

●落实国务院“十四五”旅游业发展规划在行动
国家文旅科技创新研发项目出库名单公布
文化和旅游部重点实验室资助项目立项名单同时公布

本报讯(记者 赵腾泽)近日,文化和旅游部发布通知,公布2023年国家文化和旅游科技研发项目出库名单、文化和旅游部重点实验室资助项目立项名单。

2023年国家文化和旅游科技研发项目出库名单包括基于智能动态轨迹跟踪的演出飞行互动系统研发、文化遗产型旅游目的地沉浸式漫游中基于全景影像的数据价值挖掘研究、基于中国国家博物馆“古代中国”基本陈列的中华文明云展平台研究及建设、良渚古城遗址公园沉浸式混合体验技术集成与应用、丝绸纹样数字化标准及数据库建设、高科技游戏游艺设备星空之环的研发和应用、基于用户体验的缩微文献数字化图像着色研究、戏曲数字演艺虚拟制作研究、基于游

客体验感知的沉浸式文旅项目测评体系研究等9个项目。

2023年文化和旅游部重点实验室资助项目立项名单包括城市旅游场景多模态数据分析与研究、民歌数字资源库建设及创新展演研究、沉浸式交互演艺系统设计——以“剑书”为例、数字文化资产智能识别与权益保护研究、云锦数字化解构与智能设计、临安天目窑护胎釉数据采集与制备工艺的数字化拓展研究、基于扩展现实技术的大尺度城市光影秀设计研究、古籍纸张用生物除霉剂的有效性和安全性评价、清代黄色系纸绢类艺术品及辅助材料染色复制研究等9个项目。

通知要求,项目承担单位应为项目实施提供必要保障,按照任务书要求推进研究任务。

“读李白 游神州”线路信息文本发布

本报讯(记者 李志刚)文化和旅游部资源开发司和国家文物局文物古迹司近日在文化和旅游部官网发布“读李白 游神州”文化主题旅游线路信息文本,旨在推介发布丰富的李白游踪地旅游资源信息,引导大众在旅游中感悟中华文化、增强文化自信。

据悉,“读李白 游神州”文化主题旅游线路包括“长江青春之旅”“壮年逐梦之旅”“北国漫游之旅”3条线路。其中,“长江青春之旅”线路主要涉及李白在蜀中成长、读书,成就一身侠气,24岁仗剑出蜀,辞亲远游,顺长江而下,追求人生理想的足迹,包括9个省、直辖市,38个地级市、县,115个遗址、景区;“壮年逐梦之旅”线路主要涉及李白四处干谒、寻求入仕,得到赏识、供奉翰林,遭遇谗毁、赐金放还的仕宦之旅,包括3个省,11个地

级市、县,27个遗址、景区;“北国漫游之旅”线路主要涉及李白在漫游齐鲁中原之际遍历山水的足迹,包括5个省、直辖市,22个地级市、区、县级市,40个遗址、景区。

据了解,今年以来,文化和旅游部资源开发司、国家文物局文物古迹司联合北京师范大学以及17个相关省(区、市)文化和旅游部门,以诗仙李白游踪地为线索,串联200多个李白主题景区景点,并于7月22日在四川江油举办“读李白 游神州”主题旅游宣传推广活动,推出上述3条文化主题旅游线路。“读李白 游神州”旅游线路作为“读万卷书 行万里路”文化主题旅游推广的重要内容,旨在深入贯彻党的二十大精神,推动文化和旅游深度融合发展,用中华文化丰富旅游内涵,用旅游推广弘扬中华文化。

●聚焦2023年文化和旅游企业服务月

安徽突出惠民乐民 激发文旅消费活力

本报讯(朱文文 祖丹丹)自文化和旅游部组织开展2023年文化和旅游企业服务月活动以来,安徽省文化和旅游厅突出惠民乐民,推出系列促消费活动和惠民举措,加大政策激励力度,构建主客共享的文旅消费新空间,推动文旅消费复苏升级。

为激活省内旅游市场,安徽省文化和旅游厅启动为期近6个月的“520”安徽文旅惠民消费季,省市县三级联动,围绕避暑游、民宿游、夜游、自驾游等主题,开展20项活动,培育消费热点,增加优质供给。

围绕助企纾困,安徽省文化和旅游厅加大政策扶持力度,推动出台《关于进一步提振市场信心推动经济运行向向好的若干政策举措》,明确落实职工疗休养和带薪休假制度,各级机关、国有企事业单位可委托旅行社或具有疗休养资质的文旅企业代理安排交通、住宿、餐饮、会务等事项。会同省商务厅、省财政厅研究制定关于更大力度发放消费券扩消费惠民生的政策文件,支持各地发放文旅消

费券。鼓励各市县出台“免费游”“半价游”“特惠游”等措施,联动推出景区门票、民宿酒店、文创特产等优惠组合产品。加大非节假日期间惠民力度,引导“调峰填谷”,保障消费品质,延展消费时空,扩大消费规模。

安徽省文化和旅游厅还积极开展“我们的中国梦”文化进万家活动,策划推出2000余场文化活动;做实“皖美好味道·百县名小吃”行动,推动特色美食进街区、景区、高速服务区、星级饭店、旅游民宿、机关食堂、旅行社团餐。

围绕产品业态升级,安徽省文化和旅游厅积极落实《安徽省乡村旅游高质量发展行动计划(2022—2024年)》,发布精品主题村50家、特色美食村70家、后备厢工程基地50家。开展最干净景区和旅游乡村推选,选出48家最干净景区、46家最干净旅游乡村。深入推动“演出+旅游”“康养+旅游”“体育+旅游”,培育推出一批农文旅、商文旅、体文旅融合产品,促进消费提质升级。



(上接第1版)

文旅融合出彩

赴一场音乐会,感受火热气氛;体验非遗技艺,学习古人智慧;参与汉服巡游,沉浸于古风古韵……今年中秋国庆假期,文旅融合亮点纷呈,给游客假期生活增添别样色彩。

中秋国庆假期正值国家艺术院团演出巡演季,多部优秀舞台艺术作品在北京、上海、内蒙古等地上演,带动了当地旅游消费。黑龙江举办首届金秋赏艺旅游节,推出多个系列专场演出,满足市民游客多样化观演需要。广东、湖南、陕西、四川、山西、海南等地举办特色鲜明的赏灯观月、文艺表演、巡游等系列活

在国家级夜间文化和旅游消费集聚区广东顺德欢乐海岸PLUS,“一出好戏·2023戏剧嘉年华”精彩上演,为游客献上100多场精彩演艺,假期接待游客超82万人次。

在河北,正定滹沱河艺术生态岛开门纳客,为期8天的“小岛生活节”融合了露营、戏剧、电影等多元内容,备受游客欢迎。生态岛负责人王先生说:“共有10支乐队献唱,15场儿童戏剧、44场巨型木偶剧上演,丰富了游客体验。”

在福建,《印象大红袍》山水实景演出保持较高人气,上百名茶农同时摇青的场景气势恢宏,传说故事古朴动人。《印象大红袍》是武夷山旅游的标志性地标。印象大红袍股份有限公司企划部负责人陈洁说,假期演出30

中国演出行业协会发布简报显示,中秋国庆假期——

旅游演艺票房收入在全国营业性演出票房总量中占比超50%

演出2.14万场次,票房收入10.31亿元,观演人数851.32万人次

本报讯(记者 范朝慧)中国演出行业协会近日发布简报显示,据中国演出行业协会票务信息采集平台数据监测,今年中秋国庆假期(9月29日至10月6日),全国营业性演出(不含娱乐场所演出)4.42万场次,比上年十一假期增长227.68%;票房收入20.05亿元,增长322.14%;观众人数1180.35万人次,增长261.83%。其中,旅游演艺演出2.14万场次,票房收入10.31亿元,观演人数851.32万

人次,该类演出票房在总量中的占比为51%。

简报显示,今年中秋国庆假期,旅游演艺市场火热,文旅融合效应愈加凸显。据数据监测分析,《长恨歌》《文成公主》《又见平遥》《宋城千古情》《知音号》等40个全国旅游演艺精品名录入选项目,中秋国庆假期市场成绩亮眼,演出场次和观众人次占比分别达到假期旅游演艺市场总量的20.64%和26.59%。旅游演艺项目在为

游客呈现高质量视听盛宴的同时,也为旅游市场带来新的增长点。如西安华清宫驻场演出《长恨歌》日均演出4场次,每天接待观众超万人次。旅游演艺体现出的强效文旅融合,促使更多地方围绕演艺对地方文化进行打包和整合,如宁夏贺兰小镇以演艺体验为核心,汇集沉浸式演艺、西北美食、非遗街区、艺术小店、特色民宿等多种内容。

简报还显示,今年中秋国庆假期,

剧场和新型演出空间演出2.27万场次,票房收入4.33亿元,观演人次245.38万,该类演出在票房总量中占比为22%。大型演唱会、音乐节演出121场次,票房收入5.41亿元,观演人次83.66万,该类演出在票房总量中占比为27%。据初步测算,假期演唱会和音乐节等大型演出活动平均跨城观演率达到60%以上,跨省观演率超过45%,带动交通、食宿、游览和周边购物等综合消费超过20亿元。

2024年“欢乐春节”吉祥物“吉祥龙”亮相

本报讯(记者 郭子腾)10月7日,文化和旅游部在京发布2024年“欢乐春节”吉祥物——“吉祥龙”。

文化和旅游部国际交流与合作局局长、中国对外文化交流协会副会长兼秘书长高政,作曲家、指挥家、联合国教科文组织全球亲善大使谭盾共同发布“吉祥龙”;中央美术学院“欢乐春节”吉祥物设计团队有关负责人、西安曲江大唐不夜城

文旅发展有限公司有关负责人分别介绍了“吉祥龙”的设计和市场开发情况。

据介绍,“吉祥龙”由考古、美术史、现代艺术等领域专家和设计师共同研究、创作,以红色和黄色作为主色调,在中国龙的典型艺术造型特征基础上,创造性融入元宝、祥云纹、京剧脸谱等中华优秀传统文化代表性元素,应用在五官、表情、动

作等细节设计中,彰显春节喜庆氛围,表达中华文化对平安喜乐、吉祥如意的美好期许与追求,将龙的神圣庄严与吉祥物的可亲可爱有机地融为一体。

“吉祥龙”形象将广泛应用于文化和旅游部海内外“欢乐春节”品牌活动中,并首次进行市场化开发和运营,为全球的中国春节庆祝活动带来新元素、新亮点。



中秋国庆假期结束,仍有不少游客选择错峰出游。四川省成都市宽窄巷子景区热度依然不减,游客众多。图为10月7日,游客在宽窄巷子街头游览。
中新社记者 王磊 摄

亚运热激发新活力 文体旅融出加速度

措施。

新场景 跟着赛事去旅行

“村超”“村排”“村BA”、成都大运会、杭州亚运会……今年以来,各地举办的体育赛事频频出圈,体育赛事“流量”正在转变为文旅消费“留量”,“跟着赛事去旅行”成为旅游消费新场景。各地也立足本地特色,为市民游客献上“文体旅大餐”。

文化和旅游部产业发展司有关负责人表示,文化产业、旅游产业和体育产业都是现代服务业的主力军,都具有一业兴、百业旺的特点,对带动装备制造等相关产业、推进一二三产融合具有积极作用,在发展路径和模式上也有许多共通之处。

“杭州正以打造国际‘赛’‘会’之城为目标,全力构建文化体育旅游融合促消费的杭州模式。”杭州市文化广电旅游局党组书记、局长楼娜捷介绍,结合亚运会主题,杭州打造了“杭州动漫节”“杭州文博会”“杭州马拉松”“杭州奇妙夜”等文体旅品牌。

据介绍,目前,杭州主要文化旅游休闲场所已纳入“杭州文旅惠民卡”服

务范围,已有20余万人次享受到文化畅享、景区畅游、商圈畅购、体育休闲用品装备优惠等惠民权益,并带动相关消费。

长三角地区也充分利用区位优势 and 体育旅游资源的互补优势,推动文体旅融合发展。

“我们将做活做实体育旅游市场,做大做强体育旅游品牌,让体育旅游产业‘活’起来。”江苏省体育局有关负责人介绍,近年来,江苏以水上、山地户外等项目为重点,完善体育旅游基础设施建设,切实提升体育旅游产品黏性,引导和支持虚拟现实、增强现实等智能技术在体育旅游领域广泛应用,鼓励开发互动式、沉浸式、体验式体育旅游产品,拓展假日体育旅游服务。”我们将围绕延伸产业链、提高附加值等关键环节,以高质量体育旅游促进高品质体育消费。”

新消费 融合发展添动力

在千里冰封、万里雪飘的北国体验乘风“飞驰”的乐趣;在火树银桥、如诗如画的江南体验泛舟而行的雅韵,在山高水长、奇峰罗列的西南体验勇

攀高峰的豪迈……近年来,各地结合重大赛事、精品赛事、民族特色赛事等,引导市民游客走向运动场、走向绿水青山,进一步引导和促进体育、文化、旅游消费。

10月6日,杭州亚运会“简约亚运、惠民亚运”主题新闻发布会在杭州召开。会上,楼娜捷介绍,杭州已用数字化手段向全球发放了共计60万份亚运文旅大礼包。“在亚运会后,我们将继续深化杭州文旅千人推广计划以及城市漫步,释放文旅产业融合新动能,助力打造国际赛会之城。”

“我们积极拓展‘体育+X’消费布局,通过亚运与旅游、文创、商业营销、数智竞技等领域的合作与互动,实现更大范围、更多产业的融合,助力优化消费生态。”咪咕文化科技有限公司副总经理向阳说。亚运会期间,咪咕通过多种“黑科技”,为观众全方位、沉浸式呈现了运动员赛场上的拼搏时刻。

安徽省文化和旅游厅有关负责人介绍,将鼓励各地深入推动文体旅融合,因地制宜发展山地运动、水上运动、极限运动等户外运动项目,认定推出、提升发展一批体育旅游示范基地,进一步丰富产品和服务供给。

消费增长亮眼

中秋国庆假期,大众不断攀升的出游热情,拉动了消费增长,吃、住、行、游、购、娱等领域成绩单十分亮眼。

为有效丰富供给、促进大众消费,文化和旅游部举办全国国庆文化和旅游消费月活动,推出149条全国乡村旅游精品线路和69家工业旅游示范基地。国家级夜间文化和旅游消费集聚区的示范带动作用进一步彰显,根据中国联通数据监测,9月28日18时至10月6日6时,243个国家级夜间文化和旅游消费集聚区夜间客流量达1.12亿人次,平均每个集聚区每夜5.76万人次,较2022年国庆节假期增长68.7%。

中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)重点监测的326家5A级旅

游景区接待游客人数,按可比口径同比增长88.7%。途家民宿数据显示,截至10月6日,假期国内热门城市民宿预订量比2019年同期增长1.5倍,每晚平均支付价格达503元。

乘着亚运东风,杭州假期旅游消费火热。银联数据显示,长假期间杭州涉旅消费193.289亿元,同比增长64%,较2019年同期增长16%。

江西赣州假日期间发放1200万元文旅商贸消费券,国有景区推出门票半价优惠,有效提升了市场消费活力。鹰潭市龙虎山接待游客同比增长302.83%,较2019年同期增长48.22%,创下历史新高,省外游客占比相比五一假期显著提高。

各地也纷纷推出促消费措施,有效催热了假期市场。假日期间,广西

壮族自治区共有130家4A级及以上旅游景区推出门票半价优惠,各地市同期自行推出消费券等惠民活动。广西壮族自治区文化和旅游厅党组书记甘霖表示,要进一步打造好各类文化旅游消费产品,开展好各类文化和旅游促消费活动,维护好文化和旅游市场的秩序和安全,保障好广大消费者的切身利益,推动广西文化和旅游消费再上新台阶。

中秋国庆假期圆满落幕,大众旅游热情依然饱满,错峰出游、休闲度假、城市漫步、候鸟旅居等各类需求持续释放,持续推升大众消费热度。

(采访团成员 李志刚 高慧 陈潜 刘玉萍 陈熠瑶 任英文 高越 李金枝 李强 陶李 周晨 邱伟楠 执笔:李志刚)