

古城改造：让南京成为一个大景点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/616/2021_2022__E5_8F_A4_E5_9F_8E_E6_94_B9_E9_c57_616004.htm 在2月25日南京市旅游工作会议上，省委副书记、南京市委书记李源潮指出，南京旅游业的发展，必须从南京的特点出发，形成南京特色，创造自己的品牌。南京历史文化遗产众多，境内山峦起伏，江河交错，山、水、城、林融为一体。但是南京单个旅游资源不占明显优势，如紫金山、栖霞山与山东泰山、安徽黄山和江西的庐山相比就不在一个级别；玄武湖、莫愁湖游客接待量也远逊于西湖和太湖。南京旅游资源的特色和优势主要在于它的综合性，在于自然景观和文史景观的融合。因此，要以旅游资源整合为手段，通过包装、命名、创意，深入挖掘各旅游景点的历史文化内涵，找准内在联系，串点成线，形成以“真山、真水、真古迹”的城市旅游特色。这样，南京就能形成既有厚重的历史文化，又有新潮的现代情调的旅游品牌。李源潮提出，要实现“旅游大市”向“旅游强市”的跨越，旅游业发展规划必须同城市基础设施建设和全市商业网点布局调整相呼应，要与产业结构调整和小城镇建设相兼容，在新城区建设和老城区改造中，要同步考虑旅游的功能，要使南京建设的每一个项目，每一幢建筑都成为城市的一个亮丽风景。对此，市长罗志军也在会上发表了同样的观点。他说，北京、杭州的旅游资源丰富，旅游发展走在了南京的前面；上海、广州的古都资源不及南京，也走在了南京的前面。这就给了我们很大的启示：不是具有独特的文化资源就能自然成为旅游强市的，城市建设必须和旅游功能相结合

。现在，南京的老城改造实质上就是要把南京改造成一个大景点；河西新区建设、滨江建设、大学城建设，都要通过规划，建设成有旅游功能的景点。李源潮认为第二是突出文化内涵，打响文化品牌。南京是历史文化名城，一条河流，一段城墙，一个街道，无一不积淀着丰厚的历史文化底蕴的历史故事。文化是旅游资源的核心，文化是南京旅游产品的精华，更是南京旅游业的灵魂。要通过旅游来展示历史文化；要通过文化来提升旅游景观品位。1 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com