

# 第二批试点恢复出境团队旅游和“机票+酒店”业务国家名单公布

本报讯(记者 徐晓)近日,文化和旅游部办公厅印发《关于试点恢复旅行社经营中国公民赴有关国家(第二批)出境团队旅游业务的通知》,决定自3月15日起,试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家(第二批)出境团队旅游和“机票+酒店”业务。3月10日起,旅行社及在线旅游企业可开展产品发布、宣传推广等准备工作。

第二批试点国家共40个,具体名单包括:尼泊尔、文莱、越南、蒙古、伊朗、约旦、坦桑尼亚、纳米比亚、毛里求斯、津巴布韦、乌干达、赞比亚、塞内加尔、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、格鲁吉亚、阿塞拜疆、亚美尼亚、塞尔维亚、克罗地亚、法国、希腊、西班牙、冰岛、阿尔巴尼亚、意大利、丹麦、葡萄牙、斯洛文尼亚、瓦努阿图、汤加、萨摩亚、巴西、智利、乌拉圭、巴拿马、多米尼加、萨尔瓦

多、多米尼克、巴哈马。  
通知要求,各地要指导旅游企业安全有序组织实施试点工作。按照属地管理原则,压实企业主体责任,稳妥有序组织实施。各地要指导旅行社严格落实团队旅游管理各项制度和规范,依法与游客签订旅游合同。旅行社要选择具有相应资质的境外供应商、合作商,做好线路设计和产品对接,提醒游客增强安全意识,投保人身意外伤害等保险,倡导

安全、文明、绿色、健康旅游新风尚。各地要严格要求旅行社切实执行“一单一报”制度。旅行社及在线旅游企业不得违反时间安排或超出国家名单范围开展出境团队旅游和“机票+酒店”业务。加强对旅行社及在线旅游企业的监督检查,切实维护旅游市场秩序。  
今年2月6日,我国已试点恢复赴20个国家的出境团队旅游业务。

# 二〇二三年国内旅游宣传推广活动启动

「旅游中国·美好生活」

本报讯(记者 李志刚)近日,文化和旅游部办公厅印发《关于开展“旅游中国·美好生活”2023年国内旅游宣传推广活动的通知》。通知明确,为创新加强国内旅游宣传推广,促进我国旅游市场恢复发展,满足人民群众美好旅游需求,文化和旅游部拟联合媒体平台、联动全国各地,共同开展“旅游中国·美好生活”2023年国内旅游宣传推广活动。

通知要求,把旅游宣传推广作为促进旅游市场恢复、助力国内大循环的重要举措,聚焦旅游中国和美好生活抓旅游推广,加强旅游理念、旅游产品线路、旅游品牌形象等方面的宣传推广,在旅游推广中反映山水之美、文化之美,展现生活之美、时代之美,让人民群众在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。遵循旅游基本规律抓旅游推广,把季节作为促进旅游恢复发展的“时间轴”,把城市旅游休闲作为挖掘旅游发展潜力的“基本盘”,把讲好家乡故事作为拓宽旅游市场的“增长盘”,在全国统一主题下有针对性地开展专项推广活动。

通知明确,此次活动采取统分结合、各自发力的原则,结合旅游规律和平台特征,开展系列专项推广活动,包括“跟着季节游中国”专项推广活动、“城市巡游记”专项推广活动、“我的家乡有宝藏”专项推广活动等。支持相关媒体平台开设专项推广页面,设置专项推广话题,推出专门的奖励措施,组织网络达人参与

推广活动,加强流量扶持;支持在线旅游平台开展旅游消费补贴活动,推出配套旅游产品线路,提供优质旅游服务;支持各地文化和旅游部门和旅游企业开展宣传营销活动,推出旅游惠民措施,组织旅游达人和游客通过图文、视频、音频等媒介形式参与专项推广活动。支持不同区域省份结合旅游产品特征和客源市场特点开展客源互动行动。

# 国家文化和旅游科技创新工程项目开始验收

本报讯(赵腾泽)近日,文化和旅游部科技教育司发布《关于国家文化和旅游科技创新工程项目验收的通知》,根据工作安排,将对执行到期的国家文化和旅游科技创新工程项目组织验收。项目材料报送截止时间为4月30日。

在合同约定完成后的3个月内,由项目承担单位提交验收申请、验收报告及相关验收材料,经项目推荐单位审核并签署意见后,向文化和旅游部科技教育司提出验收申请。在项目承担单位提交验收申请的3个月内,文化和旅游部科技教育司根据项目情况确定验收时间及形式,组织专家进行

验收。  
据了解,验收工作采取实地考察验收或会议集中验收方式。实地考察验收方式由文化和旅游部科技教育司组织验收专家组,赴项目实施地,安排现场会或研讨会,审查项目验收报告,实地查看项目创新成果,考核项目完成情况。会议集中验收方式由文

化和旅游部科技教育司组织验收专家组,召开集中验收会议,由验收专家组讨论并形成验收意见。  
验收结束后,文化和旅游部科技教育司出具验收结论函,向社会公布验收结果,验收结果分为优秀、合格、不合格三档,其中优秀比例不超过20%,不合格比例据实确定。

# 第十一届大足石刻国际旅游文化节开幕

“美好中国·大足出发”首届中外旅游交流活动启动

本报讯(陈潜)近日,第十一届大足石刻国际旅游文化节暨“美好中国·大足出发”首届中外旅游交流活动在重庆市大足区大足石刻游客中心开幕。活动从3月9日持续至5月10日。

活动以“精美的石刻会说话——讲述中国故事 传播中国声音”为主题,由重庆市大足区人民政府、中国旅游报社联合举办,大足石刻研究院、重庆市大足区文化和旅游发展委员会、重庆大足石刻国际文化旅游集团有限

公司承办。活动除开幕式和2023年度大足区旅行社大会暨文旅招商推介会两项主体活动外,还有“天下大足·醉美乡村”2023年农旅活动暨大足安岳岳春桃李旅游文化节、2023全国石窟探秘定向锦标赛、第七届“老家·观

音岩”桃李春风旅游文化节等一系列文旅活动。  
开幕式结束后,4K宽屏幕和8K球幕电影正式向全球发布。4K宽屏幕电影《天下大足》以电影叙事方式,突出大足石刻的开创和历史演进过程,让游客了解大足石刻的前世今生和思想内涵;8K球幕电影《大足石刻》采用实景拍摄和CG动画相结合的方式,让观众通过球幕的沉浸式体验,近距离欣赏大足石刻的精美巧妙,给观众带来身临其境的视听体验。

# 第十五届中国·高淳国际慢城金花旅游节开幕

本报讯(邵子君)3月11日,由江苏省文化和旅游厅、中国旅游报社、南京市文化和旅游局指导,南京市高淳区人民政府主办,江苏省高淳国际慢城旅游度假区管委会承办的“花开中国 首‘绽’高淳”第十五届中国·高

淳国际慢城金花旅游节在高淳溧溪国际慢城开幕,活动将持续至5月25日。  
开幕式现场,主办方邀请了4名高淳本地人“代言”,向观众们介绍春季高淳美景、高淳土特产、高淳金花节活动、免费赏花专线和春游高淳福利等,

展现高淳人民的热情好客及对家乡热爱。“丰收中国万里行——走进高淳”大型直播活动也于现场开播,从“吃住行游购娱”等多维度深度展示高淳金花节,并提供预订民宿、门票等服务,推动高淳春季旅游市场发展。

由中国旅游报社主办的“花开中国”大型文旅宣传推广活动首站走进高淳。活动期间,中国旅游报社将以高淳的“金色浪漫”起笔,围绕全国各地赏花资源开展一系列文旅宣传推广活动,汇集全国特色赏花资源,把春天独有的“花样”带给全国游客。  
活动期间,高淳区春季消费节拉开帷幕,数字人民币消费券发放等活动同步开展。

# “数字中国沉浸体验展”在京亮相

本报讯(记者 黄高原 见习记者 王若溪 葛泳江)以“JOY元宇宙”为主题的“数字中国沉浸体验展”日前在北京市石景山区首创·郎园Park开幕。此次展览由文化和旅游部科技教育司指导、中国动漫集团主办、北京文化艺术基金支持,于3月11日至26日面向公众开放,观众可通过线上购票预约参观。

景,尽享“科技+”魅力。  
据了解,下一步,中国动漫集团将加快推动科技、文化、旅游等产业融合发展,创新动漫内容,提升动漫传播力。

在全息影片《伟大征程》展台前,工作人员介绍:“观众戴上设备后就能置身于南昌起义、血战湘江、遵义会议等虚拟场景,设备支持多人同时使用,国内已经有不少博物馆、纪念馆配备,有效增强了游客的体验感。”  
展览现场,“敦煌飞天”等VR项目吸引众多观众驻足体验。北京市民曹女士说:“戴上VR眼镜,伴随着浑厚庄重的钟声,身边环绕着飞天舞女,还有漫天花瓣飘落,画面特别美,值得体验。”

此次展览由沉浸影像、AI创想、VR观影、数字运动、亲子互动等板块组成,涵盖中国传统文化、航空航天、深海探险、数字体育等内容,让观众在娱乐互动中沉浸式感受博大精深的中国传统文化,体验足球、射箭等运动乐趣,重温南昌起义、遵义会议等历史场

# 平遥以文化品牌赋能产业发展

“平遥人做的不是生意,是德行。”《又见平遥》情境体验剧中一句掷地有声的台词,让晋商的诚、信、义深深印在了游客心里。

今年春节以来,在山西平遥古城内外的大小餐馆里,游客品尝着平遥美食、品鉴着“又见平遥”美酒,谈论着《又见平遥》实景演出带给大家的震撼。

其中,“又见平遥”化宝清香型白酒一经推出,就受到了人们的喜欢,让平遥的文化旅游体验更加丰满。

“我们秉持产品产业化、产业园区化的理念,通过演艺带动园区发展,努力将《又见平遥》品牌拓展为一个兼具文旅全要素的产业IP。”《又见平遥》化宝清香型白酒就是依托《又见平遥》IP拓展的一个文化品牌产品。”平遥县九成文化旅游投资有限公司董事长王在盼介绍。

《又见平遥》情境体验剧讲述了一个关于血脉传承的平遥故事,将晋商文化、票号文化、镖局文化、建筑文化、民俗文化及以家国天下为信仰的传统价值观等平遥文化符号融入剧情,带着观众穿越回百年前,体会晋商的诚、信、义和平遥人的仁德、仗义。

今年2月18日,《又见平遥》迎来了公演十周年。10年来,“又见平遥”品牌深入人心,成为品质、担当、情怀的代名词。

近年来,山西文旅集团与晋中市、平遥县共同整合推进“又见平遥”文化产业园事业、产业、活动、行业融

合发展,围绕《又见平遥》演艺文化品牌IP,打造了演艺、酒店、餐饮、商业街区等产业板块为核心业态的“又见平遥”文化产业园,不断丰富文化和旅游业态。

文创类产品业态是文化与旅游结合直接、有延展性、富有生命力的体现。依托《又见平遥》文化IP,平遥县九成文化旅游投资有限公司与山西平遥古市楼酒业有限公司携手打造了“又见平遥”化宝清香型白酒,将本土特色文化实现延展应用、产业转化。

“这也是我们在探索文化品牌赋能产业发展的一个创新举措。希望让‘又见平遥’这个超级IP变成可触摸、可体验的产品,植入用户心中。”王在盼说。

“又见平遥”化宝清香型白酒有着清香味陈、入口醇厚、回香绵长的特点,有“清风十里醉平遥”之美。其包装设计以平遥古城票号为元素,整体画面以《又见平遥》演绎的晋商传奇之标志性事件票号和镖局为主题立意,具有年代感、故事性和文化性。

王在盼说:“我们将‘平遥人做的不是生意,是德行’这句话印在了包装的显眼位置,表达的是一种继续开来的延续。”

“又见平遥”化宝清香型白酒将进一步丰富平遥文化和旅游市场产品供给,一起讲好晋商故事、平遥故事、山西故事,培育更多古城旅游市场新的客流增长点。(付华 王焕伟)