

谋提升 助转化 促共赢

浙江省新时代乡村文旅运营专题研讨会在杭州召开

近日,浙江省新时代乡村文旅运营专题研讨会在杭州召开,来自浙江各地的文化和旅游主管部门负责人、院校专家、媒体代表、相关乡村运营代表等齐聚一堂,就乡村文旅运营的主体及招引、乡村文旅运营面临的问题、乡村文旅运营投资模式、乡村文旅运营利益分配模式等议题进行了深入探讨。



聚焦“高质量”

在此次研讨会召开的前一天,中共浙江省委党校举行了2020年秋季学期开学典礼,浙江省委书记袁家军出席开学典礼并上开学第一课。对于浙江下一步忠实践行“八八战略”、奋力打造“重要窗口”,袁家军提出了“要认真思考和回答十大新课题”,其中就包含“浙江越来越受到各方面广泛关注后,如何在更高层次、更高水平上彰显生态之美、人文之美、和谐之美”这一问题。

因此,如何进一步提升新时代乡村文旅运营的水平与质量,成为此次研讨会的重要议题之一。

浙江省文化和旅游厅党组成员、副厅长杨建武在介绍此次会议举办的背景时提到,“十余年来,历任浙江省委、省政府坚持一张蓝图绘到底、一任接着一任干,实现了浙江乡村从‘脏乱差’到美丽的蝶变。到目前为止,全省已建成A级景区村庄7236个,其中3A级景区村庄有1162个。现在,浙江的乡村很美,但美中尚有不足,不足在于还有部分美丽乡村没有把生态环境的优势转化为生态经济的优势,没有美丽村庄提升为美丽经济,村民们对美好生活和对未来的

期待愿望并没有转变为美好的现实。希望通过此次讨论,能促进乡村文旅运营水平,实现浙江乡村的文旅高质量发展。”

“疫情防控常态化以来,我们重新审视杭州乡村旅游发展中存在的问题,主要集中在创意策划、缺运维、缺人气、缺业态、缺项目、缺信息,导致许多村落景区人气还不够旺,产业链不够完整,可供体验的旅游产品还不够丰富。”杭州市文化广电旅游局党组书记、局长楼捷表示,对此,杭州启动实施了“百企联姻百村,文旅赋能乡村6+X”计划,即引进投资、项目、业态、产品、客源、运营“六引进”以及根据乡村旅游主体及项目开发需求,开展其他多种形式的拓展合作。努力在全市实现100家涉旅企业和100个乡村建立合作关系,以共建共享、互利共赢的方式,走出一条文旅赋能乡村振兴的新路子。

研讨会上,高校教授、媒体代表及浙江省内乡村运营企业代表等,分别从“乡村活动策划包装”“乡村文化挖掘”“乡村旅游线上营销”“旅行社团队引入”“乡村创客空间打造”等方面着手,为浙江乡村文旅高质量发展建言献策。



浙江省文化和旅游厅
党组成员、副厅长杨建武



杭州市文化广电旅游局
党组书记、局长楼捷

实现“新转化”

2005年,时任浙江省委副书记习近平到安吉县余村考察时首次提出“绿水青山就是金山银山”;一周后,习近平在浙江日报《之江新语》发表评论指出,“生态环境优势转化为生态农业、生态工业、生态旅游等生态经济的优势,那么绿水青山也就变成了金山银山。”

不仅要守住“绿水青山”,更要谋求“转化”,让“绿水青山”引来“金山银山”。研讨会上,浙江省内多家乡村文旅运营典型村的代表,结合自身发展实际,分享了“转化”的经验。

“在实现‘两山’理论转化的过程中,‘棒球’就是我们找到的催化剂。”嘉兴市平湖市林埭镇徐家埭村党委书记刘建群介绍说,“我们村不仅有绿水青山,还有全省首个标准的国际青少年棒球球场,经常承办国家级的棒球赛事。围绕这两大优势,我们成立了嘉兴市文化体育旅游开发有限公司,并指导村民开发民宿、餐饮等接待设施,形成了具有吸引力的乡村旅游产品,探索出‘农业+体育+文化’的乡村旅游新模式。现在,徐家埭村是长三角有名的‘棒球网红村’,我也被大家叫作‘棒球书记’。”

唱响“协奏曲”

2017年3月,临安第十四次党代会首次提出“村落景区”概念。2017年5月,临安在全省率先提出“村落景区运营”,并开始探索市场化运营模式。临安首批重点打造10个村落景区,引进了9个专业公司对村落景区实行市场化运营。15个村落景区通过面向社会招引运营商,将村落资源与爱乡村、会策划、懂营销的团队开展合作,让村落资源发挥市场化效应,以乡村旅游为切入点,以整村运营为抓手,充分发挥市场化的主导作用,通过政府的推进工作机制引导和保障,实现多方共赢和赋能乡村振兴,形成了一套临安独有的村落景区运营模式。

经过3年耕耘,临安如今已形成10个示范村落景区,20个正在打造的村落景区的庞大矩阵,“八线十景”初见雏形。2017—2019年,临安开展试点的15个村落景区共接待游客80.52万人次,旅游收入6234.8万元;村集体增收1962万元,村民增收185.1万元。

“坚持开放共享,高品质导入市场运营,这是临安乡村文旅运营快速发展的秘诀之一。”临安区副区长鲁一成说,“我们梳理出16项村落景区资源调查内容,委托第三方专业机构对村落景区的基本村情和乡村各类可利用资源进行详细摸底调研,形成

衢州市江山市大陈乡大陈村党总支书记汪衍君在发言前,先为大家演唱了一曲《妈妈的那碗大陈面》。他说:“这首歌不仅我会唱,大陈村的每一位村民都会唱,游客听完之后还能在大陈村的农家乐、民宿里品尝到‘妈妈的大陈面’,也可以观看我们精心准备的剧目,了解这碗面背后动人的故事。一首歌、一碗面、一台剧,就是大陈村留给每位游客最深刻的印象,也是大陈村最响亮的招牌,使更多的游客来了大陈村之后愿意住下来,回去之后自发地推荐给更多的人。”

“之前,有外省领导来我们这里考察时,称赞我们‘不是花瓶式的村庄’,而是真正‘有着高颜值’的实力派。”湖州市安吉县递铺街道鲁家村党委书记朱仁斌说,“鲁家村的定位是‘未来农场、农业之花’,在规划中特别注重从田园向花园的迈进。我们通过村统筹土地资源招引农场入住,并由村股份经济合作建立的公司负责具体运营,不断打响‘鲁家村’品牌,实现了公司、村落、农场三方的共享共赢。”

村落景区运营招商项目库,通过举办招商会、网络宣传招徕,以商引商等形式招引村落景区运营商。运营商与村委会共同组建运营公司,村委会以村集体公共设施使用权入股,运营商以资金入股,成立专业运营团队,设计营销方案、线路产品,丰富旅游业态。这种合作模式既能够鼓励吸引外来资本、技术、乡贤、返乡创业创新人员积极参与村庄经营,投资发展乡村经济,也带动了村民们的就业致富。”

在高度肯定临安创新村落景区市场化运营模式的同时,杨建武对下一阶段全省乡村文旅运营发展作出了部署和展望,包含制订一个乡村文旅运营导则;培育一支专业运营主体;组建一个公益指导队伍,提供公益性的指导服务;搭建一个平台,整合需求方和供给方资源,实现无缝对接;推出一批不同运营模式的案例,总结推广;开办一个文旅运营大讲堂等。

杨建武表示,“新时代的乡村文旅运营,既要让运营商能够获利,又要让老百姓能够得利,提升他们的获得感、幸福感、安全感。我们要紧紧围绕文化赋能、旅游激活的转化通道,加快产业布局和发展,向乡村注入发展的活力,补齐乡村本身功能缺失的短板,最终促成全域大美、全民大好的美好愿景。”

“好看中国”公益培训向你发出邀请 教你玩转微信视频号

为展示美丽中国形象,促进经济发展双循环和文旅深度融合,更好地助力文化和旅游市场复苏,由中国旅游报社宣传推广中心与微信团队、腾讯文旅产业研究院共同发起“好看中国”公益培训和拍客行动,倡议各地文旅管理部门、景区通过短视频方式进行线上营销和传播,带动线下旅游消费,也欢迎广大游客借“十一”出游之机通过短视频记录和分享“好看中国”。

一、活动时间
9月下旬至12月下旬
二、活动发起方
腾讯微信、腾讯文旅产业研究院、中国旅游报社宣传推广中心

三、活动主题
好看中国
四、活动形式
1.9月27日——“好看中国”线上公益培训
邀请全国文旅管理部门和A级以上旅游景区新媒体管理和运营人员参与培训,了解微信视频号给文旅行业带来的机会,掌握文旅类内容的运营方法,打好微信生态里的数字化工具组合拳。

2.9月28日至10月8日——“好看景区欢迎你”短视频大赛
邀请景区开通并运营视频号并加上#好看中国##好看(景区名称)#(比如:好看长隆)话题,通过短视频内容向全国游客发出“十一”邀约,欢迎大家前来“打卡”,微信会对其中优质内容进行推荐。

3.10月下旬——“好看中国”好看景区排行榜
“好看中国”活动将于10月下旬评选出视频号里10家景区标杆账号,颁发“好看景区”证书并给于微信和《中国旅游报》官方宣传资源,优秀的景区运营案例方将成为微信视频号训练营讲师团成员。

评选标准:
1.持续运营,保持一定更新频次。
2.内容能反映“好看中国”主题。
3.文案、画面、音乐搭配和谐流畅。
4.平均点赞数较高(产生“10万+”点赞者直接进入候选名单)。
5.能通过运营活动加强内容跟游客之间互动的案例优先。

五、参与方式
填写报名信息,并扫最下端二维码入培训群,群内将会提醒培训时间、发放学习材料。

请文化和旅游管理部门(指各级文化和旅游厅、局、委)、A级以上旅游景区填写问卷中的信息,并扫码进入培训微信群,以便于后续发布活动指引和直播链接。

培训时间为9月27日14:00—15:30

扫码填写报名信息



“好看广州”城市形象短视频征集和评选启动 发微信视频号即可参与

在你眼中广州最好看的是什么?在哪里?小镜头大能量,老城市新活力。9月22日,在广州市委宣传部和广州市文化广电旅游局的指导下,由广州广电传媒集团和微信发起的“好看广州——城市形象短视频征集和评选暨微信视频号创造营”正式启动,热爱用镜头记录广州不同角度之美的游客和市民,可以通过微信视频号参与到本次活动中来,评选出的优秀作品有望被收录进广州城市形象宣传片。

细味“羊城”用微信视频号记录好看广州

广州有着“千年商都”的美誉,随着文旅融合发展的步伐加快,“老城市、新活力”的魅力形象正待人们深入发掘。与以往城市形象宣传片拍摄不同,本次“好看广州”活动将以众筹短片的形式,吸引普通市民和游客共同参与进来,从大众的视角发现广州美丽的事物,展现广州的美丽生活方式,赋予更多人文魅力,用短视频讲述广州故事,宣扬广州城市精神。

“一千个读者眼中,会有一千个哈姆雷特。”“好看”不是空洞的理念,而是由广州旅游的每位游客、生活在这座城市里的每一个人、每一个家庭对美好的感知汇聚而成。本次活动的参与方式是在微信视频号上传相关广州的短视频作品,主题方向要求从各个方面展现广州特色城市形象,内容可涵盖旅游、文创、美食、城市、非遗等领域。

征集活动最终的优秀作品将混剪制作成一个全新的“广州城市形象宣传片”,宣传片将在广州地铁、公交站、媒体



港智媒大屏等市内各大媒体、户外广告、电视屏幕同步进行发布,和广大市民及游客共同分享“好看广州”。

打卡“好看中国”助力文旅市场复苏

随着疫情防控进入常态化阶段,国内旅游市场开始有序复苏。微信团队、腾讯文旅产业研究院联合行业媒体也同步发起“好看中国”旅游复苏行动计划,此次“好看广州”城市形象宣传片众筹计

划是预热活动之一。

受疫情影响,不少家庭今年的春节出游计划被迫停止,“十一”长假是跨省(区、市)游恢复后的第一个长假,也是对于上班族而言2020年剩余的唯一黄金周,预计将成为市民游客弥补春节出游缺失的重要时间。广州地区旅游景区协会秘书长、广州市景协旅游发展中心主任邹义荣表示,今年的“十一”黄金周与中秋节重叠,同时也是国内秋色正浓的时段,应季秋色、花式赏月将成为今年“十一”假期出游的两大主题。广州各大旅游景区也将推出更多的康养、休闲、深度旅游项目,让游客在闲适旅游中发现更多的“好看广州”。

以广州塔为核心、以周边沿江区域为基础空间,以非遗展览展示展展展销为主题的新型文旅空间——“岭南之窗”广州文旅融合创新示范区项目潮



墟·CPARTY日前在广州国际媒体港正式落户,成为现阶段广州最受欢迎的文旅体验空间之一。广州广电传媒集团总经理陈晓丹介绍,“岭南之窗”在“十一”黄金周期间将持续弘扬岭南文化,其中,潮墟会举办为期一个月的“跨越千年的相遇——非遗动漫艺术展”。

即将迎来十周年纪念的微信与广州相伴相生,从社交应用到一站式服务平台,从手机客户端到各种线下应用场景,微信已经与每一个人的生活息息相关。此次双方联手发起“好看广州”活动,旨在共同助力文旅行业复苏,让文旅行业在微信生态中找到新的游客连接和内容营销方式。作为“好看中国”的第一站,广州正式启动打响头炮。9月底“好看中国”整体启动,为“十一”假期文旅市场复苏助力,发现无处不在的“美”正待起步。

活动指引

- 1.时间:2020年9月22日—10月22日;
- 2.参与方式:拍摄广州旅游、文创、美食、城市、非遗等精彩短视频(1分钟以内),上传至微信视频号,@微信派 @潮墟CPARTY,并加上#好看广州##好看中国#话题,发布即可参与;
- 3.奖品:微信视频号会对优质内容进行推荐,每周点赞前5名的视频号发布者,有机会赢得白天鹅宾馆提供的大礼包——豪华房、白天鹅宾馆·天鹅月、定制旅行颈枕等你来拿。最终入围城市形象宣传片的作品创作者将获得“南航快乐飞”套票,打卡#好看中国#,让你说走就走。