

对“台独”要用“杀威棒”

吴健



新民眼

12月19日,多名完成祖国大陆参访的新党人士突遭台湾警调机关骚扰,新党发言人王炳忠在直播民进党当局抓自己的同时,还直斥台湾“绿色恐怖”嚣张。对此,国台办发言人安峰山表示:一段时间以来,台湾当局对“台独”分裂分子袒护和纵容,并采取各种手段对主张两岸和平统一的力量和人士肆意打压和迫害,我们对此予以严正谴责。

台湾政坛向来有蓝绿之分,国民党、亲民党、新党统称“泛蓝”,而统一立场更坚定的新党又是其中的“深蓝”。鼎盛时,新党的“精神党员”多达六万。新党主席郁慕明说,早在李登辉时代,自己就被“台独”的“绿色恐怖”威胁,“我被恐吓过三年,每天晚上一点半,清晨五六点钟就被电话骚扰恐吓,我就申请警方监听我的电话,居然不了了之”。即便如此,新党仍是推进两岸统一事业的重要力量,郁慕明称,该党不仅要当“深蓝”,更要当“正蓝”,当年新党之所以脱离被李登辉之流把持的国民党,就是要保持中国国民党的正统理念、民族意识,新党提出“和平是基础,发展是过程,统一是目标”的“三是”立场,强调两岸就是“要和要统”。

去年蔡英文上台后,由于拒绝“九二共识”和“一个中国”原则,两岸关系陷入停滞,新党等岛内和平



12月11日,中国空军多型战机成体系“绕岛巡航”

图 新华社

促统力量持续发力,为改善两岸关系而奔走。可在“台独”势力眼里,这些活动不仅越少越好,能“妖魔化”更好。一位在台湾基层“深耕”的统派人士说,台湾确有“绿色氛围”,但台湾民众总体上仍属于中华民族大家庭,浸润在中华文化里的民族认同没有改变,“过去台湾的教育都是大中华认同,讲两岸都是一家人,但经过李登辉、陈水扁的20年,嚷嚷

‘台独’的‘绿色话’讲久了,就容易‘绿化’了”。这位人士形象地说:“当人们无法代表自己,一定会被别人所代表。”

为了改变不正常的“绿色氛围”,台湾进步力量开展了一系列卓有成效的活动,令“台独”分子感到恐慌并予以敌视。除了新党,像民间组织中华统一促进党等就在岛内多个地区辛勤耕耘,专做基层公益,让

台湾老百姓真正体会到大陆对台湾同胞的帮助实实在在,两岸“血浓于水”的情谊感同身受。一些人表示,坚持反独促统的人,要有当政治家的担当,“政治家是坚持理念,这件事对台湾民众有利,对两岸有利,那就坚持”。即使在绿营气氛浓重的地区,依然有不少人站出来支持“九二共识”和“一个中国”。

“战斗拼的是力量,战役打的是

空间,而战略争夺的却是时间”,在统一的力量对比中,祖国大陆始终处于关键的常量地位,而且随着时间推移,大陆优势越来越明显,解决台湾问题的手段与自信心也更充分,岛内和境外势力能打“台湾牌”的空间就更小。

几个月前,国台办发言人安峰山主持新闻发布会时表示,自2005年3月14日十届全国人大三次会议通过《反分裂国家法》,12年来,该法在反对和遏制“台独”分裂行径、维护台海和平稳定、促进两岸关系和平发展等方面,发挥了十分重要的作用。在当前两岸关系形势复杂严峻的形势下,我们将坚持运用法治方式和手段来捍卫国家主权和领土完整,决不允许任何人、任何组织、任何政党在任何时候以任何形式把任何一块中国的领土从中国分裂出去。对台湾而言,“独”,无论理论还是实践上,都没有出路。

就在12月12日,中国空军新闻发言人申进科称,中国空军在11日开展了例行性常态化体系远洋训练,多架轰炸机、侦察机“绕岛巡航”,锤炼提升了维护国家主权和领土完整的能力。有网友形容,如果台湾有人搞“台独”,这些空中雄鹰便是“瞬间到位的杀威棒”。

从历史、政治、经济等角度思考两岸关系,可以总结出一个规律,那就是“分”从来都只是函数,从较长时间来看,“合”将起决定性作用,“分久必合”是历史的必然!

文化 IP+ 先进科技 恒大童世界欲撬动主题乐园市场

在我国社会主要矛盾发生转化的新形势下,满足人民日益增长的美好生活需要,加快推动文旅产业的转型升级迫在眉睫。

2017年接近尾声,恒大童世界在正式亮相后的100余天后,在央视等全国媒体又一轮密集亮相,让这个以中国文化为内核打造的主题乐园,再次成为了业界的焦点。

分析认为,恒大童世界定位超一流主题乐园,提供高质量的文旅产品与服务,有助于优化行业供给,满足人民群众对优质文旅产品日益增长的需求。

高起点对标国际先进

近年,随着人们消费水平提高,旅游需求日渐旺盛,主题公园正迎来攀升拐点。数据显示,目前中国主题公园数量逾2500多家,但整体水平良莠不齐,高品质游乐产品的有效供给严重不足。

据介绍,恒大童世界的整体规划及游乐项目设计将由世界超一流设计机构的325位大师操作,他们均来自全球超一流设计机构,包括

IDEATTAACK(艾迪泰克)、ITEC(埃太克)、SANDERSON(新道信)等,他们的代表作品涵盖迪士尼、环球影城等国际高端主题乐园。此外,恒大童世界的游艺设备采用了世界先进、成熟的高科技技术,由荷兰VEKOMA(威克马)、意大利ZAMPERLA(赞培拉)、德国HUSS(虎士)等世界闻名的游乐设备供应商生产,目前均已完订货和付款。

专家认为,超高水准的规划设计与创意为恒大童世界打造“全球规模超大、档次超高、世界一流”的主题乐园奠定坚实基础,预计恒大童世界的出现将彻底改变当前中国主题乐园市场的格局。

“中国内涵”彰显文化自信

在全球主题乐园竞争中,除了硬件设施外,乐园的内容主题是另一关键因素。有业内人士指出,一直以来我国的主题公园明显缺乏有影响力的文化主题,仅仅停留在盲目模仿阶段。目前国内在建的世界级主题公园,均以西方文化为核心,往往缺乏中国文化特色和内涵。

在乐园主题IP的打造上,恒大童世界从中华民族五千年的灿烂文明中汲取灵感,用先进科技讲述传统故事。

资料显示,恒大童世界是面向2-15岁的少年儿童,“全室内、全天



候、全季节”大型主题乐园。其以中国历史、名著、神话、传说,古希腊、古埃及、古阿拉伯、西欧等世界经典神话传说为背景,整体分为璀璨中华、魔幻西欧、神秘古国、探险南美、漫游海洋、穿越太空六大主题区域。

其中,璀璨中华主题园区游乐项目的人物造型及故事情节均来自盘古开天、嫦娥奔月、蜀山传等中国经典神话传说和历史故事;所有建筑单体都结合了古代城墙、宫殿、长城等不同的中国文化元素进行二次创作,飞檐翘角、滴水琉璃、中式门窗等中国传统建筑造型随处可见,

配合哪吒闹海、封神演义、山海经、盘古开天、嫦娥奔月、宝莲灯等波澜壮阔的经典神话传说场景,共同打造中国传统文化的瑰丽世界。

业内人士表示:“恒大童世界将中国文化内涵与现代游乐相融合,有助于增强中华文化的亲和力、感染力,寓教于乐,有助于传承中国传统文化,彰显文化自信。”

促进行业升级发展

研究指出,随着人们消费水平提高,旅游需求日渐增长,未来几年

中国主题乐园市场将迎来高增长。其中短途周边游将会更加普遍,而坐落于重点城市周围的主题乐园将成为市民出行,尤其是亲子游的主要目的地。咨询公司AECOM预测,到2025年、2030年中国主题公园客流量将分别达到3.2亿和4.2亿人次。

“中国已进入大众旅游时代,但高品质、定位精准的少年儿童旅游项目仍存较大缺口。恒大童世界的落成,填补了高端少年儿童旅游市场的空白,更好服务少年儿童的健康成长,有效促进旅游行业的升级发展”,业内人士表示,作为恒大文化旅游的拳头产品,恒大童世界与国家产业政策高度契合,届时将填补旅游市场空白、拉动旅游消费增长,有望在3-5年内走向世界,成为恒大在全球文化旅游版图上的名片。

据测算,每个恒大童世界辐射半径500公里、8000万人群,落成后预计每个项目年游客量超2000万人次,年消费总额超200亿。

全球知名设计及创意团队策划,采用超一流的游乐设施,再加上对中国传统文化的深度挖掘,成为恒大童世界打造超一流主题乐园的三大法宝。“这也是推动行业供给侧结构性改革的法宝”,上述业内人士认为。(文/李亚倩)