

来自山东省烟台市委举办的“山东这十年·烟台”主题新闻发布会的信息,“十年来,烟台始终把发展作为第一要务,抢抓黄河流域生态保护和高质量发展、京津冀协同发展、RCEP等重大战略机遇,担当起山东新旧动能转换综合试验区‘三核’责任,烟台市地区生产总值跨过三个千亿级台阶,从2012年的5009亿元增至2021年的8712亿元,跻身全国城市前列,人均地区生产总值达12.3万亿元;一般公共预算收入跨过三个百亿级台阶,从357.4亿元增至646.6亿元。”

烟台召开文化和旅游消费模式创新研讨会

“希望研讨会成为各位专家对烟台文化旅游‘消费实践’把脉问诊的开始,也是烟台文旅龙头企业、海洋文化旅游产业链主集聚发力的开始。”烟台市文化和旅游局局长刘学祥致辞时表示。

烟台坚持消费提振和产业发展同谋划、同部署、同推进,强化机制保障、政策引导、活动拉动、产品创新、业态融合,烟台市委、市政府成立了党政主要领导任组长的烟台市文化旅游发展推进工作领导小组,创新实施文化旅游产业发展链长制,建设了朝阳街—烟台山文化街区等一批文旅消费集聚区,培育了烟台文旅惠民消费季、烟台国际海岸生活节等节会品牌,两年来累计发放惠民消费券3300万元,直接拉动消费1.5亿元,探索文化旅游消费创新的“烟台实践”。当前,疫情防控常态化新形势和旅游市场的新变化,给文化和旅游消费及产业发展带来新挑战、新要求,借助研讨会这一契机,希望参会的专家和企业能够携手同行,为进一步激活“仙境海岸”进行更多消费模式的创新。

“烟台通过海陆统筹来打造海洋文化旅游的产业链……形成一个从仙境海岸走向深蓝海洋的大格局跨越。”中国旅游协会副会长、山东省旅游行业协会会长、山东大学教授、山东大学旅游产业研究院院长王德刚表示。

烟台市开展文化和旅游消费工作,第一是“三个有力”,支持有力、执行有力、内容有力。

第二是“一链协同”的创新。烟台通过海陆统筹来打造海洋文化旅游的产业链,梳理资源、做实产品,轴线贯穿、品牌引领,最终由海岸走向海洋,形成一个从仙境海岸走向深蓝海洋的大格局跨越。产业链的发展要抓龙头企业、抓链主,链长是行政手段,起协调作用,比如北京夜间消费的“掌灯人制度”;龙头企业是链主,是要扎扎实实地干事,比如龙头景区、外联旅行社、旅游综合体、度假区等。完善产业链,能提升文化和旅游消费品质,规范性和规模都能上得去。

第三是“三双联动”的“双阵地、双渠道、双引擎”,是其他城市能够复制的一种做法,烟台就此进行了逻辑梳理,线条清晰,这是烟台的有效经验。

同时提出两点建议,一是文化和旅游消费要和烟台文旅发展远景目标相结合,远近结合,要立足当前,着眼长远。二是在消费供给体系上,考虑按照时间轴的线索做好规划,烟台的



旅游业比较发达,所以产品体系和营销体系基本是外向性的,但疫情影响之下包括未来几年要有“本地化策略”,根据一年2个长假、10个传统节日、52个周末,按照这个时间轴来规划产品,提振消费。

“烟台提出通过创新产业发展拉动文化旅游消费,这个提法我很认可。”中国传媒大学教授、博士生导师、文化和旅游部法治专家委员会委员、“十四五”规划专家委员会委员贾旭东表示。

从三个方面分析。一是从需求侧分析,为什么居民不消费?二是从供给侧角度,文化旅游产品和服务供给,是不是适合居民的消费需求?三是文化旅游消费环境的制约,农村地区居民文化旅游消费水平明显低于城市居民,既有基础设施的问题,也是消费的便捷度不够。

烟台拉动文化和旅游消费的一大特色就是打造产业链,建议可以把“海洋文化旅游产业链”细化为“海洋文化休闲度假产业链”,围绕这个产业链发展产业,然后以创新发展的产业来带动消费,这就是新供给带动新消费。

“三双联动”中,比如节庆带动模式、特色产业带动,都是比较好的经验总结。把文化和旅游消费与其他消费融合在一起整体考虑,通过文化和旅游消费带动其他的消费,再反过来促进文化和旅游消费,这样一个良性的循环是烟台实践模式中非常具有创新性的亮点。

建议烟台要把居民文化和旅游消费的长效机制建起来。一个城市拿出1000万元来提升文化和旅游消费

非常不容易,要把工作做细,对烟台市居民的文化旅游消费情况进行分析。比如,哪些人在消费?哪些人现在没消费?要对烟台居民,特别是农村、海岛渔民,做一个详细的分析和研究,了解文化和旅游消费的真实状况。烟台公共文化服务,特别是惠民工程的创新性,是建立长效机制关键的一点。比如,烟台市通过开设“艺术美育示范点”来提升居民的艺术欣赏水平,是提高居民文化消费能力的重要举措。

“烟台把文化和旅游消费作为新的经济增长点和经济转型升级新的支撑点来打造,值得关注。”中国旅游出版社社长胥波表示。

“一链协同三双联动”是“有高度、有厚度、有力度”的创新思路,是“抓要点、解难点、现亮点”的务实之举,是“有形、有感、有效”的鲜活探索。

两个建议,一方面,从文化厚度、产品丰度、品牌亮度上,烟台市具备相当的潜力和潜力。塑造海洋文化和旅游国际品牌,城市发展瞄准“世界级旅游城市”。建议邀请国际上具有代表性的海岸城市市长、专家学者、旅行社代表,通过线上线下联动的方式参会研讨、交流经验,可以建立一个联动机制,扩大烟台“仙境海岸”国际知名度和影响力,同时为将来的人境旅游预先对接市场。

另一方面,文旅产业顺应高质量发展的新要求呈现新变化,如微旅游、露营游等,重体验、重品质成为一个趋势,需要强化布局、优化产业链,做好海洋文化旅游产业链的建链、补链、强链和延链工作。建议烟台关注并开发

三方面市场,一是做大做强露营旅游消费,二是积极开拓数字文旅市场,三是精准把握Z世代市场需求,产品设计上“无创新不设计、无网红不设计、无运营不设计、无落地不设计”。同时,开发新的消费空间,通过“书店+旅游”打造休闲体验空间,激发烟台文旅消费潜力。

“‘城市更新’可以解决度假产品、休闲产品不足的问题。”山东大学教授、旅游产业研究院院长、MTA教育中心主任曹艳英表示。

国家“十四五”规划提出加快推进“城市更新”,城市发展本身需要更新,生活水平、消费模式、需求都在发生变化,城市更新提供很多新空间、新阵地,会催生出许多文旅新业态。对旅游目的地而言,城市更新是文化旅游目的地形象塑造和更新的一个新的机遇。

经过“城市更新”、艺术再造,老旧街区就成了一个新的文商旅消费集聚区。“一带三湾”就符合这些特征,可能成为留住城市记忆一个非常好的点。“城市更新”正好对应了旅游需求结构的变化,烟台所城里历史文化街区尤其吸引年轻人和本地居民,是因为这里的文化氛围,就旅游业来讲,是满足人民美好生活的需要,体现主客共享,也体现了科学发展。

三个建议,第一,优秀旅游目的地培育要关注核心项目。第二,要研究市场客群,关注游客的消费习惯。三是要关注潮流文化,比如一直在探讨的八仙文化,要关注其新内涵以及延伸的很多文化产品,要让潮流文化与地方文化有机结合。

“张裕葡萄酒工业旅游将发挥‘酒为媒’的品牌和产业优势,为创新构建海洋文化旅游产业链、为烟台‘微醺世界’贡献新力量。”烟台市旅游行业协会会长、张裕文旅发展有限公司总经理于波表示。

烟台有1076公里海岸线,211座岛屿,黄海、渤海及岛屿赋予了烟台独特的气象和人文情怀。近年来,烟台市旅游行业协会着重做的是引领“微创意、微品牌、微精品”,在探索近海水域及岸基区域的旅游设施设备和项目方面,进行了很多创意,如烟台手造坊、海岸观景点、海上小夜曲、金奖鲅鱼饺、海边小厨等,这些微经济恰恰是烟台海岸文化的重要环节,包括烟台海水浴场,这些资源可以和海洋体育、音乐、美术更好地结合。

目前,张裕围绕精品旅游分品牌的培育和实施,一是做好线上线下关于美酒美食提高美好生活的文化传播,做好葡萄酒工业旅游品牌宣传,提升“烟台国际葡萄酒·葡萄酒城”城市品牌的美誉度。二是重点开发小众游、大咖游、VIP游、研学游、自驾游、精品婚庆基地等,满足新兴业态游客和市场需求。三是讲好“常青藤下的中国故事”,更好地传播中国葡萄酒工业文明。四是推动张裕夜游经济的发展,主要发挥味美品鉴中心和克利顿饭店的功能,点亮葡萄酒夜经济的品牌酒店。五是积极探索筹建葡萄酒主题精品酒店,为国际葡萄酒城烟台带来新风貌。

“蓬莱丘山谷葡萄酒养生休闲度假区项目列入了山东省新旧动能转换区项目。”蓬莱阁文旅集团董事长杨开东表示。

烟台市以海洋文化旅游产业链为突破口,构筑仙境海岸“一带贯穿、一廊串联、三湾突破、三极崛起”的创新发展新格局,由蓬莱阁文旅集团和山东东生集团合作开发的丘山谷葡萄酒养生休闲度假区项目就是“三湾”之一——蓬莱湾辐射区内的重点项目。

2018年蓬莱区在山东省县级市率先建设智慧旅游大数据中心,2021年完成蓬莱全域旅游云导览平台建设,实现蓬莱景区重点点位720°VR实景展示;蓬莱智慧旅游项目2021年列入文化和旅游部科技创新工程项目。

未来,集团将着眼消费新业态进行产品开发。艾山项目突出康养、健身、休闲、运动、科普、研学等各项功能的综合体验,登州古城项目要实现历史文化特色和沉浸式体验相结合的要

求,丘山谷项目要体现葡萄酒产业、乡村振兴、旅游休闲等多方面的产业融合发展,形成具有地域气质的文化旅游新业态。

“长旅集团始终以打造品牌产品和品牌服务、提升企业竞争力为主线,为构建海洋文化旅游产业链积极发挥国有企业的带动作用。”长旅集团董事赵胜龙表示。

长旅集团是国有独资企业,是烟台市50大服务业重点企业之一。随着烟台海洋文化旅游产业链的推进实施和长岛海洋生态文明综合试验区的高标准建设,长旅集团的发展路子也一直在围绕“海洋、生态、文化、文明”这些关键词展开。

2018年6月,山东省委、省政府正式批复设立长岛海洋生态文明综合试验区,在这样的资源和政策背景下,长旅集团明确了全产业链布局的运营框架,积极在消费平台、消费产品和消费环境上展开探索和实践。

近年来,长旅集团围绕文旅融合,着力在产品开发和业态布局上下功夫。其中最为突出和典型的项目就是《梦寻仙山》夜游项目,该项目是一部大型沉浸式海岛光影演艺,日接待游客量最高时达到3000人次至4000人次;以项目为核心,打造“景区+展馆+广场+海岸”等多位一体夜间消费集聚区。统计显示,从《梦寻仙山》这个项目开始,也就是2021年,进岛游客过夜率达到72.6%,同比增长了近10个百分点。

“以丰富的文博资源优化旅游产品的内容和品质,以优势产业模式反哺文化传播与消费,积极探索文旅融合下的‘美术馆+’服务模式。”烟台市文化馆(原烟台市美术馆)馆长张硕表示。

构建“美术馆+”文旅融合新模式,使烟台美术馆逐步成为公共文化服务和文旅融合发展的前沿阵地与有效载体,深入挖掘文旅夜经济潜能,打造集美术展览、咖啡简餐、艺术沙龙、文创衍生品等为一体的“美术馆+”服务模式,推出“美术馆之夜”品牌活动,探索激活烟台城市夜经济的实践路径。

拓展“无边界美术馆”,深化实施特色美育项目,公共文化服务效能进一步提升。策划推出了“美术馆优+计划”“美术馆+基层美育示范点服务模式”“走进大师的艺术课堂”“星期五艺术沙龙”等一系列美术馆平台项目,连续三次获得文化和旅游部全国优秀公共教育项目奖。

“一链协同” 构建海洋文化旅游产业链

烟台放大海洋优势,深耕消费“蓝海”,在山东省率先推出“海洋文化旅游产业链”的相关实施意见,构建“双链长一链办、一联盟一基地、一园区两平台”的工作机制,推动“滨海游、海上游、海岛游”的高质量发展,构筑“一带贯穿、一廊串联、三湾突破、三极崛起”的“向海”新格局,拓展文化和旅游消费的“向海”新空间,建设具有“仙境特质、国际气质”的海洋休闲度假目的地。

烟台海洋文化旅游产业链着眼“链长”的协同功能,发挥“链主”的市场功能,构建提振文化和旅游消费的长效机制。烟台市委、市政府成立党政主要负责同志任组长的文化旅游发展推进工作领导小组,先后出台《烟台市开展国家文化和旅游消费试点城市工作实施方案》等文件,编制实施《烟台市滨海一带(养马岛—芝罘岛)控制性详细规划》《崑崙山至长岛滨海一线文化旅游发展规划》等规划,海陆统筹“海洋文化旅游产业

提振文旅消费 畅享海岸生活 “一链协同三双联动”的“烟台实践”

链”的发展,立足长远布局顶层指导体系。近年来,烟台市级财政每年安排1000万元以上的文旅惠民消费专项资金,出台创建国家级旅游度假区奖励500万元、创建国家级夜间文化和旅游消费集聚区奖励100万元、获评五星级的酒店奖励100万元等奖补政策,为消费提振和产业发展“引擎护航”。

烟台围绕“海洋文化旅游产业链”发展产业,以新供给带动新消费,培育全省领先的文化和旅游“链主”集群,把文化和旅游消费作为新的经济增长点和新旧动能转换中新的支撑点来打造。目前,烟台蓝天文旅管理公司、烟台文旅集团、蓬莱阁文旅集团、长岛旅游集团、海阳文旅集团、张裕文旅公司、业达文旅集团等11个国有文旅企业,加上蓬莱八仙过海旅游集

团、南山旅游集团2个民营文旅集团,烟台市文旅企业集团总数已达13个,资产规模达238亿元。创建国家级、省级旅游度假区10处,居山东省前列;全域旅游示范区3处,国家级、省级文化产业园区(基地)10个。5A级景区、五星级酒店、A级旅行社数量居全省前列。旅游商品、文创企业200多家,形成八大系列2万多种特色文创和旅游商品,近3年在旅游商品、文创大赛中获得国家级奖项21项、省级33项。

“三双联动” 探索文化旅游消费实践路径

烟台着眼消费新趋势、新业态、新环境,不断探索“一链协同三双联动”的文化和旅游消费实践路径。“三双

联动”即“线上、线下双阵地”“供给、需求双引擎”“公共服务、市场消费双渠道”的统筹联动。

把握消费新趋势,开辟文化和旅游消费的“线上、线下双阵地”,引领与智慧城市相匹配的文化和旅游服务消费。创新上线市级公共文旅服务平台——“烟台文旅云”,为市民和游客提供艺术欣赏、网络直播、旅游预订等智慧便捷服务,实现“一机在手、畅享文旅”;目前,“烟台文旅云”用户155万、访问量超770万,入选文化和旅游部2021年度“智慧旅游优秀案例”,烟台市入选全省“好客山东云游齐鲁”智慧文旅试点城市。线下,统筹旅游度假区、A级景区、影院剧院、文化街区、文博场馆、餐饮饭店、商圈综合体等“链主”集群联动发展,构建文化和旅游消费的多元化载体体

系,提振消费、共享“鲜美”。

着眼消费新业态,培育文化和旅游消费的“供给、需求双引擎”,通过节庆活动、特色产业、非遗文创等带动消费。烟台国际海岸生活节、烟台国际葡萄酒节、“烟台人游烟台”等活动既是对烟台文化和旅游市场的有效供给,也是对游客和市民消费需求的有效满足。以地域性特色产业拓宽消费空间,依托海洋、葡萄酒、黄金等众多优势产业资源,培育城市微度假、海岸自驾、文化演艺等消费新业态、新产品,以特色供给满足个性化、差异化的消费需求;仅文化演艺方面,新创复排50多部优秀舞台艺术作品,《烟台解放》《威继光》通过保利院线全国巡演,进入文艺市场“大循环”。“烟台剪纸”等非遗传承,打造“烟台手造”精品

文创产品,目前已有莱州毛笔、哈福玩具等7项产品入选“山东手造·优选100”名录。

致力消费新环境,畅通文化和旅游消费的“公共服务、市场消费双渠道”,营造文化和旅游高质量发展的“鲜美”消费环境。强化消费领域中的公共服务和惠民供给,持续多年开展烟台文旅惠民消费季活动,以烟台国家公共文化服务体系示范区建设为引领,自2019年起创新举办烟台市民文化节,推出贯穿全年、覆盖全域的万场以上主题活动,打造“文化的盛宴、市民的节日、群众的舞台”;打造“家门口的艺术课堂”“我们的节日·4+N”等十大特色服务品牌。在文化和旅游市场消费方面,培育海岸海岛度假、美食美酒品鉴、滨海田园康养、海洋度假休闲、民宿乡情体验等一批核心产品,在“仙境海岸 鲜美烟台”城市品牌的引领之下,放大“东方葡萄酒海岸”“鲁菜之都”“苹果之都”“中国金都”“京剧码头”“书法之乡”等城市名片的聚合之力,让烟台文化和旅游消费更具市场活力、承载力和吸引力。

(山君 曹阳)

