

文创活动为海南旅游添活力

□ 林雯晶

前往“数字文创市集”赴一场游戏文创盛会、泡在温泉池中进行一次沉浸式剧本杀体验、参加新鲜有趣的“变装冲浪赛”……时下正值海南旅游旺季，以文化创意为核心的主题活动相继上演，成为海南旅游的热门打卡项目。

景区文创活动丰富

海口观澜湖旅游度假区火山温泉谷日前上演了一场特别的“剧本杀”，海口“剧本杀”联盟的玩家们来到这里开展温泉交友“剧本杀”活动。“平时去玩剧本都是坐在椅子上，这次活动则是泡在温泉里，那种放松的感觉超级棒，让人更容易沉浸到剧本中去盘逻辑和感受这个故事。”新奇而有创意的玩法让玩家大呼过瘾。

海口观澜湖度假区相关负责人介绍，“这个活动将持续至2021年3月底，多种精彩剧目将陆续上演，玩家可以在温泉谷中体会多样的剧中人生。”近年来，海口观澜湖度假区通过创新性开发各种火山温泉文化旅游产品激发消费活力，全方位展现度假区的火山温泉魅力。

立足“文创+旅游”，如今，海南越来越多的景区景点尝试通过搭建文化交流平台吸引更多游客。海南省博物馆日前策划了一场“霞月之夜·欢乐小阳春”文创之夜活动，正式首发“南溟奇甸之南溟泛舸”系列和热岛系列文创产品小甜点，以及三羊开泰系列文创产品，受到市民和游客的热捧。其中，

“南溟奇甸之南溟泛舸”系列甜点以华光礁I号出水文物为元素，研发了华光礁I号海盐巧克力福船、更路簿翻糖饼干等8种小甜点。

“我们打造了‘南溟子’这一IP形象，并以IP品牌内涵来研发文创产品，希望通过这些方式让馆藏文物‘活’起来，让历史文化更贴近年轻一代。”海南省博物馆馆长陈江表示，接下来海南省博物馆还会继续“大开脑洞”，打造更多文创产品，让海南历史文化被更多人了解、喜爱。同时，海南省博物馆正在打造“海博堂”，集体验式文创销售空间、共享式文创沙龙空间和多样式文创生活空间于一体，力求为市民和游客提供一体化、多维度的博物馆文创体验。

此外，在2020年(第二十一届)海南国际旅游岛欢乐节170余项精彩活动中，通过“文创+”，音乐、美食、游戏、体育、公益等主题的项目内容展现了巨大的魅力，收获了越来越多的关注。

新文创带来新体验

从“云游三分”到“盛世长安”，在《王者荣耀》场馆里邂逅三国文化，与长安居民饮酒作诗；在《天龙八部》场馆里欣赏传统皮影戏，观看少林现代舞蹈表演；在《新创侠情缘》的“忘忧酒馆”，一场以“故事酿酒”为主题的南宋风雅文化互动体验等待着大家……不久前在海口举办的TGC腾讯数字文创节线下吸引超过12万人次参与，视频直播平台访问量超过5000万人次。

据了解，该文创节打造的“数字文创市集”汇聚了腾讯旗下13大IP

IP，囊括腾讯旗下游戏、电竞、动漫、影业、音乐、智能实验等13项业务、60多个数字文创项目。同时，在“数字文创市集”不光有IP经典场景还原，还有经典角色cosplay与粉丝们展开零距离互动，更有VR等前沿科技加持的趣味互动体验。

“我最喜欢‘云游敦煌’线下主题展，其中，‘探境敦煌·飞天神鹿瑶’沉浸感十分强烈，人就好像穿越到了敦煌壁画当中。”来自广东的游客徐瑶连续三天都来到数字文创节打卡，心满意足地在场馆打卡手册盖上最后一个印章。“每个馆我都认真参与了，来海南旅游还能体验这种文化活动，很棒！”徐瑶说。

去年，海南就与有着丰富数字内容产业的腾讯共同达成了新文创战略合作，推动游戏、电竞等业务落地，探索与海南旅游产业的结合。今年，腾讯和海南的合作在IP丰富度、数字化体验和艺术探索上全面升级。

统计数据显示，今年数字文创节活动期间，腾讯微博相关话题总阅读量超过3亿，较2019年提升87.5%，讨论量超过60万次，较2019年提升300%。显然，这是海南在“文创+旅游”领域的一次成功探索。

“以‘相约文创节’为主题，我们在携程旅游平台同步推出了多条海南特色旅游线路。”腾讯游戏副总裁、腾讯电竞总经理侯森表示，在新文创思路下，希望把数字内容IP凝聚的亿万用户情感，融入海南丰富的旅游场景中，助推海南构建“数字文创+旅游”融合的有机生态圈。

数字文创成就新玩法

近几年，海南文化和旅游系统不断探索通过文创活动丰富旅游文化内涵，增添旅游的趣味性。如今，年轻的、新鲜的、有趣的数字文创正逐渐成为新玩法，一个大热IP流量将自带庞大的玩家基数优势，通过线上情感建立与线下场景体验，或将有效激活旅游新业态。

中国(南海)博物馆以馆藏“更路簿”为IP素材，打造了一款大型3D模拟经营游戏——《南海更路簿》。游戏再现了沿海小镇的趣味生活和古代海上丝绸之路的繁荣景象。玩家们将在游戏中发现南海岛屿、岛礁，开辟航路，建设经营自己的南海小镇，了解与南海有关的文化遗产。通过结合功能游戏与现场展陈，串联起线上、线下的资源，进一步提升传播南海文化的幅度与效果。

“天涯何处不江湖？江湖风流唯此间。”今年十月，三亚天涯海角游览区与手游《天涯明月刀》联动合作，向游戏爱好者展现了独特的天涯文化。天涯海角游览区相关负责人介绍，作为游戏中华夏大陆“东南西北中”的南部代表，天涯海角与该游戏概念十分契合。接下来还将利用此次机会，结合游戏内场景，以“仗剑走天涯”为主题在景区内打造相关项目。

海南省旅游和文化广电体育厅副厅长宁虹雯表示，通过尝试数字IP内容与海南旅游场景融合的新模式，打通线上IP与线下实景体验，将带来全新的文化和旅游体验，势必吸引更多年轻人的关注。

陕旅集团：加码数字化转型

□ 任丽

近日，陕西旅游集团党委副书记、总经理任公正透露，“十四五”期间，陕西旅游集团(以下简称陕旅集团)将在做好原有旅游业务基础上，加快数字化、科技化转型以及混合所有制改革的步伐，为企业未来发展打基础。结合10月31日召开的“2020陕旅集团数字创想力大会”，可见陕旅集团已发力数字化转型，并努力搭建开放、共创、赋能的平台，共建全产业链共生共赢数字新生态。

今年年初，陕旅集团便将2020年定为数字化转型元年，计划以数字化驱动营销、产品、服务和商业模式的创新，共建陕旅数据云平台，并努力搭建开放、共创、赋能的平台，“资源池”，完善新型数字基建，形成“陕旅新产品+管理平台+上下游产业+应用场景”的链圈式新型生态体系，打造新的产业增长极。目前，陕旅集团已与阿里云、华为、今日头条、抖音、美团等达成了战略合作协议。

陕旅集团还引入智库团队，与阿里云研究院、中智游公司合作编制了《陕旅集团数字化转型白皮书》。白皮书立足数字化在文化和旅游企业的发展与应用、未来发展趋势，重点分析了陕旅集团数字化转型过程中的不同阶段与各个模块，以提供智力支撑。阿里云地产文旅行业方案总监刘振宇认为，文化和旅游行业有大量的场景、大量的消费者，完全具备发展成为数字密集型产业的条件下，

华为5G解决方案营销总监邓小海说，整个文化和旅游行业正在进入

一个全面网络化、数字化、智能化的阶段。该行业主要特点就是人员多、人员流动性较大，基础设施设备也比较多，对周边的带动效应非常强。华为公司预测，2025年，5G将覆盖全球58%的人口，大概有85%的企业的应用会上“云”，70%左右的大企业会用到AI技术。

自今年年初确定目标后，陕旅集团已经搭建了一个掌上、协同办公平台，把118家子公司、1万名员工、1800多条流程统一起来；进行了业务场景的再现，已实现旗下60%的景区、酒店、汽车公司等的内容数字化；加强了对消费场景的掌握，实现了消费数据、用户数据的统一，为科学灵活决策和精准营销提供支撑。陕旅集团还发布了数字化转型第一批27个课题，启动了业内首个“陕旅创投种子计划”，计划用5年的时间，在技术平台和应用平台搭建的基础上，实现数字旅游产业生态的构建，完成企业的全面转型。

此外，陕旅集团成立了数字协同创新中心和数字文旅实验室，并将投入2亿元研发及合作经费，从数字基建、数字运营、数字体验3个方向布局，推进多领域跨界合作，形成可复制、可推广的发展模式，使其成为有关项目孵化基地，还将营造产业级开发场景，定期发布课题和项目清单，提供业务合作机会。

据悉，下一步，陕旅集团的数字化转型将以“数字互联、合作协同、理念进化”为根本逻辑，借力国内外智库，通过资源、资本、技术等叠加融合，打造合作平台，推动文化和旅游产业产品迭代、模式优化、路径创新。

上海以情景剧推介“乐嗨上海过大年”

本报讯(倪悦雯)近日，上海市文化和旅游局副局长梅红率沪上部分文化和旅游企业代表分别走进江苏省盐城市和泰州市，推介“时尚之都魔力上海”“乐嗨上海过大年”系列春节民俗活动。此次推介会一改常规模式，采用情景剧的表现方式，由“我说你听”变成“我演你看”，让现场嘉宾在观赏表演的同时，感受上海各景点及文化和旅游产品的多样性。

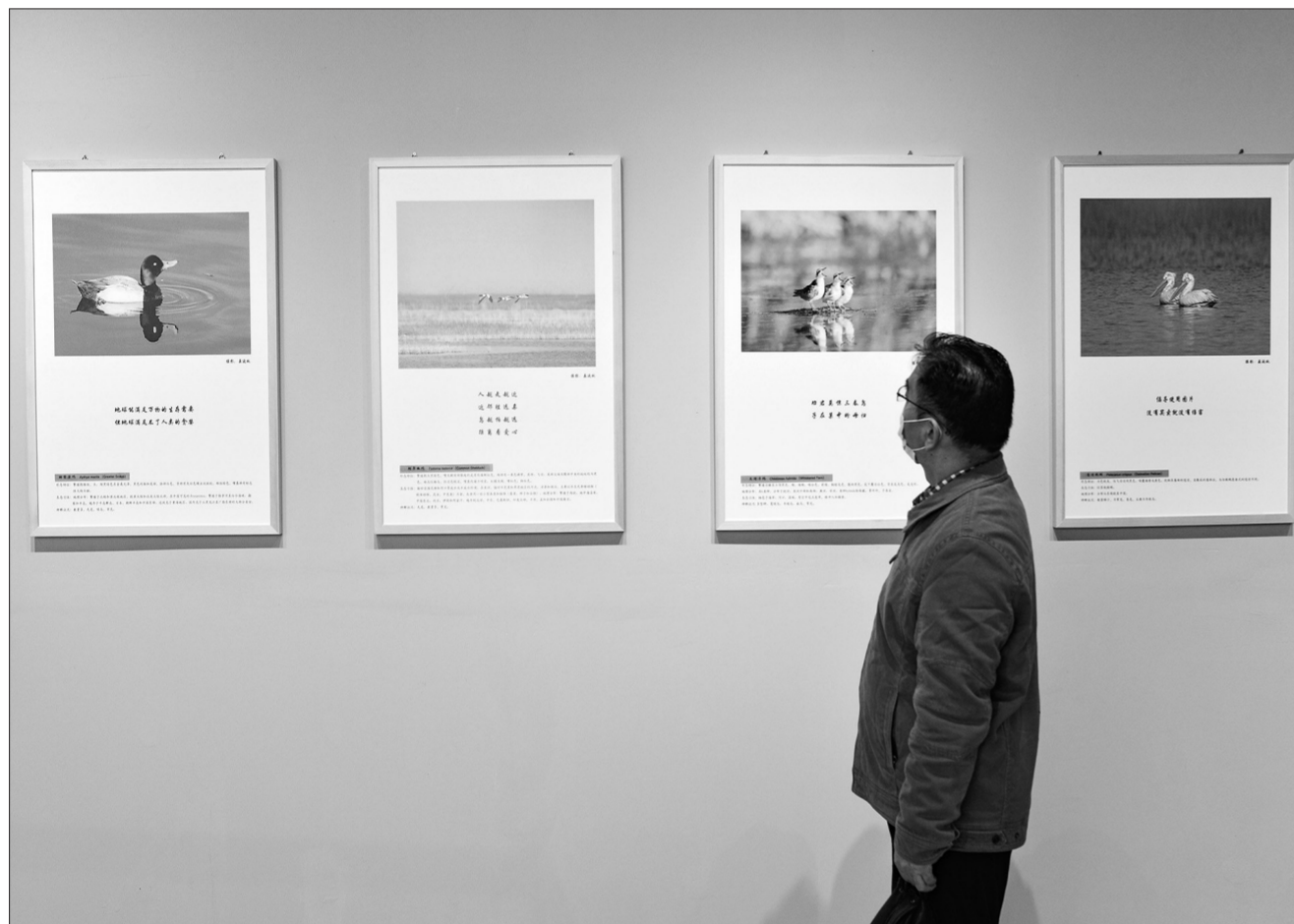
推介会现场，来自上海戏剧学院的学生饰演一对到上海旅游的恋人，用故事的方式讲述自己初到上海过年的经历和旅途趣事，随着剧中场景不断切换，舞台时而变身上海微游团现场，时而变身“海上文创”旗舰店，还巧妙融入了萨克斯和旗袍表演，灵动地展现了上海这座时尚之都的多重魅力。伴随着推介人的讲述，观众们“走进”四行仓库体验上海城市微旅行，“来到”上海海洋公园与小动物们亲密接触，在金山区“看”非遗灯会，感受丰富多彩的上海夜生活。

生动的推介引发了现场嘉宾的共鸣。

情景剧《乐嗨上海过大年》寓情于景，深入细致地介绍了上海特色文化和旅游资源，并围绕“时尚之都魔力上海”主题，重点介绍了黄浦江“世界会客厅”“建筑可阅读”“临港世界海岸未来之城”等高美誉度的城市旅游名片。

梅红表示，2021年春节，“乐嗨上海过大年”系列春节民俗活动将围绕“游园祈福”“看戏观展”“美食美购”“在线冲浪”四大板块开展，通过情景剧推介，希望能吸引更多长三角“好邻居”到上海旅游，和上海市民游客一起过一个快乐年、幸福年。

观看了整场演出的泰州市文化广电和旅游局党组书记、副局长许晶表示，上海市文化和旅游局采用新颖活泼的情景剧方式推介，通过沉浸式互动体验，将上海文化和旅游的精彩一面展现得淋漓尽致，体现了上海市文化和旅游局在推介活动中的创新思考，展现了上海推动旅游市场振兴的信心与决心。



12月18日，“大美鸟梁素海·鸟类生态艺术作品展”在内蒙古自然博物馆开展。本次展览为期3个月，展出野生鸟类芦苇画265幅，野生鸟类摄影作品86幅，同时还展出了部分鸟梁素海珍稀鸟类标本，让观众领略鸟梁素海生态环境治理成果和碧波荡漾、百鸟竞飞的大美风光。图为观众在观展。
王正 摄影报道

临沂：实施旅游标准化 提升“亲情沂蒙”软实力

2018年2月，临沂市被确定为第四批全国旅游标准化试点单位。两年多来，临沂市坚持以“实施旅游标准化，发展优质旅游”为导向，充分发挥旅游标准化的引领、规范和促进作用，大力培育旅游品牌，不断提升旅游服务质量和水平，全市旅游业加速转型升级，对推动全市转变方式调结构、实现新旧动能转换起到了重要作用，也成为提升“亲情沂蒙”软实力的强大引擎。

科学规划 联动推进

2018年旅游标准化创建工作伊始，临沂迅速成立了由市政府主要负责同志任组长的旅游标准化试点工作领导小组，对全市各县区进行实地调研，准确了解旅游标准化工作现状、创建难点、关键点和薄弱环节，探索符合临沂特色和实际的有效实施路径。

在广泛借鉴省内外先进经验的基础上，临沂编制了《临沂市旅游标准化发展规划》(2018—2022)，遵循整体提升与重点突破相结合、标准制定与具体实施相结合、特色创新与协调发展的原则，确立了旅游标准化工作的总体目标及保障措施。市政府出台的《临沂市旅游标准化工作指导意见》《临沂市旅游标准化工作管理办法》等系列文件。建立完善奖励制度，加大

经费支持力度，市财政形成持续稳定的旅游标准化经费保障机制。在创建中，22个职能部门和13个县区分工负责、各司其职；在迎接验收的冲刺阶段，组建旅游标准化试点工作领导小组办公室，实行脱产、专班办公，为创建提供了坚实保障。

两年来，临沂市分步骤、分批次完成了对全市涉旅企业的专业培训和从业人员的普及培训。累计举办28次涵盖旅游标准化基础知识、行业标准等内容的培训班。组织相关部门、县区和企业前往苏、沪等先进地区学习考察。按照国家标准关于一级城市旅游集散中心的要求，建设临沂游客集散中心，设立旅游信息咨询服务中心18处，新建和改建旅游厕所1478处，其中A级厕所1163处，数量居全省第一。

标杆引领 成效凸显

“今天回到房间看到房内安置了一个婴儿床，很是感动，出门在外带着孩子有所不便，酒店能发现我们的需要，有种亲人般的感受。”当我回来，发现细心的服务员竟主动给我清理了鞋上的泥巴，我非常惊讶和感动！这体现的是酒店优秀的管理和员工优秀的素质。”……陶然居大酒店客房部经理郑来霞告诉笔者，像这样的表扬信、感谢信，酒店每年要收上千封。陶然居大酒店持续深化“以顾客需求为导向，用心极致，创造满意、惊喜、感动”

的服务理念，推行细微化、个性化、亲情化服务，餐饮小陶惊喜LOVE服务、VIP无缝衔接服务等赢得了宾客的广泛赞誉。总经理马建波介绍，2018年以来，陶然居精心编制酒店标准403项，酒店运营管理真正实现了有章可循、有人负责、有人监督、有据可查。标准化创建促进了酒店服务品质和经营业绩的持续提升，2018年、2019年酒店营业收入同比往年分别增长10.41%和19.9%。先后获得全国旅游服务质量标杆培育试点单位、山东省诚信旅游放心消费示范单位等荣誉称号。

“虽然来地下大峡谷很多次了，但每次都有新感受。”游客孟女士说，“景区设施在不断完善，指示牌比以前更好找了，厕所干净，工作人员态度也很热情。”孟女士口中的萤火虫水洞、地下大峡谷景区在旅游标准化创建中累计投资1.6亿元，对基础设施和管理服务等进行了全方位提升：改造提升游客中心、厕所、购物场所和停车场，完善标识系统、旅游区内线路与灯光，美化景区园林，打造智慧旅游系统；聘请专业老师对景区人员进行培训；编制了《服务标准化手册》，要求员工全面掌握。龙冈旅游集团常务副总裁孔杰说：“集团把旅游标准化工作提高到了统领全局的高度，形成了一套行之有效的标准体系，这让集团有了脱胎换骨、焕然一新的变化。”据统计，萤火虫水洞景区2019年接待游客86万人次，同比增长10%；地下大峡谷景区2019年

接待游客132万人次，同比增长10%。

《沂蒙山小调》的诞生地——银座天蒙旅游区通过建立、贯彻落实旅游标准体系，实现了人人学标准、懂标准、用标准的良好效果。景区多次组织对标学习先进试点单位经验，经常性开展标准化全员培训及应知应会考试。“景区对各环节的标准覆盖率及实施成效、建设效果进行评估，及时组织检查，多途径征求游客意见，不断改进和完善相关标准。”银座天蒙旅游区总经理朱爱军说。创建工作促进了景区管理水平和服务质量不断提升，现已实现了工作流程、材料存放、旅游标识等多方面的标准化制度。在携程、驴妈妈等网站上，天蒙旅游区的游客满意度始终保持在4.5分以上(满分5分)，游客满意度保持在95.7%以上。2019年，天蒙旅游区接待游客92万人次，实现收入8910万元，成为山东省旅游服务标准化试点项目，获得省属企业文明单位、山东省服务业高端品牌培育企业等荣誉。

临沂市文化和旅游局党组书记、局长曹首娟介绍，两年来，全市39家旅游企业、单位共获得山东省优质基地品牌、山东省旅游服务名牌、山东省精品旅游先进单位等120余项省级以上品牌荣誉，数量走在全省前列，筑牢了“亲情沂蒙 多彩临沂”旅游品牌基础。2019年，全市接待游客8169万人次，实现地区旅游总收入851.41亿元，同比增

长8.82%和12.5%，在全省名列前茅。

以创促建 擦亮品牌

在临沂国际旅行社的会议室里，“全国百强旅行社”“全国青年文明号”“山东细微化服务企业”“山东省旅游消费信得过单位”等牌匾挂满了整面墙。作为临沂市成立最早、目前规模最大的旅行社，临沂国旅经过20余年的发展，已成为集出(入)境旅游、电子商务开发、旅游规划设计、景区开发等于一体的综合性企业。谈起标准化建设给企业带来的变化，临沂国旅董事长杨兆坤说：“我们结合公司实际，补充、细化了各项工作规范和标准，并进行了现场操作实施，层层逐项落实，通过随团监督、自我检查、汇集统计游客意见表等多种方式，切实执行旅游服务规范标准，提高个人综合素质和业务技能；各部门完善服务和安全应急措施，改善服务条件和环境，综合服务水平持续提高，游客满意度近100%，基本达到了零投诉的目标。”临沂国旅如今拥有门市26家；创新打造了构建中国旅游产业产品生产、分销的共享平台——好客旅游网，已在40多个城市上线运营，有数千家旅行社在线交易，在临沂拥有O2O体验店20余家。“我们是临沂旅游行业协会旅行社分会会长单位，除了做好自身的标准化建设，还有责任和义务引导协会各企业做好相关工作，力争在整个行业掀起旅游标准化创建的热潮。”临沂国旅副董

事长孙波说。

通过验收并不是最终目标，创建标准化的工作本身就是一个发展的、提升的过程。“标准化工作是一项常态化工作，需要随着时代发展和我们自身的发展不断完善提升。”孔杰说，“今后，我们集团的标准化工作要朝着‘追求现有的最高标准，努力做到最好’和‘积极制定行业标准、团体标准，打造标准化洞穴旅游景区，争取行业领先’两个方面进行。”作为全国旅游洞穴联盟会长单位，龙冈集团2017年主导制定了团体标准《洞穴旅游景区服务质量规范》，并于次年正式发布。

曹首娟认为，通过旅游标准化创建，临沂培养了一支执行力强的人才队伍，健全了一套规范的旅游服务体系标准，优化了一批旅游服务设施功能，加快打造了一批旅游特色产品，进一步夯实了旅游业发展的根基。接下来，临沂将坚持把旅游标准化建设作为引领行业转型升级、持续发展的战略性、长期性工作来抓，在不断完善长效机制、加大标准制定力度、健全旅游标准化体系、加强旅游标准化人才建设几个方面下功夫，出实招，努力构建层次分明、结构合理、覆盖全面、定位准确、特色彰显的旅游标准化建设模式，持续推进全市旅游业高质量发展，以优质服务 and 品牌质量不断提升“亲情沂蒙 多彩临沂”的旅游软实力。

(高雯雯)