

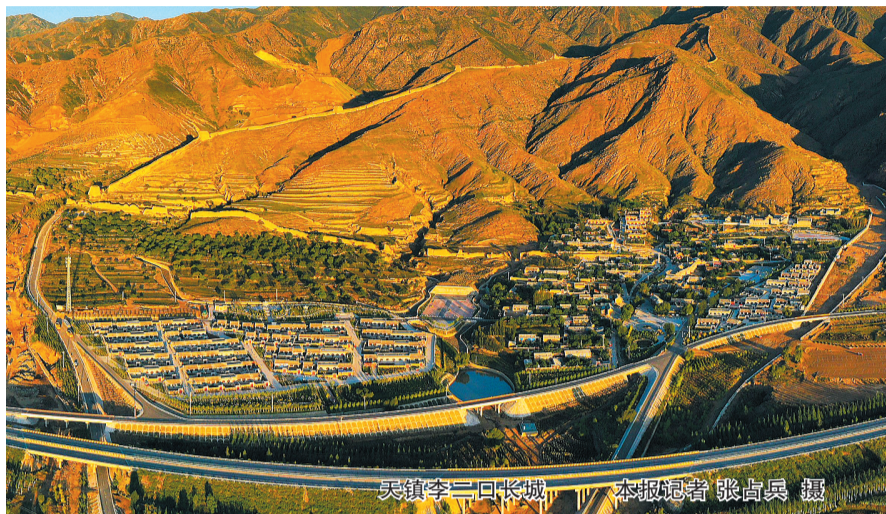
聚焦大同长城保护利用和长城国家文化公园建设

大同长城论坛举办

本报讯（记者 崔莉英）金秋8月，天高云淡，风清气爽，古都大同，嘉宾云集。15日，以“塞上长城·融合大同”为主题的大同长城论坛在市能源馆举办，来自中国长城学会、中国长城研究院、清华大学、天津大学、山西大学等单位的专家学者参加了论坛并进行主题发言。

本次论坛由大同市委、市政府主办，市委宣传部、市文旅局、市文物局承办，旨在聚焦长城国家文化公园建设，进一步深入研究、挖掘、展示大同长城的独特文化内涵和时代价值，通过学术考察、主旨发言、互动交流、成果发布等活动，分享长城保护及长城国家文化公园建设实践经验，挖掘提炼大同长城文化价值和品牌形象，推动长城国家文化公园建设，实现文旅产业高质量发展。

当日，6位专家学者从各自研究领域出发，为大同长城保护利用和长城国家文化公园建设建言献策。著名长城专家、中国长城学会副会长董耀会作了题为《长城保护与利用》的发言，他认为，做长城文化的时候，当地要多方合作发力，要让文化好玩，让旅游有文化，才能更好地进行长



天镇李二口长城 本报记者 张占昊 摄

城保护和利用。中国长城研究院院长、教授、博士生导师赵琛，清华大学建筑学院文旅研究中心主任、副教授鄂东璠，天津大学建筑学院特聘研究员、博士生导师李哲，山西大学教授、博士生导师朱专法，忻州市人大常委会副主任、忻州市长城学会

名誉会长王源分别以《建设长城国家文化公园的时代意义》《长城国家文化公园文旅融合和乡村振兴实施路径》《数字长城建设》《长城国家文化公园（山西段）建设保护规划和大同市推进落实》《偏关县长城一号旅游公路建设经验》为题进行了发

言，为大同长城保护利用和长城国家文化公园建设提出了许多具有前瞻性、战略性、创新性的见解。不少参会嘉宾认为，论坛的举办，对于开启长城保护利用和长城文化传承创新的思维模式，探索走出具有大同特色的公园建设发展新路具有指导意义。

当日，发布了大同长城文化价值及品牌形象，同时还发布了中国长城国家文化公园传播力暨大同旅游发展指数报告。

大同是万里长城分布的重要地区之一，长城总长度达493公里，占全省长城资源总量的35%，是一座天然的长城文化博物馆，是名副其实的“长城之乡”。按照国家和山西省长城国家文化公园建设保护规划，初步将境内长城全部设置为管控保护区，将新平堡——李二口、得胜堡——大同镇城等27个区域设置为主题展示区，将大同历史文化名城、高山古城、平型关红色军事博览区等7个区域设置为文旅融合区，将阳高守口堡、新荣得胜堡、灵丘铁塔等28个村设置为传统利用区，为长城保护确立了总纲。

要让文化好玩，让旅游有文化

——访中国长城学会副会长董耀会

大同长城论坛期间，著名长城专家、中国长城学会副会长董耀会接受了记者专访。

董耀会28岁开始投身长城研究，几十年来，为长城的研究、保护、维修、宣传和开发利用作出了重大贡献。董耀会是我国徒步考察万里长城第一人，他为了支持大同的长城保护与利用，还担任了大同市长城文化旅游协会名誉会长。

“长城国家文化公园建设现在已经进入了关键的时候，大同的长城在全国都具有非常重要的位置，应该在全国成为长城保护和利用的表率。”董耀会说。从1984年第一次来大同探访长城，到这一次论道长城文化，董耀会目睹了近四十年间大同长城的沧桑变化。董耀会表示，大同长城保护工作近些年来取得了可喜的成果，同时还

面临一些新的问题和挑战。怎么做才能把文旅融合做好呢？董耀会说：“就两句话，一个是要让文化好玩，第二句话是让旅游有文化。”

大同长城，未来可期。“保护是前提，却又不仅仅是为了保护，还要让更多人来到长城感受长城文化，同时推动长城区域的经济的发展。”董耀会表示。 本报记者 任翔宇

大同长城极具旅游开发价值

——访中国长城研究院院长赵琛

中国长城研究院院长赵琛对大同长城有着独到的见解，记者在大同长城论坛期间采访了他。

赵琛说，造访大同多次，从学生时代就探访过大同长城，因此，对大同段长城印象深刻。大同长城是万里长城重要组成部分，历朝历代长城在这里都有痕迹，说明大同地理位置非常重要。目前

认为左云的汉亭障是大同最早的长城遗存，个人认为，大同有战国时期长城存在的可能性，但需要时间去证实。

赵琛表示，长城是维护国家秩序的设施，不全是游牧民族和农耕民族的分界线，但大同段长城正好是游牧民族和农耕民族的分界线，大同长城现存遗迹非常具有旅游开发价值。

在大同长城开发方面，赵琛建议，必须按照长城国家文化公园的标准开发，不能破坏长城风貌。他认为，长城边堡需要解决的核心问题是如厕、用水、垃圾等生活问题。长城边堡的打造要具有本土地域特色，才能让游客感兴趣，并留下来，才能成为游客追思历史和释放乡愁的载体。 本报记者 崔莉英

让得胜堡成为山西段长城旅游地标

——访山西大学教授朱专法

在大同长城论坛期间，记者采访了山西大学教授、博士生导师朱专法。他说，作为山西人，对于山西境内的长城进行过系统考察，曾多次考察大同长城，尤其对新荣区得胜堡段长城印象最为深刻。得胜堡是大同镇城的门户，得

胜堡和镇羌堡、市场堡和得胜口构成的“三堡一口”的古堡群落，长城体系非常完整，在万里长城沿线极其罕见。

朱专法认为，开发得胜堡应该走遗址保护的思路，不能破坏原有风貌。首先进行环境整治，把路修起来，把解说

牌、标识牌等标识配齐了，并在外围打造吃住行游购娱等配套服务设施。同时，应该挖掘发生在得胜堡的“隆庆和议”事件，讲好得胜堡故事，让这里成为山西段长城的旅游地标。

本报记者 崔莉英

大同长城文化价值及品牌形象发布

本报讯（记者 崔莉英）15日，在大同长城论坛上，我市发布了大同长城文化价值及品牌形象，为大同长城国家文化公园的建设助力。

长城国家文化公园大同长城总体定位为大同·世界文化遗址公园，以长城为根脉，以城乡为基础，以打造世界级文化为目标，集文化创意、文化博览、乡村振兴、城乡融合于一体，发挥长城经济带作用，带动区域发展。

大同长城文化价值主题为“长城，让世界大同”。大同长城国家文化公园将以“和合”的理念来回应对“长城，让世界大同”的诉求，长城精神的重要内涵特质，不仅包含自强不息的奋斗精神，而且也包含多民族交流融合的“和合”精神。

大同长城的品牌形象定位为“大同长城——云中要塞 融合大同”。天镇、阳高、新荣、左云和灵丘5个重要节点的品牌形象定位为：“天镇——天成古镇新晋商堡”“阳高——长城花语 三晋杏乡”“新荣——关贸古堡 得胜之路”“左云——摩岭合韵 赛道长城”“灵丘——烽火记忆 壮美长城”。

据了解，我市以长城国家文化公园建设为契机，以长城文化为灵魂，打造城市文化品牌，加快推进城市文化建设，讲好长城文化故事，实现城市新的转型，唱响“世界大同”新篇章。

