



理论周刊

高度·深度
求真·务实

LI LUN ZHOU KAN

责编 李彦宏 刘宗伟 邮箱:qdrbl@163.com 审读 穆胜保 排版 韩淑华

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

探寻城市更新的五个维度

陈超贤

坚持三重理念实现头脑更新

一是坚持以人为本理念。“人民城市人民建，人民城市为人民”，在推进城市更新项目全过程中充分尊重群众意愿。如深圳市在项目申报阶段要求三分之二的原权利人同意进行改造才能立项，立项后，在实施层面要求所有权利人和开发企业达成一致后方可实施。坚持让利于民，最大程度维护群众利益。如在旧城旧村改造方面，对于拆迁整理出的土地，尽可能增加居住用地面积，提高开发强度，提升绿地率等指标，让群众利益最大化。

二是坚持系统理念。在城市发展大局下制定城市更新的系统性、指导性政策，确保城市更新与其他方面之间、各个更新区域之间融合性、协同性更强，握指成拳推动城市发展实现新飞跃。如2009年以来，深圳先后出台《深圳市城市更新办法》《深圳市城市更新办法实施细则》，以此为核心，短短5年时间制定法规、政策、技术标准和操作等各个层面的政策，建立城市更新完整的政策体系，强有力地推动了特区一体化，落实了公共服务配套设施，增加了建设用地供应，带动了城市固定资产投资。

三是坚持统筹理念。推进城市更新既需要立足当前区域发展，又需要做好长远的产业规划和修缮，形成油画村、版画村等艺术村落，民宿集中的特色小镇，珠宝街等产业集聚区，进一步彰显了城市建设的个性化、人性化，真正让城市在更新中“搞活”。

注重四重联接实现眼光更新

一是优化布局规划，联接城市现在与未来。综合部署城市未来发展、城市功能的空间布局、城镇体系、片区开发，明确一定时期内城市的发展蓝图，并随着城市发展与运行状况持续改进与完善。如1992年，青岛提出开发市区东部的发展战略，明确市委市政府搬迁，在当时荒凉偏僻的东部另觅新址，让出寸土寸金的繁华地段用于招商引资，这为市区迅速扩大和经济跨越发展迈出关键一步。

更新，是城市发展永恒的主题，也是城市保持活力的源泉。党的二十大报告提出，“提高城市规划、建设、治理水平”“实施城市更新行动”“打造宜居、韧性、智慧城市”。深入学习贯彻党的二十大精神，需要从创新思维、扩大视界、提高效率、激发活力、强化治理五个维度科学谋划，综合施策，在实践中探索形成城市更新的“青岛方案”。

这种“站在未来看今天”的眼光，给青岛发展留下了巨大财富。

二是保护历史文化，联接城市的过去与现在。把握历史脉络，加强对重要历史文化的保护，从历史文化角度挖掘和重塑城市精神、人文情怀，打造具有历史厚度和文化基因的城市。如成都市融合大慈寺历史、古蜀文明与商业基因，打造了具有浓郁川西风格的成都太古里；厦门市深入挖掘闽南建筑元素、闽南传统文化，更新改造了“博物馆之岛”鼓浪屿。

三是坚持生态优先，联接城市的景致与风貌。坚持低影响的更新建设模式，延续城市整体风貌特色，采用绣花功夫的“微更新”，加强城市局部生态修复，留白增绿，注重混合高效的空间布局，通过疏密有致、具有混合功能的形态布局，建设宜居城市、公园城市、低碳城市。

四是修整“面子”“里子”，联接城市的外在与内在。一方面，“面子”更新必须加强城市基础设施建设，改善人居环境、增强城市承载能力。通过平整路面、改造外墙、改建休闲区、安装智慧化基础设施等，提升老旧小区面貌和居住品质。优先发展交通设施，加强各区之间国省道联结，提质升级农村公路，以城市快速路建设为牵引，打通未贯通道路、建设小立交、拓宽车道。另一方面，“里子”更新是建设韧性城市的重点。城市系统的复杂性和脆弱性在不断上升，必须加快完善水、电、气、路、管网等城市内生系统，提高城市适应环境变化和应对灾害事故的弹性。

强化三重力度实现效率更新

提高城市更新效率，关键是提高土地“亩产效益”。

一是加大土地收储力度，积极引导国有企业特别是市属国企主动融入城市发展战略，在产业导入、资金测算、土地收储出让中与政府紧密协作，保障城市更新项目顺利推进。进一步加快老工业区“腾笼换鸟”，加大土地收储力度，为重点项目落地、成片打造产业集聚区和特色街区奠定良好基础。

二是提高土地利用力度，做好减量规划，有效提高土地利用效率、节约用地、节省建设用地指标。大力整治低效用地，科学界定低效用地类型，摸清底数，编制低效用地再开发专项规划及片区规划，创新低效片区“一地多向、一地多途、一地多级”开发模式，提升土地复合使用效率，推动土地“亩产效益”提档升级。

三是加强土地整理力度，平整土地，归并零散地块，调整农村居民点用地；采用工程、生物等措施治理沙化地、盐碱地、污染土地，开展废弃土地整治、复垦；探索“乡村公共资源+共富公司”模式，在保护中开发未利用的土地资源。

抓牢三重核心实现活力更新

一是抓牢人才这个“第一资源”核心。吸引人才是城市破茧成蝶、重现辉煌的重要发力点。加快建设青春之城、创业之城，着力建设一批青年公寓、活力社区，吸引青年人才入驻创业，增强他们对城市的归属感。

二是抓牢产业这个“强力引擎”核心。产业更新给城市复兴赋能。推动产业更新既需要传承“老字号”，提升现有业态，又需要培育新兴产业。依托街区历史风貌和城市特有的信息流、人才流、资金流、技术流，大力发展文化创意体验、文艺展览、产品研究开发、软件开发制造、服装服饰等业态，兼顾国际范和“烟火气”，

让城市在新产业新业态激发带动下，再次繁华起来。

三是抓牢市场这个“重要逻辑”核心。城市更新必须充分撬动市场投资活力，让企业等市场主体参与其中，既收获经济效益，又承担社会责任。城市业态健康发展需要政府做好规划和方向引领，并通过市场化运作实现业态更新。如青岛以经营园区理念规划街区建设，创新形成“管委会+平台公司”运行机制，精准招商导入航运服务、创投风投、跨境电商、文旅康养等重点产业项目，逐步将历史城区打造成为RCEP青岛经贸合作先行创新试验基地。

打造三重范式实现治理更新

一是推进社会治理智慧化。创新智慧化基层社会治理体系，将基层多个网格整合成一个超级网格，实现“多格合一”“多事合一”“多员合一”“多App合一”，基层智慧社会治理中心可以利用城市大脑迅速协调资源，提高解决基层痛点难点的能力。打造协同高效的数字政府服务体系，深入推进“放管服”改革，加快政务数据开放共享和开发利用，搭建“一网通办”“跨省通办”“一网统管”平台，实现群众办事、城市管理高效化。建立立体化智能化社会治安防控体系，推进社会治安治理信息化、数字化、智能化，建设平安城市、智慧城市。通过建设社会治理的“数字化”基础设施，保障城市更新高效运行。

二是推进社会治理法治化。强化领导干部法治思维，依法办事，开展涉城市更新建设矛盾纠纷大排查、大调处行动，通过成立巡回审判工作室等方式，就地调解、就地立案、就地判决；无论新账旧账，发挥“功成必定有我”的担当精神，不等不靠，可根据实际需要，搭建专人专班，围绕烂尾建筑、土地权属纠纷等历史遗留问题，逐个研究解决方案，最大限度预防和减少社会矛盾，保障城市更新有序运行。

三是推进社会治理共治化。让群众、社会组织、企业等参与城市更新规划设计、建设实施、运营管理全过程，加强全过程信息公开，特别是涉及拆迁政策、征拆范围、补偿标准等群众关注的热点焦点，把政策摆到桌面上，数据置于“阳光”下，让群众全方位监督，保障城市更新和谐运行。

（作者单位：青岛市委党校）

推进数字家庭建设 提高居民生活品质

毕建奎

数字家庭是以住宅为载体，利用物联网、云计算、大数据、移动通信、人工智能等新一代信息技术，实现系统平台、家居产品的互联互通，满足用户信息获取和使用的数字化家庭生活服务系统。为落实党中央、国务院扩大内需和发展数字经济战略决策部署，2021年4月，住建部、中央网信办、工信部等16部门印发《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》（以下简称《意见》）；2022年8月，住建部、工信部印发《关于开展数字家庭建设试点工作的通知》，要求深度融合数字家庭新产品应用与工程设计，强化宜居住宅和新型城市基础设施建设，提升数字家庭产品消费服务能力，提高便民服务水平，适应消费升级趋势，不断满足人民日益增长的美好需要。以城阳区为例，作为山东省唯一入选全国19个数字家庭建设试点地区的区市，一年多来，城阳区不断探索创新路径，扎实推进数字家庭试点工作，取得了初步成效，积累了一定经验，形成了一些特色做法。

遵循一个根本，把试点的着眼点放在不断满足人民日益增长的美好需要上。《意见》明确，要加快发展数字家庭，提高居住品质，改善人居环境，不断满足人民日益增长的美好需要。这是开展数字家庭建设试点工作的根本要求，必须贯穿数字家庭建设试点全过程。立足居民消费现状，城阳区把数字家庭建设划分为基础型、舒适型、品质型和适老化四种类型，满足不同群体对美好生活向往的差异化需求。

坚持双线推进，以点面结合的方式推动试点工作健康顺利开展。其中，一条线是选择一个成熟社区深入探索数字家庭建设试点落地工作，以期形成可复制可推广的解决方案。目前，已经在红岛街道沟角社区先行试点，社区384户家庭实现基础型全覆盖；另一条线是在全区层面统筹推进包括智慧社区在内的智慧城市建设工作，让更多居民享受智慧便利生活。目前全区24个智慧社区通过省考核验收，城市社区覆盖率达32.4%，全面完成597个住宅小区的智慧安防建设，完成1500户半失能、失能、高龄孤寡等老年群体的免费居家适老化改造，搭建全区智慧物业管理服务平台，已纳入90%的物业管理项目，总计录入有效业主近14万户。

把握三维角度，全方位推进社区智慧化、家庭数字化、个人健康监测常态化。社区智慧化方面，坚持硬件软件一并建设，安装运行5大类30种智能化硬件设备，并打造数字文化景观小品、数字文化长廊等软性社区环境，营造出浓厚的数字家庭和智慧社区文化氛围。家庭数字化方面，搭建区级数字家庭基础平台，作为数字家庭相关服务的统一入口，实现与已有政务服务、社会服务、智慧社区综合管理服务平台互联互通，使其成为城市大脑中的“社区微脑”。个人健康监测常态化方面，既在住宅内配备生命体征探测仪、居家康养设备等，同时鼓励居民佩戴可穿戴智能装备，共同建设居民动态健康数据库，为慢性病预防等居民健康管理积累依据。

满足四种需求，充分体现人民群众获得感这一数字家庭服务功能。《意见》明确了数字家庭三类服务功能，即满足居民获得家居产品智能化服务、线上获得社会化服务、线上申办政务服务的需求。总的来说，就是要满足居民线下与线上两个空间三方面的需求。其中，在满足居民获得家居产品智能化服务需求方面，鼓励居民安装并管理和控制智能家居产品，使智能家居产品真正服务生活；在满足居民获得社区智慧化基础设施服务需求方面，在5大类30种社区智能化设备中，以C2C智能交互大屏以及嵌装在智慧灯杆、数字长廊的15处屏幕为例，其不但可以发布社区事项、公益广告，还可以服务居民日常生活需要；满足居民线上获得社会和政务服务需求方面，是以数字家庭基础平台为入口，链接社会化服务平台和“爱山东”政务平台。截至目前，城阳区数字家庭基础平台已链接“爱山东”共16类177项政务服务事项，同时在社区党群服务中心安装了青岛市政务服务一体机，可自主申办9类254项服务事项。居民在小区内或足不出户即可申办政务服务事项，真正实现“零跑腿、掌上办”。

实现五类原创，因地制宜探索数字家庭建设路径和服务模式。一是选择在成建制成熟社区试点先行。当前先行的红岛街道沟角社区是近年来拆迁新建小区，居民和租住户各半，入住群体有着城乡双重代表性，试点数字家庭建设可以让多元身份的不同居民第一时间感受其带来的生活变化，通过居民对数字家庭建设的反应，检验试点的成效。二是研究制定数字家庭建设地方标准。综合研究国家、省、市关于数字家庭、完整社区、新建、智慧社区、住宅小区智慧化等系列文件精神，编制数字家庭建设指南设计要求和运营标准。目前，山东省大数据局已完成标准立项，北岸控股集团红小哥（青岛）科技有限公司已向社会发布。三是顺应数字家庭发展趋势培育经济新业态。通过数字家庭实施部署，围绕家庭消费场景，根据社区居民人员结构和消费习惯，有针对性地建设了红小哥智慧生活馆、福利仓、社区在线商超，以线上线下混合型团购等形式，将线上流量导入线下实体福利仓门店，积极探索新业态培育模式，反哺数字家庭建设，方便居民生活。四是打造数字家庭千亿级产业链。经粗略测算，如果户均费用在万元左右，全省约有1000万户城市家庭，则有望打造成一个千亿级产业链。五是培育数字家庭建设本土品牌。北岸控股集团红小哥（青岛）科技有限公司，是区属国有平台公司与深圳中兴网信孵化设立的合资公司，既有头部企业中兴网信的技术力量支撑，又有本土企业的市场优势，在承担数字家庭建设试点任务过程中，逐渐形成了自己的战略定位，即数字家庭、智慧社区集成建设商及运营服务商。通过发挥其强大的平台整合能力，可依托数字家庭建设试点开展业务外拓。

数字化赋能青岛旅游文创产品开发设计

李蓓 王旖旎

旅游市场的火爆，带动了周边文创衍生品和文化遗产等沉浸式体验的蓬勃发展。青岛作为全国著名旅游城市，文化和旅游产业是提升城市形象、放大国际影响的重要载体。2023年上半年，全市生产总值7508.71亿元，同比增长6.2%；第三产业增加值4817.54亿元，增长6.7%，文化旅游持续快速发展。

旅游文创产品作为旅游文化与创意产业相融合的载体，是城市或地区的独特个性、社会观念、审美特征和内在精神的总和，是对一座城市或地区生态自然、人文风情、历史风貌、建筑古迹的全面感受。旅游文创产品的设计与开发需要注重旅游文创衍生品、文化原型物及再造物之间的价值关联，并基于文化再开发设计。数字技术创新的发展，近年来已成为社会经济发展、文旅产业转型的强大驱动力。今年中共中央、国务院印发的《数字中国建设整体布局规划》中，明确提出要推进数字技术与经济、政治、文化、社会、生态文明建设“五位一体”深度融合，打造自信繁荣的数字文化。因此，通过数字化赋能，提升旅游文创产品开发设计乃至整个产业发展势在必行。

旅游文创产品具备的基本要素及发展现状

作为一种具有地域文化标识性的媒介，旅游文创产品已成为各城市之间展现独特风貌和地方特色的重要依托。旅游文创产品设计需要以创意为根，以文化元素为魂，以产品功能性为基本组成部分。

其中，文化元素指文化特质，是文化生态中最为基础的细胞。人们通过这些文化特质符号实现相互沟通、绵延传承。对当地文化资源进行分析，提取相关文化元素与载体进行结合再创造，是旅游文创产品设计的重要方法。文化元素主要分为地域文化元素、传统元素、历史文化元素、精神文化元素、艺术文化元素和城市文化元素。这些元素经过不断提炼、转化和应用，其文化价值和经济价值得到重塑。

产品功能性指产品的特性和用途，即产品

整体的功用，大致分为使用功能和审美功能。使用功能主要指产品的实际使用价值，是产品的最基本属性。按照产品使用功能分类，可分为基本功能、心理功能和附加功能。审美功能则是利用产品的独特形态，展示其特定的美学特性和价值倾向，使用户在情感层面与产品产生共鸣。产品在设计上需要高度融合使用功能和审美功能，并在两者之间寻求一个巧妙的平衡，才能更好满足消费者对产品功能性的需求。

以青岛知名旅游景点的旅游文创产品为研究对象，集中汇总这些旅游文创产品特点，可以发现当前青岛旅游文创产品类型相对单一，各大景区产品多为简单的使用功能型产品及相关元素快销品，如明信片、冰箱贴、文具、景区文创雪糕等。同时，产品的设计缺乏一定的文化深度和内容价值。绝大多数旅游文创产品的开发设计以景点标志性建筑或海洋相关文化元素为内容，文化层次较为浅显，内容价值略显不足。以各大景点售卖的冰箱贴为例，多以青岛著名旅游景点为主题，采用玻璃或树脂材质，附以青岛特色的建筑摄影照片，未将文化元素从物质载体中选择、抽离和重构，且几乎没有艺术化加工，忽视了语义维度对物质载体背后反映的文化、艺术、社会价值的解读，文化元素的组合、编码过于简单。另外，产品审美同质化严重，制作模式化痕迹明显。以各大景区明信片为例，大多以手绘淡彩和实物照片配地名为主要表现形式，艺术风格类似，创意性欠缺。

数字化赋能青岛旅游文创产品开发设计路径

当前广泛使用的数字技术包括大数据、云计算、人工智能、物联网和区块链等，以及在元宇宙催生下出现的新技术集成，沉浸式体验、多模态交互、数字资产NFT、数字虚拟人等。在系统化和战略性发展思维下，利用数字化赋能青岛旅游文创产品的设计和开发，通过由文化元素层面到功能层面再到审美层面的逐层赋能，将更多元广泛的旅游文创主体有机链接

，以实现文化价值和产业价值并举，并最终建立一个更加高效开放、跨界融合的数字化文化生产体系，成为推动青岛旅游文创产品发展的重要途径。

第一，数字化赋能旅游文创产品的文化元素层面。通过数字化技术在文化领域多维、多层次渗透，在提升文化科技附加值的同时，可以加快旅游文创产品智能化的转向。数字化赋能旅游文创产品文化层面，分别从文化的“提取—复制模式”“分离—组合模式”和“抽象—重构模式”展开。一是“提取—复制模式”的数字化赋能，即智能化提取青岛本土相关文化元素，并复刻在物质载体之上，完成旅游文创产品设计的模式。数字化赋能在提高旅游文创产品设计效力、文化元素的运用和创新性的同时，可以提升消费者对文化、艺术、社会价值等更深层次的解读，给消费者更为深刻的认知与印象。二是“分离—组合模式”，即通过分离原本相互独立的文化元素，再根据设计需要重新组合完成旅游文创产品设计的模式。数字化赋能能够利用设计语言在各文化元素之间产生有机联系，对于文化元素的运用更加灵活，所形成的旅游文创产品内容表达更为丰富。三是“抽象—重构模式”，即通过隐喻、概念化等方式将文化元素抽象总结，进而组合重构完成旅游文创产品设计的模式。数字化智能化能够利用设计语言在各文化元素之间产生有机联系，对于文化元素的运用更加灵活，所形成的旅游文创产品内容表达更为丰富。三是“抽象—重构模式”，即通过隐喻、概念化等方式将文化元素抽象总结，进而组合重构完成旅游文创产品设计的模式。数字化智能化能够通过具象的概括与形象的简化来把握其背后的本质，通过对某些形象特征的抽取、提炼和侧重来完成设计内涵的表达。

从价值的角度来看，数字化赋能文化层面的效果，进一步提升了文化信息数据的挖掘深度和文化内容的提炼广度。另外，信息互联和智能感知以及人机协作等数字化特性，可以激活原有零散的文化资源，进一步提高青岛本土旅游文创产品的质量。

第二，数字化赋能旅游文创产品的功能层面。数字化赋能旅游文创产品功能层面，可从产品功能的智能化内容生成、不同元素的组合、相关性精准推荐，以及智能化内容审核等核心环节，提高创作效率，降低生产运营成本。以人工智能为例，将ChatGPT应用于旅游文创产品的开发设计中，可分为以定义问

题、确定目标、收集信息、分析数据和制定方案为组成部分的需求分析；包括由用户行为数据、用户反馈数据、行业数据、内部数据组成的数据收集；以数据整理、提炼和选择产出的实践步骤。在预训练阶段所见的模式和统计规律，为青岛现代旅游文创产品的功能性开发设计提供了无限可能。

在满足产品基本功能性的同时，数字化赋能旅游文创产品功能也可重新组合，从而最大限度满足消费者的心理需求。目前实体旅游文创产品中较为前沿的镶嵌类产品，如具有U盘功能的书签、带有语音功能的钢笔等，就是将数字技术的智能化添加于普通旅游文创产品中，增加产品的使用价值与产品附加值。

第三，数字化赋能旅游文创产品的审美层面。旅游文创产品的设计和开发在满足文化层面和功能层面的基础上，审美层面也是吸引消费者的关键要素。数字化赋能体现在审美层面，将大大缩短审美意象转化为实际作品的时间，并为其提供更具时效性的数字化媒介。审美层面分为图形、文字和色彩。青岛以“红瓦绿树、碧海蓝天”为城市特色，审美层面可提取的元素众多，数字化赋能可在致力于实用性产品基础上，为消费者增添感官、品牌、情感等方面的文化内涵与价值元素。数字化智能化可以为旅游文创产品定制化、个性化提供可行性，从而满足审美多样化，提高产品的技术含量和审美性、收藏性，兼顾产品的美学价值和功能价值，实现二者的结合与取舍。

数字化赋能旅游文创产品应着重对青岛景区文化遗产、历史传统、民俗文化、网红文化等多方面文化元素进行发掘、提炼，不应局限于对建筑、自然人文景观、艺术品等载体的照搬照抄，而是要利用新技术对文化元素进行提炼和创意性再创作、功能性添加和组合、审美性提升和“活化”，将其运用到全新形态和风格的旅游文创产品设计中，进而服务提升青岛文旅产业发展。

（作者单位：中国海洋大学 本文系青岛市社科规划项目“基于数字化赋能的青岛市旅游文创产品开发设计研究”研究成果，项目编号：QDSKL2201024）