



# 天柱山

皖源仙境 诗画天柱

过去五年，是天柱山风景区克难奋进、爬坡过坎的五年，取得了一些成就，虽然在历史的长河中这些成就如微尘细浪，但在当下足以鼓舞人心。一路走来，像那些夜游天柱的年轻人，在山路上攀登，看见了星辰大海，迎来灿烂朝阳。我们站在天池峰上，看到了更高更远的存在，也看到了时光白驹过隙，世事白云苍狗，个人的力量微不足道。我们要感激的，是老天爷的恩宠、老祖宗的厚爱和老百姓的支持，是这个文旅业被高看一眼的时代。想起我们的口号，从疫情期间“大爱天柱，情系天下”，到后来的“皖源仙境，诗画天柱”，终于凝聚成一句“登天柱，得天助”，引起广泛的情感共鸣。何为天助？天为道，道生一，一生二，二生三，三生万物。天助就是天道的加持。天道有则，当记有为于世；人事无常，但求无愧于心。

新的五年已经开始，我与大家一样，既信心满满，又心怀忐忑，既渴望成功，又如临如履。曾国藩说：“凡成大事，以识为主，以才为辅，人谋居半，天意居半。”当下，我有一些思考要与伙伴们分享，老调重弹，历久弥新，常识是朴素的，但回归常识并不是一件容易的事。

第一、重塑中国文化名山。文化是旅游的灵魂和归宿。天柱山是皖之源，是古南岳，文化高古厚重，儒释道在此交融汇聚，千秋文脉久潺潺，不能断在我们这代人手上。从保护到转化，从传承到创新，从自信到自觉，我们必须坚持文化兴山，以文塑旅，以文化人，持续打响“世界地质公园，中国文化名山”品牌。

第二、打造世界级文化旅游目的地。创新融合是旅游发展的必然趋势。某种意义上，创新就是构建新的链接，融合就是新生。我们已经确定“深入推进农文旅体尚深度融合，打造世界级文化旅游目的地”这样清晰的路径和宏大目标，久久为功，只争朝夕。

第三、坚持长期主义和可持续发展。我们比任何时候都更需要尊重市场规律。中国的旅游业迎来了黄金时代，也迎来了内卷时代，天柱山文旅进入一个大投入、高增长的快车道，我们更需要尊重常识，尊重市场规律，

# 新征程，新愿景，新力量

舒寒冰



日照金山 张永富 摄

坚持理性原则和创新精神，在高速路上，任何一丁点、一刹那的偏离都可能导致不可承受的灾难性后果。不要被万花筒一样的旅游市场中短期主义的喧嚣和形式主义的浮华蒙蔽双眼。急功近利无异于饮鸩止渴，但功不可不急，利不可不近，关键在于遵循天道，按规律办事。和平年代，文旅的江湖不是刀口舔血，而是光中抽丝，不是骑猪风口，而是以梦为马。蜉蝣朝生暮死，大象行稳致远。

第四、为游客提供差异化的美好体验。这是发展旅游的初衷，也是旅游的本质，不可偏离。文旅是产业，也是事业，既是服务于人娱乐于人，也以文化人以美育人。游客为王，但不是旅游“王者”所有的欲念都应该得到满足。现在文旅行业无限抬高情绪价值，感性的满足追求极致，理性光芒被遮蔽。其实，情绪价值亦有正负之分，违背了真善美的原则贩卖情绪价值，如同鸦片交易。流量如水，水能载舟，亦能覆舟。

第五、以优化供给反市场内卷。中国文旅进入一个高品质竞争的年代。大量的旅游产品会很快成为明日黄花，大量的所谓新场景新业态会昙花一现，旅游业万紫千红的背后，也会有一地鸡毛，泡沫上的油污在太阳照耀下也可以五彩斑斓，泡沫褪去才能看到江海的深邃与辽阔，但于江海而言，泡沫从不会真正消逝。我们必须以优化供给反市场内卷，以创新融合求战略主动，勇敢地走到时代前沿，不断推动产业升级，加速文旅转型。

第六、建立山岳信仰。传统山岳型景区仍将迸发巨大的持久的活力。不必杞人忧天，

过去几年的实践已经证明，这个世界上永远不缺乏登山的人，缺乏的是一个个令人怦然心动的登山理由。到井冈朝圣，到武当问道，到昆仑寻祖，到九华拜地藏，到普陀拜观音，到蓬莱访仙，到终南归隐，那么，到天柱山干什么？旅游业中，很多人记住的是一招鲜，忘记的是一桌席。天柱山是多元文化，可以类比的是泰山、华山、庐山……要做好一招鲜，但不能为了突出一招鲜而刻意撤掉一桌席，就像我们不能把一个大餐馆关了，都抢着去开小吃摊。能坚持开餐馆的，大多不会去开小吃铺，虽然很多时候小吃铺很火很赚钱。山各有格，人各有志，不可削足适履，东施效颦。天柱山应该立足多元文化气质，建立自己的山岳信仰体系，突出一个主题，兼顾其他内容。朝着这个方向我们不断探索，三十二相观天柱，到底最后哪一“相”成为天柱山的标签符号和流量密码，要看天意，也要看民意，往往我们全力以赴却事倍功半，而精彩经常出于意外。相信未来，会有更多人从庸常生活中抽离，向山而行，逐水而动，接受自然的教育与洗礼，笃信“仁者乐山，智者乐水”的古训，拥抱山川大地，追求天人合一。

第七、与AI同行。人工智能将深刻改变文化旅游，因为人工智能已经改变和正在改变人类的生产生活，对这一趋势我们不能视而不见，也不能楚河汉界，更不能退避三舍，未来的人工智能不是我们的工具，也不是我们的雇佣，更不能成为我们的主人，它是我们

的伙伴，是我们孤独的碳基人类亲手创造的新的智能体，我们必须学会与它和平相处共生共荣。我要提醒伙伴们，过度依赖人工智能的工具性，把很多我们本来努力可以做的事让渡给人工智能，虽然会极大提高效率，但本质上是在加速我们的退化。就在当下，我们天柱山文旅必须启动“AI+”工程，重塑升级我们的文旅产业，犹疑不决只会错失战略良机。但仅仅有理念和愿景远远不够，必须提高和解放我们的认知，必须提高和创新我们的执行力。早班列车的窗口很快就会关闭。

第八、国际化是我们必须加速的新长征。从区域性旅游目的地到全国性旅游目的地，我们走了将近五十年，“却顾所来径，苍苍横翠微。”展望新征程，星海共朝晖。去年以来，我们加速国际化步伐，成立国际部，大力开拓国际客源市场，组建天柱山国际传播中心，搭建国际传播平台，推进文化出海，游客入境。国际化是天柱山文旅厚积薄发破蛹成蝶的关键之举和必由之路。

第九、人才是文化旅游发展的关键性力量。过去几年，我们组建了文旅集团，创新了市场导向的目标管理和绩效考核制度，老国企迈上新征程，改革激发活力，一大批优秀的建设管理经营服务人才在实战中成长，接续书写天柱山高质量发展的华章。新征程，新愿景，新力量，我们都是行走的天柱山，我们都是天柱山的守护者和代言人，专业，敬业，创新，开放，包容，我们薪火相传，接续奋斗。世上没有救世主，现在做项目讲运营前置，但运营前置不等于第三方依赖，天柱山的事最终要靠天柱山人来做，但这个天柱山人从来不是一小部分特定群体，川流不息，有源乃汤，海纳百川，有容乃大。作为一个岳西人，乃古南岳之西的人，天柱山也是我的家山，我为能与兄弟姐妹们并肩奋斗而倍感幸福。

第十、发展旅游业就是改善民生创造幸福。旅游业仍然有巨大发展空间。把旅游业做成支柱产业，是党中央和总书记发出的号召。与其他产业不同，旅游业体量很大天花板很高，原因很简单，人们对美好生活的向往永无止境，那么提供差异化美好体验的产业就会永无止境。旅游业是一个能同时拉动消费、促进就业、改善民生、增加投资的大产业，并且四者互为因果，闭环互动，螺旋上升。