

整治“桥头跳” 让道路畅安舒美

艾才国

记者从市市政工程管理处获悉，6月28日，城区开始对桥头路面开展专项整治，确保道路通行安全。（《安庆晚报》6月30日）

打造畅、安、舒、美的交通环境，安庆的努力“一直在路上”。这一次，市政工程管理部门将目光聚焦“桥头跳”整治，开展专项整治活动，计划三天内维修完成桥头沉降路面约6000平方米，整治行动之迅速、整治地域之广泛、整治效果之丰硕，让人注目。



畅通、安全、舒适、美观是对道路交通环境的基本要求。然而，在道路桥梁与路基交界处，由于桥头与路堤的沉降不一致，桥头处出现错台，致使车辆行驶在这一位置时，产生颠簸、跳跃现象，这被业内俗称的“桥头跳”，不仅对行驶的车辆造成伤害，影响市民出行质量，还对通行安全带来隐患。尤其是外地人来宜，无论是投资创业，还是旅游观光、走亲访友，路平不平、好不好走，都会留下“第一印象”。如果长期漠视“桥头跳”问题的存在，城市品质就会留下缺憾，“宜居宜业”就会成为一句空话，可见“桥头跳”的负面影响不容小觑。

民生所指，施政所向。面对群众整治“桥头跳”呼声，市政工程管理部门就多次组织实施“桥头跳”整治工作，既要打好“速度牌”，抢抓晴好天气、错开车流高峰，日夜赶工抓进度；又要打好“质量牌”，高标准制定整治方案，施工过程中，积极推广应用“四新技术”（即新技术、新工艺、新材料、新设备），及时采取桥头路面接顺、路基加固、轻质材料换填等整治措施，确保桥梁最大相邻纵坡差控制在2%以内。

需要指出的是，整治“桥头跳”并非仅靠一两次专项行动便可一劳永逸、万事大吉，它是一场持久战，必须进一步完善长效管理机制，

加强日常巡查整改，持续关注有“桥头跳”病害趋势的桥梁，不断提高道路精细化管理水平，努力提升城市道路设施品质。

正所谓“一代人有一代人的责任”，过去偏重于建设速度和效率，着力解决“通”的问题，人们的基本需求是有路可走、有车可乘，大家对“桥头跳”问题持理解和包容态度，这是发展阶段使然。现如今，社会越发展，交通越发达，品质出行已经成为大众需求，治愈“桥头跳”，让道路畅、安、舒、美，这是一种历史的必然，更是每一位城市建设者的责任。对此，我们别无选择。

端午小长假期间，安庆古城推出的4款文创雪糕

正式“出道”。外地游客表示，不买根雪糕拍照打卡，感觉古城之旅就不完整。本地市民认为，文创雪糕主打本地文化创意，希望旅游的发展能带动更多文创产品“出道”，让城市文化符号深入人心。（《安庆晚报》6月30日）

激活“文”的基因 深耕“创”的特色

冯新

酷暑来临，雪糕成为了夏日冷饮中的“顶流”。我市推出的“黄梅戏帽盔”“迎江寺”“倒扒狮牌坊”“我爱安庆”4款文创雪糕正式“出道”，这些带有景区特色设计的雪糕正成为景点IP推广招牌与游客们的“打卡神器”，成为景区宣传引流的亮点。

所谓文创雪糕，一般是景区推出的雪糕产品，主要是依托景区内具有代表性的景点、建筑、文物等等，然后请专业设计人员进行设计，最终生产出能够体现景区特点的雪糕。这种精巧别致的制作，大大提高了游客们的旅游增值体验——既有文化内涵，又有吸睛的颜值；既能满足口腹之欲，又能实现社交功能。如此集“智慧与美貌”于一身，文创雪糕走红自是水到渠成的事。

文创雪糕提供了更多的文化和情感需求等附加值，符合新生代主流消费群体的消费思维，即不只会因为好吃而选购，还可能被其造型、包装、概念所吸引，而这种思维不仅促进了雪糕产业的创新发展，提升了游客的二次消费空间，同时也增强了景区与游客的互动，活跃了景区的品牌

形象，让景区的文化符号更加深入人心。独特的造型、浓浓的文化与社交属性，文创雪糕火热的背后，彰显着传统文化的原生魅力。

文创的本质，在于“文”，更重于“创”。文化是内核，创意是手段。文创产品是盘活文化资源的一种途径，也是人们与历史“零距离”接触的一座桥梁。要让文创雪糕变成“长红”，一方面需优化成本，为市场持续注入活力；另一方面需激活“文”的基因、深耕“创”的特色，在口感、味道、工艺等方面持续完善，实现品质与内涵双提升，让自己更有味、更美味，这样才能获得更长久的生命力。毕竟，身为一支雪糕，好吃才是立身之本。



图片由古城提供

让优秀传统文化“活”起来

潘天庆

文创雪糕是一种创新，是“舌尖上的风景”。有文化内涵，又造型别致，有“吸睛”的颜值。其多种口味又能满足口腹之欲，还能实现社交功能。如此化历史名胜形象于雪糕，拉近了人们与景点文物的距离，提高了旅游增值体验，自然就能引发流量效应，赢得游客的关注和喜爱，也让我们市优秀传统文化“活”起来。

现今，放眼文旅市场，充满各种创意和个性的文创产品越来越受欢迎。这就提示我们要深根细作，进一步开发出更多符合大众需求的文创产品。

体现优秀传统文化元素。实践已证明，文创产品“文”是根本，文化是内核，文创应根植于优秀传统文化。只有立足于优秀传统文化，将承载厚重历史的文化遗存、非物质文化遗产，以及博物馆中沉淀的历史记忆等，进行立象尽意，才能将文化产品最大赋值，满足人们对精神文化的美好追求。

以“创”为生命。正如文创雪糕创意的出彩、样式的多彩，体现了城市历史记忆，演绎为可感可知的时代风采，如此才能让优秀传统文化“活”起来。

让文创产品收获更多人的热爱和尊重，更需要我们提高对文创作品价值的认识，以重视文创工作，制定专门措施政策，积极鼓励支持，大力打造文化产业链。通过拓展舞台，培育创作人员，增强创作力量，积极拓宽思路，以新业态、新模式，让文创产品融入盲盒、宅舞、网游、ACG等年轻人喜欢的时尚流行元素，带动文化创意产品丰富发展，创作出更多的文创作品。

一件文创产品，就是一个“文化使者”。我们要与时俱进、勇于创新，通过这些喜闻乐见、别样生动的“文化使者”，拉近传统文化与大众的距离，让更多人领略到我市优秀传统文化的魅力，让城市文化符号深入人心，让优秀传统文化“活”起来。