“如今，‘岁岁鸭’的小伙伴不断壮大，景德镇御窑博物院的文创内容也日益丰富。这让我们更加深刻地认识到，博物馆IP的打造不仅需要持续的内容创作，还要不断挖掘能够引发共鸣的优质元素，只有这样，文物才能凭借其独特魅力真正‘出圈’。”翁彦俊说。

从“网红”阔步迈向“长红”

——南昌全域旅游的实践与思考

杨希勤 本报全媒体记者 吴志刚



光阴荏苒，流年似水。新年的阳光洒在赣江水面上，近处波光粼粼，远方辽阔湛蓝。赴原城纪跨年，去滕王阁看“海”，赶万寿宫听一支麦脱口秀，往五星白鹤小镇观鸟，到八一广场看升旗……打开社交媒体，南昌热度持续飙升。

最近三年来，南昌市坚定践行“人民城市人民建、人民城市为人民”理念，充分挖掘豫章文化精髓，持续提升城市功能品质，进一步增进民生福祉，城市形象不断刷新，阔步迈向“长红”。

从单点游览到全域融合

这些日子，以崭新姿态迎客的滕王阁景区牵动人心。

滕王阁景区既是南昌也是江西对外展示的一张文化名片，一直站在南昌的“C位”。忆往昔，这个“C位”在国内外一众著名文旅IP千帆竞发的大背景下，并没有明显的“出位”优势，无论是游客数量还是口碑，都处在不温不火的位置。

究其原因，在文旅市场越来越强调新模式新玩法、不断提升能级的当下，城市文旅品牌建设靠景区单点升级已很难突破流量天花板，唯有要素互联，通过产品组合带来流量叠加效应，才能赋予文旅更大的想象力。

近年来，南昌市果断构建全域旅游格局。2024年，梅岭旅游度假区入选国家级旅游度假区，铜源峡、绳金塔景区晋升国家4A级旅游景区，东湖区获评2024年“风景独好”旅游名县(区)。

另外，蟠龙峰景区、五星白鹤小镇免费开放，海昏侯国遗址博物馆上新，110家孺子书房全面运营、保利大剧院盛大开幕；大士院全新开街，联动万寿宫、珠宝街重燃“城市烟火气”；八一广场升旗仪式抢眼，春节、国庆节烟花晚会闪耀；明星演唱会“吸粉”、羽毛球世青赛掀起青春风暴、“英雄马”点燃奔跑激情……农文旅、商旅、文体旅互动赋能，花样翻新。

滕王阁景区“还江于民、还岸于民、还景于民”及北扩工程，是2024年度南昌市十件民生实事项目之一。2025年元旦当天，滕王阁景区新妆亮相，古色古香的建筑群绵延近3公里，宛如一幅灵动的水墨画

卷在赣江之畔徐徐展开，游客登阁览胜、乘船观“海”、赏景尝鲜，美好体验无缝衔接。

滕王阁景区的成功转型与品质提升，已产生显著辐射带动效应，构建起以“滕王阁—万寿宫—绳金塔”为核心的文化旅游商圈，深度推动文化与旅游、商业、休闲等产业有机融合。

滕王阁景区收费区域“缩水”，游客量和旅游收入却“双增”。据不完全统计，2024年1月至11月，滕王阁景区接待游客1209万人次，核心景区接待游客379万人次，同比增长4.1%，景区旅游综合收入1.35亿元，同比增长10.02%。免费开放的万寿宫历史文化街区2021年开街以来，至2024年11月底共接待游客超6500万人次，2024年1月到11月，街区旅游综合收入超3.5亿元。

从单点游览的“独角戏”，迈向全域融合发展的“大合唱”，南昌城市文旅规划已转向更高层次的全域产品组合、关联产业融合的比拼，实现消费场景的升级和文旅模式的更新。

南昌市的全域旅游是空间全景化的系统旅游，是跳出传统旅游谋划现代旅游、跳出小旅游谋划大旅游。拆除景区管理“围墙”，实行多规合一，推进公共服务一体化、旅游监管全覆盖，实现了产品营销与目的地推广的有效结合。

2024年1月至11月，南昌市共接待游客2.18亿人次，同比增长7.97%，南昌正成长为“外地人喜欢、本地人自豪、年轻人向往”的富有活力的“长红”城市。

从门票经济到产业经济

在现代经济体系中，文旅不再是游山玩水“收门票”的简单复制，而是稳增长、调结构、促就业、惠民生的重要抓手。

2024年1月至11月，南昌市旅游综合收入2196.36亿元，同比增长9%，为全市经济社会高质量发展提供了强劲文旅动能。从绝对数量来看，文旅产业已成为南昌产业发展的后起之秀。这与南昌市的产业结构调整步伐保持一致：从“二—三—一”向“三—二—一”方向调整，即第一、第二产业比重减少，第三产业比重增加。

纵观近年南昌市的文旅发展，项目为先、产业经济发展动能更加强劲是显著特点。2024年前三季度，全市文旅重点招商成效显现，签约文旅项目16个，总投资额22.19亿元；全市现有重大重点文旅项目65个，总投资545.23亿元；正全力推动

市图书馆新馆项目开工建设，新豫章书院、市博物馆新馆、梅岭云端索道等一批文旅新地标加速推进。

通过重点扶持，不断激发产业动能，2024南昌文旅消费季暨“豫章早七点”活动，一次配发了5000万元专属文旅消费券，带动南昌文旅消费超亿元；积极推进“文旅贷”试点工作，41家企业被纳入“文旅贷”名录库，发放贷款企业8家共3290万元。

设计精巧、内涵丰富的“南昌礼物”旅游商品，已成为很多来昌游客的“心头好”。南昌市积极扶持南昌旅游集团成立旅游商品企业，通过两年来的有效运营，2024年该企业销售额有望突破5000万元，利润突破1000万元。

从经营景点到运营城市

2024年前三季度，南昌全市博物馆接待参观群众700余万人次，创下历史新高。从“特种兵”式旅游的走马观花，到流量初起的“网红”城市，再到今天的城市形象跃升，南昌的蝶变，是谋定而动、大胆破局、坚定前行的生动注脚。

南昌市文化广电旅游局党组书记、局长万利平认为，南昌的流量和“网红”只是表象，品质和体验感的提升才是内核。

时光不负有心人。伦敦世界旅游交易会发布的“2023年中国十大旅游目的地必去城市”，南昌位列其中。携程发布的2024年口碑榜榜单，南昌又入选“全球100热门目的地”“亚洲100热门目的地”。《世界城市名册2024》中，南昌从第301位，跃升到第181位，成为进步最快的城市之一，“物华天宝的生态城市，人杰地灵的英雄南昌”的城市品牌更加响亮。

“胡子工程”影响城市形象，考验民心耐性，2022年至2024年，南昌市连续三年向“胡子工程”开战。梳理这三年完成攻坚销号的部分“胡子工程”，像南昌瓷板画研究中心新址建设、绳金塔周边道路改造、孺子亭公园综合改造、八大山人广场公共停车场等项目直接和文旅相关。

南外环高速公路、志敏大道改造、双港大街上跨昌北站立交桥提升改造、老电力大楼拆除等“胡子工程”的攻坚销号，使曾影响城市形象的老工地，华丽变身城市发展的风景线。“人人都是旅游环境，处处都是旅游景点”，它们的惊艳，见证了南昌全面落实省会引领战略、聚焦“一枢纽四中心”建设目标攻坚克难的决心与行动，亦彰

显了从“经营景点”到“运营城市”观念的转变。

无论是“十桥同架”还是“六坝共筑”，每年票决的“十大民生实事”，在大手笔扮靓城市外貌的同时，也为文旅增添了精彩大笔意。

一座外表美丽、肌理干净、人民温暖的城市，才能让远方的客人“没来都想来，来了不想走，走了还想来”。

从市井民生到城市精神

不谋一域者不足以谋全局，不谋一时者不足以谋万世。

解构南昌文旅的出圈，与南昌市委、市政府高度重视文旅产业发展密不可分。把文旅工作放在全省、全国大局中来定位和统筹，南昌市委、市政府主要负责人为文旅发展定蓝图、作部署、提要求。

南昌市持续在城市活动中根植城市精神，从八一广场升旗仪式激荡家国情怀的自信，到国际龙舟赛百舸争流的奋发；从千名“冰士”横渡赣江的团结、十万人迎新健步行行的齐心，到每个节假日推出的军人免费客房活动，“敢为人先”的八一起义红色基因生生不息，“天下英雄城”无愧英雄之名。

根据规划，到2025年，南昌全市旅游接待人次和综合收入在2022年基础上实现翻倍，旅游产业主要指标增幅进入全国第一方阵。在江西全省规划中，南昌还被赋予成为全省文旅产业发展“极核”的期望，明确要推进建设以南昌为旅游中心城市的城市旅游体系，建设世界知名旅游目的地。

2024年12月5日，国务院正式公布批复《南昌市国土空间总体规划(2021—2035年)》(以下简称《规划》)。南昌市自然资源和规划局副局长吴頔表示，在城市公园体系方面，《规划》立足南昌“大都市、大生态”的特色，完善城乡公园体系建设，均衡优化公园绿地布局，形成内外衔接、融合成网的“生态—绿地”开放空间系统。《规划》提出适时推进近郊区域郊野公园建设；围绕青山湖、艾溪湖等城内大型湖泊水系，打造一批内容丰富、设施完备的综合公园；因地制宜推进具备特定使用功能的专类公园建设；见缝插绿增补社区公园、小游园和街头绿地，绘就“推窗见绿、出门即景”的美好画卷。

2025年，目光如炬、奔跑不息的南昌，必将带来更多惊喜。



和美乡村 入画来

2024年12月22日，南丰县琴城镇水南村，错落有致的民居与山峦叠嶂、蜿蜒道路相映成景，构成一幅和美乡村画卷。 通讯员 谢东撰