

# 何以六安

## ——文旅视角看六安



本报记者 陈力 摄

巍巍大别山，蜿蜒历史杭  
幽美天堂寨，碧波万佛湖  
靓丽风景线，全域好风光  
这是一幅流动的山水画卷  
见证六安自然和山水的“新”脉动

千年皇城，源远流长  
红军摇篮，将军故乡  
激情岁月，历史回响  
这是一方英雄的革命圣地  
传承六安人文精神的“薪”脉动

六安茶谷，瓜片味香  
江淮果岭，桃李芬芳  
皖西白鹤，物产天堂  
这是一场天然的饕餮盛宴  
品味六安舌尖美味的“心”脉动

快进漫游，特“别”通畅  
红绿融合，产业兴旺  
指尖六安，科技翅膀  
这是一个创新活力的家园  
书写六安文旅发展的“芯”脉动

当前中国文化旅游发展正从静态的名词世界迈向流动的动词世界，六安山脉、水脉、文脉、红脉、路脉、味脉……脉脉相通，“脉”亦动亦静，按照“理脉”“把脉”“开方”逻辑，献计六安文旅发展，让六安文旅“脉动”起来。

### “理脉”：六脉六安

绵延迤逦的大别山系，塑造出六安灵动的“山脉”

巍巍大别山，激情红六安。六安素称“皖西”，是大别山区域中心城市，跨淮河、长江两大流域。这里有群山尽收眼底的大别山主峰白马尖，群峦环绕的天堂寨，钟奇俊秀的万佛山。大别山是一座英雄山，大别山精神是大别山革命军民在中国共产党领导下，把马克思主义的普遍原理与大别山地区的革命实践相结合的产物。“坚贞忠诚、牺牲奉献、万众一心、永跟党走”的大别山精神永远激励后代前行。

地质奇特，景观优美。安徽大别山(六安)国家地质公园集花岗岩地貌、火山岩地貌、构造地貌和丹霞地貌于一体，地质景观丰富多彩，地质遗迹遍布。景区内由天堂寨、燕子河大峡谷、红石谷、霍山县的铜锣寨、白马尖、佛子岭、舒城县的万佛湖、万佛山、金安区的东石笋、高寮岩、皖西大裂谷共11个园区组成，总面积达450平方公里。

清澈通透的悠悠之水，流淌出六安闲适的“水脉”

蜿蜒历史杭，休闲好风光。六安地处江淮分水岭，境内形成淮河、长江两大水系，水系发达、河湖众多。流域内上中下游、干支流的自然、人文要素依托河网紧密关联，具有较完整的整体性。溧、汲、史、泮、杭、丰、漈、淮纵横其间，佛子岭、磨子潭、白莲崖、响洪甸、梅山、龙河口六大水库及巢、塘、堰、坝星罗棋布。佛子岭、万佛湖、响洪甸等众多河湖拥有优越自然环境，适应康养休闲、运动养生的旅游需求。

天河溯史杭，精神放光芒。溧史杭灌区工程作为全国三个特大型灌区之一，拥有五大水库、三大渠首、2.5万公顷固定渠道，受益范围涉及安徽、河南2省4市17个县区，有效灌溉面积1000多万亩，是新中国成立后建成的亩均投资最低、灌溉面积最大、唯一跨长江淮河两大流域的特大型灌区，被誉为“新中国水利建设史上的一颗光辉灿烂的明珠”。依托溧河、史河等自然水系，孕育出灿烂的农耕文化。此外，六安注重水生态的保护与修复，湿地、湖泊等自然景观与水利工程和谐共生，形成了独特的生态水文化。“自力更生、顽强拼搏、牺牲奉献、科学求实”的溧史杭精神，充分展示了新中国建设成就和老区人民艰苦奋斗的精神风貌，为游客提供精神上的洗礼与升华。

积淀悠久的沧桑岁月，涂抹出六安厚重的“古脉”

千年皇城，源远流长。六安历史悠久，上古时期，皋陶及其部族在此居住。《史记》记载：“皋陶卒，葬之于六，禹封其少子于六，以奉其祀。”4000多年前，禹封皋陶后裔于英，六、“六”字首次出现于地名之中，六安因此得名。汉武帝时期，设立“六安国”，自此“六安”这一名称在历史长河中熠熠生辉，见证了这片土地悠久历史的绵延与辉煌。

雄踞江淮，锁钥中原。六安地处江淮之间，连接鄂豫皖三省，位于中原至东南沿海的交通要冲，具有独特的战略地位。古语曾赞曰：“屏障东南水陆通，六安不与别州同。山环英霍千重秀，地控江淮四面雄。”自古以来，这里便是兵家必争之地。英才辈出，人杰地灵。从上古圣祖皋陶制定《狄典》，开启中国司法传统，到楚国令尹孙叔敖辅佐楚庄王施政教民，宽刑缓政，发展经济，政绩赫赫。秦汉时期的九江王英布、西汉大司马耿种

翁、三国名将周瑜、东晋重臣何充，宋画第一人李公麟、明代曾医学鼻祖喻本元及其兄弟，“大清相国”周祖培以及近代的辛亥名杰柏文蔚、张汇滔，抗日名将方振武、孙立人，著名左翼作家蒋光慈，都为这片土地的历史增添了浓重的一笔。

热血沸腾的英雄烈士，浇灌出六安激情的“红脉”

将军故里，红色圣地。六安是全国著名的革命老区，28年革命红旗不倒，20年武装斗争不断，30万英烈为革命捐躯，18万将士以上红军部队诞生或重建于此，走出了洪学智、皮定均等108位共和国开国将军，享有“没有围墙的红色博物馆”之美誉。五六十年代授衔的中国人民解放军将军中，皖籍有108名，占全省130位的85%，被誉为“将军之乡”。解放战争时期“刘邓大军千里跃进大别山”是伟大壮举，历史转折。全市现有首批红色资源13处，不可移动革命文物286处(340个点)，包括国保单位4处(18个点)，省保单位21处(49个点)，市保单位33处(36个点)，县保单位203处(212个点)。一般文物点25处。全市馆藏革命文物586件，其中一级文物56件，二级文物49件，三级文物203件，一般文物15件，未定级263件。文物类型包括革命旧址、名人故居、烈士墓、战役遗址以及其他革命纪念设施，涵盖大革命时期、土地革命时期、抗日战争时期、解放战争时期以及新中国成立以来的各个时期。

红色精神，薪火相传。红色精神包括“坚贞忠诚、牺牲奉献、万众一心、永跟党走”的大别山红色精神，“自力更生、顽强拼搏、牺牲奉献、科学求实”的溧史杭精神，“为民造福、胸怀全局、攻坚克难、依靠群众”的大别山三线精神，以及“立德、奉献、创新、图强的六安精神”。

串珠成链的风景廊道，蔓生出六安结网的“路脉”

风景大别山，一道游六安。当前旅游资源由特定点状和块状空间范围向连续空间范围“线性”整合的趋势日益显著，以自然要素的带状延伸，以及红色文化线状遗存蕴含着深厚的文化基因，赋予资源新的时代任务与时代价值。目前已启动《六安市800公里大别山风景道规划》编制，包括金寨中国红岭公路、霍山最美旅游环线、舒城万佛湖环湖大道、金安九十里山水画廊、裕安红源谷风景道、霍邱淮河风情线、叶集山河大道七条支线。全市现有省级风景道3条(大别山风景道霍山段、金寨中国红岭公路、金安九十里山水画廊)，金寨红岭公路入选全国文旅融合发展典型案例(全省唯一)，大别山风景道被评为长三角精品自驾游线路。

路网相连，四通八达。合安高速、沪陕高速、沪蓉高速、济广高速、德上高速以及在建的和襄高速纵横全境，六安站、六安北站、舒城东站、金寨站、金寨东站、霍邱站等站点密布。近年来，六安市抢抓长三角一体化发展、与上海市对口合作、合六同城化等多重战略机遇，深入推进“交通+文化旅游”模式，在加快建设“快速慢游”旅游公路的同时，以旅游风景道、运输场站、服务区等建设和优化升级为抓手，探索文旅融合发展新路径。

长藤结瓜，脱贫致富。大别山国家风景道具有“串珠成链”式的牵引带动作用，为资源禀赋条件一般、难以独立形成旅游吸引物的地区实现突围和高质量发展提供了有效路径，风景道的空间串联与延伸特征大大延长了自驾游游客的行程，产生了大量住宿需求与游乐需求，沿线“小散特精”自然和文化资源得到盘活利用，日渐没落的传统旅游景区分享客流得以焕然一新，更多偏远地区的低生计资本群体以及老人、妇女、残疾人等弱势群体得到更公平的发展机会，成为六安全域旅游发展的重要空间抓手。

物产丰饶的皖西大地，孕育出六安丰润的“味脉”

六安茶谷，西山药库。皖西六安作为大别山核心区，“茶脉”绵延。六安茶以六安瓜片、霍山黄芽、金寨翠眉、舒城兰花、华山银毫“五朵金花”最为知名，其中六安瓜片以其悠久的历史、独特的制作工艺等被誉为“中国十大名茶”之一。此外，六安自古就有“西山药库”之称，出产霍山石斛、霍山赤芝、金寨灵芝、以及茯苓、天麻、漫水河百合、重楼、黄精、苍术、桔梗、白及、蝉花、桑黄等道地特色药材。六安酿酒历史悠久，早在2000多年以前就有酿酒的记载。当地人民对酒有着深厚的感情，就在六安人的日常生活中占有重要地位，其中迎驾贡酒驰名全国。

皖西物产，四季天堂。从茶果香味、文化深味再到生活真味，从缠绕舌尖到滋润心间，六安孕育出一条丰润的“味脉”。独特的山地自然环境孕育出茶、石斛等一系列名特产品及四季瓜果蔬菜资源。另外，六安地处江淮之交，水系发达，万佛湖、佛子岭水库等水质优良，渔业资源丰富，形成了独具六安丰腴多样的美食资源底色。

舌尖饕餮，流连难忘。六安已形成以蒿子粩粩为代表的六安特色小吃及以皖西白鹅、黑猪

肉吊锅、万佛湖砂锅鱼头美食为代表的六安特色菜，同时六安人民勤劳淳朴，善于加工食物，清明腌鸭蛋、梅雨制豆腐、立冬腌萝卜、春节做米糕，形成独特的饮食风情，体现了劳动人民对自然的敬畏及美好生活的向往。皖西白鹅则因其无污染、肉质细嫩等特点成为具有六安特色的安全保健食品。

### “把脉”：找准方向

#### 主题形象

主题：大别山，红六安  
解读：突出六安位于大别山区，大别山是六安的地脉和绿脉，体现地域标识性，六安的文化重点在于红色文化，凸显“红”的文化独特性，营造“满山红”的氛围。

形象口号：挺进大别山，一道游六安  
解读：推动从“绿水青山，红色六安”资源型定位口号向“挺进大别山，一道游六安”市场型定位口号转变。“挺进大别山”历史事件意义重大，耳熟能详。“挺进”富有动感，符合六安文旅发展从追求静态资源到动态体验，体现游客沉浸式体验与穿越式体悟相结合。大别山宛若中国中部地区的大钻石，“挺进大别山”，向心而动。“一道”亦动亦静，“道”是革命发展之道、大别山国家风景道、新时代乡村振兴之道、希望之道，也是呼唤友谊。“一道游六安”的感情邀约。

“一道游六安”内部依托大别山国家风景道，外部链接长三角G8388/9/8次“超级环线”高铁，对接高速公路自驾市场，“引客入道”，在“大别山”和“微循环”中“脉动”起来。  
坚持“主题聚焦，功能复合”原则，主题做“减法”，进一步突出“大别山”这一具有六安地名标识的文化符号，功能做“加法”，丰富新业态，拓展新产业。深入挖掘旅游资源富矿，实现从挖大别山的“地质”到“文化”转变；秉持“旅游就是那么回事”的理念，从关注资源到关注“人”和“事”多样化旅游产品转型，讲好旅游故事；打造旅游廊道载体，从线路串联到产业带动，实现“点-线-面-网”全域“脉动”起来；新建旅游创意载体，实现从静态观光到创意体验；深化“红”主题，拓展“映山红”“瓜果红”“产业红”等维度，实现六安文旅红红火火；策划“春季、夏季、秋季、冬季”四季产品，塑造四季六安品牌。充分利用大别山好山好水好风光，努力建设长三角和合肥“后花园”。

#### 空间布局

以山脉、水脉、文脉为经络，以串联四县三区的“1+N”大别山风景道体系建设为抓手，全力融入合六同城化，突出全国知名红色旅游示范基地和康养基地定位，加强六安主城区核心带动作用，着力构建大别山、江淮分水岭、主城区、淮河水乡四大片区全域旅游发展新格局，构建从板块旅游目的地到板块与线性旅游目的地相结合的旅游目的地。在省域层面提出“大别山-湖”(大别山、大别山、环巢湖)概念，凸显大别山在安徽省文旅板块的重要性，实现区域旅游联动。

#### 发展路径

六安文旅发展经历了“景观-环境-产业”三阶段发展，从早期发展1.0版依托景观，以自然和人文旅游景区为代表，如天堂寨、万佛湖等传统A级旅游景区。2.0版本旅游发展依托环境，以旅游度假区和民宿为代表，如悠然南山旅游度假区等。当前六安文旅正在向3.0版本跃迁，旅游目的地的需要重点依托产业，着力推动乡村旅游和康养旅游，组建市县文化旅游产业发展投资有限公司，加快红旅、文旅、水旅、农旅等融合发展，通过线性风景道将区域内点状、面状等各种类型的生态板块(山地、湖泊、农田、物产等)，以及人文板块(村庄、遗址遗迹、场馆、民俗等)纳入其中，实现板块布局和线性布局相结合，培育系列主题化微营地、研学基地。

3.0版本“依托产业”具体来讲，一方面，在红绿融合基础上，按照“大健康、大文艺”文旅产业方向。立足六安优良生态、优质农产品、丰富旅游资源，紧盯长三角地区目标群体需求，搭建供需对接平台，将城市自发的自游道，建成稳定的大通道，着力打造长三角地区后花园。推动红色旅游与乡村旅游、研学旅行、文创等多领域融合，打造一批红色演艺项目和红色旅游线路产品，红色旅游数字化项目和红色文创等新业态、

新产品、新场景。如金寨灵芝产业与红色文化的结合，形成“仙草指路”旅游产品和线路；六安茶叶产业与竹编产业的结合，形成“竹篮打水一杯茶”等创意旅游产品和线路等。

另一方面，重点以800公里风景道建设为抓手，首先，“导入产业”，普查沿线及腹地资源，有序招商，包括普查沿线及腹地的废弃厂房、老学校、老粮站、老电影院等闲置用地资源，优化旅游用地条件。依托沿线乡村基础，打造特色乡村驿站。依托腹地和美丽乡村，形成合力共赢。其次，“引智/才入道”，鼓励务工人员返乡创业、年轻劳动力回乡参与旅游发展、吸引外来经营人才以及提高现有劳动素质。再次，“主题分段”，以风景道沿线地域文化特色为依据划分特色分段，每一分段、每一支线形成一个特色主题文化，共性要素保持一致，分段特色要素从景观、体验、设施等方面予以体现。通过“地域文化+产业”的形式，在保证风景道维持有机整体的同时塑造多种特色体验，最终形成整体与个性、标准化与个性化的统一。

### “开方”：有的放矢

#### 塑造以廊道为主体的线性旅游目的地

打造800公里大别山风景道、溧史杭廊道、红色研学一号线、山湖大道、皮旅步道等不同主题的廊道体系，根据“点上做精品、环上出特色、廊上布设施、面上树品牌”的总体要求，按照“联点(串联重要项目/资源点等)、景路(道路旅游化、风景化)、联村(联动和美乡村、古村落等)、避堵(避开主干道道路和集镇)”原则，采取“文化符号植入，文化场景营造，文化仪式嫁接”等递进旅游创意手段，赋予产品项目和公共服务设施浓厚的文化内涵，以软文化开发带动硬设施提升，推进“点-线-面-网”的全域发展格局，实现“绿水青山”向“金山银山”的价值转化，构建六安线性旅游目的地的发展格局。

全市已启动800公里大别山风景道节点建设，继续完善“1+N”大别山风景道体系建设，对接高速公路站口，打造快进+漫游的全域交通网络，形成“主线+支线”串联主要资源/景区、村庄的全域旅游环线，实现交通“大动脉”和“微循环”更加“脉动”有力。  
溧史杭廊道依托溧史杭水利工程，按照流域思维，联合申报世界文化遗产，以溧史杭精神、水利工程技术等为主题，打造系列文化演艺项目、水利研学基地、溧史杭主题游径等产品，如“水灵灵·红彤彤”主题，实现流动服务移动，主题组织系列、系列引领系统、系统协同共生的认识路线，让溧史杭精神“脉动”起来。

山湖大道连接合肥三河坝，东接环巢湖大道，全长约190公里，通过骑行等与合肥连接，打造跨界旅游廊道，依托集中连片的三线厂遗址、革命旧址与山谷、竹海、水库等优质自然资源，修旧如旧复原一批遗址、艺术化改造一批旧址、创意化新建一批基地，由西向东，让三线主题记忆“脉动”起来。  
“皮旅步道”等抓手，继续拓展大别山步道网络，坚持以人为本，以找代建、最少干预、勾连成网的方式，实现健身之道、生态之道、数字之道、共富之道，打造“红六安”国家森林步道体系，让“小路大道”“脉动”起来。

挖掘地名文化脉络为基础的创意旅游

地名文化意义。地名承载着集体记忆和文化认同，既是延续地域历史文脉的重要载体，又是助推文旅融合高质量发展的文化符号。六安历史悠久，南北文化碰撞，东西精神融合，皋陶文化、楚汉文化、革命文化、红色文化等在此交相辉映，拥有文化底蕴深厚的地名资源。除此之外，山、岗、丘、岭层次分明，溧、汲、史、泮、杭、丰、漈、淮纵横其间，六安独特的自然地理环境也为地名文化注入了独特的特色。地名文化具有导向、知识、形象标识、吸引和审美功能，具有政治、经济、文化、历史、教育等价值。

地名文化挖掘。“六安”文脉至今已有2100余年，地名文化包括语词文化和地域的实体文化，是可开发利用的文化资源。在旅游开发中，将地名作为组带提供旅游场景的艺术空间建构参照，蕴含情感层面的感知线索。结合六安相关的诗词歌赋、历史典故等地名文化，搭建旅游场景。利用地名的定位、指向和引导功能，构建皋陶文化、楚汉文化、革命文化等特色鲜明的旅游线路，让地名文化鲜活“脉动”起来。

地名文化传播。通过富有创意的地名口号，如“云卷云舒·舒城”、“飞鸟冲天·霍山”、“星光灿烂·金寨”等，不仅可以提升地方品牌的辨识度，还能在情感上与游客建立更深层次的联系。这些口号通过生动的描述和形象化的表达，使地名文化更具旅游吸引力。结合现代信息技术，通过短视频平台传播地名文化故事，生动展示地方特色，吸引观众的兴趣。与此同时，运用虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术，进行沉浸式体验，使游客获得穿越式体悟。此外智能导览等提升地名文化的展示效果，实现旅游体验的互动性和个性化。

地名符号体验。地名符号作为携带意义的感知，旅游过程实际上是游客对地名符号进行多层次、多维度解读的过程。通过鼓励企业和社会组织开展地名文化创意产品，结合霍邱剪纸、大别山柳编等设计地名纪念品，结合仪式、实景演出和民俗活动等形式，讲述地名故事，使目的地成为一个可感知、可想象、可表演、可触摸的多感官体验空间。通过符号消费、符号互动等多形式的旅游体验，唤醒文化记忆，引发情感共鸣，增强地域文化认同。

解锁红绿多脉络系列的研学康养旅游  
旅游要素在时间推进下不断与周边甚至跨

地域相关要素相互联系、相互影响。系列是性质相近、相互关联若干事物的基本解释集，各部分相互联系且相对独立，并不断向外延伸，呈现出松散整体性以及延展性特征。六安借此通过旅游要素间的不断关系化，关系的统一性、汇入性、延展性相互交织，形成多脉络系列化的红绿研学康养旅游。

统一性关系上，主题作为最能反映旅游地核心价值要素，可以整合所有要素。六安依托大别山优质的生态环境以及红色文化印记，传承红色基因、发挥生态价值，同时结合游客日益增长的精神文化需求和休闲康养需求，构建红绿融合、研学康养的发展模式。

汇入性关系上，旅游相关要素不断汇入，逐渐形成更明确的区分载体。一方面，首先，六安拥有打响红军广场、独山革命旧址群、集中连片的三线厂遗址等红色研学旅游目的地，依托文博场馆、历史古迹遗址等特色历史文化研学游；其次，结合六安茶叶、林果、石斛等丰富的自然物产以及悠久的农耕文化，打造农文旅研学体验游；再次，借助大别山地质公园的地质科考价值以及临淮岗水利枢纽、万佛湖风景区等水利技术科普价值，结合六安市常态化免费开放的科技馆、开展地质科考、技术科普、梦幻剧表演、科学实验等科技研学活动。以历史文化研学、农文旅研学、科技研学为区分，三者共同形成六安研学旅游体系。另一方面，首先，依托丰富森林资源和良好生态环境，开发生态旅游、康养度假旅游产品，创建“森林康养”新场景。其次，实施“生态原味·乡宿六安”旅游民宿“1289”工程，培育“大别·乡宿”民宿品牌，打响“旅居康养”新招牌。再次，坚持挖掘、利用、整合森林、中医药等特质资源，推动石斛、灵芝等向旅游产品转化，推广“食药康养”新产品。最后，举办中国大众网球联赛金安站、全国山地自行车赛、环万佛湖马拉松等体育赛事，丰富“体育康养”新业态。以森林康养、旅居康养、食药康养、体育康养为区分，共同形成六安康养旅游体系。

延展性关系上，旅游地发展需要突破空间固有范畴，寻求与跨区域相关主体合作。大别山作为跨越安徽、湖北、河南三省的山脉，三省跨区域合作开发，共建“大别山旅游合作区”，以优质生态与红色文化为主线，以大别山风格为统一特色，进行差异化组合，促进旅游要素自由流通，共同打造大别山旅游品牌。

构建多媒体化载体的文旅传播体系

六安充分利用媒介，以满足大众对多样化、个性化旅游需求的期待，在平台思维、内容连接及价值共创三个层面上发力，构建多媒体化载体的文旅传播体系。  
平台思维。大小屏联动构建立体多媒体文旅传播路径。一方面，将六安文化、现代技术、网络媒体、短视频直播等要素进行融合，利用社交媒体和内容平台增加沉浸感、参与感和附加价值。另一方面，借助虚拟现实(AR)和增强现实(AR)等技术，结合六安红色资源纪念碑纪念馆等以及六安市科技馆等科技场馆，提供亲身体验的游客互动，增加游客沉浸感。在场景体验。继续开展大别山风景道短视频，打造形成专属IP，并形成可持续的期待，建立长效机制。加强媒体平台合作，打造宣传营销矩阵。运营好“六安文旅”微博、微信、抖音号、星球号，继续与央视、省、市等主流媒体合作，利用安徽文旅云等新媒体平台。同时，在高铁、机场等交通集散地宣传推介，加强内容策划，形成“立体化传播+多渠道分发”的文旅传播路径。

内容连接。六安“文旅+”模式扩容视听作品表达样态。基于媒介平台的建构，一方面对直播、视频、图片、文字等多内容要素整合，规范直播内容，加强传播效力，增强优质作品的视听体验与地域文化的情感附加值。另一方面实现对不同平台的媒介渠道整合，在网络媒介上以抖音为融合重点，结合微信、小红书、微博等平台，制定不同的IP定位及内容选择策略。开展“六安四季”“月月有节”等特色文旅宣传主题活动，举办春天文化旅游节、泼水节、桃花节、茶文化旅游节、羊肉美食节、皖西白鹅美食节、养生药膳美食节、龙虾美食节、万佛湖鱼头节等节庆活动。加大皋陶文化、红色文化、溧史杭文化研究宣传，唱响“两湖两地”“溧史杭精神”“大别山精神”品牌。注重发挥文旅各类协会桥梁作用，指导自发组织开展特色品质宣传营销活动。

价值共创。情感和社会价值是现代旅游产品定位的基点。旅游传播不应仅是一种旅游产品宣传手段，而是政府、旅游管理者、旅游经营者和旅游者等在内的多种主体共同参与、分享的沟通方式。一方面，通过加强六安文旅互动环节与体验方式设计，提升文旅场景消费体验质量并实现文旅场景价值共创，借助六安文旅系列短视频、“十万剧场”沉浸式红色演绎等，重点塑造红色旅游产业生态圈，在市场与消费者间、主客间、经营主体间建立共建、共创、共享、共生的生态系统，促进多产业协同发展。另一方面，六安各区县政府要主动与文旅行业、企业等社会团体形成一种价值共创、协同发展的共同格局，促进市场主体成为文旅融合的先行者、示范者和践行者，通过价值共创、价值共融、价值扩散、价值共享实现六安文旅产业生态圈建设。

杨敦忠(安徽师范大学地理与旅游学院教授、博士生导师)

朱士静(安徽师范大学地理与旅游学院博士)



本报记者 陈力 摄