

●贯彻落实《若干措施》推动旅游业高质量发展

推进文旅深度融合 更好满足消费新需求

□ 祁述裕 邓雨龙

《若干措施》把推进文化和旅游深度融合发展放在突出位置,是贯彻落实中央精神的必然要求,也是适应当前旅游业发展新趋势、新特点的迫切需要。释放旅游消费潜力,推动旅游业高质量发展要在拓展融合方式、丰富文旅业态,统筹优质资源、开发主题线路,活化红色资源、赓续红色血脉,抓好文旅深度融合发展的典型示范四个方面发力

国务院办公厅近期印发的《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》(以下简称《若干措施》)从加大优质旅游产品和服务供给、激发旅游消费需求、加强入境旅游工作、提升行业综合能力、保障措施5个方面提出30条工作措施,为旅游业高质量发展提供指引。

《若干措施》将“推进文化和旅游深度融合发展”作为第一部分“加大优质旅游产品和服务供给”的首条措施,彰显了推动文旅深度融合发展对于加大优质旅游产品和服务供给的重要性,可以说是抓住了释放旅游消费潜力、推动旅游业高质量发展的牛鼻子。

《若干措施》把推进文化和旅游深度融合发展放在突出位置,是贯彻落实中央精神的必然要求。

习近平总书记对文化和旅游工作作出一系列重要论述,党的二十大报告提出“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合”的要求。4月28日,中央政治局会议强调,要改善消费环境,促进文化旅游等服务消费。7月24日,中央政治局会议提出,要推动体育休闲、文化旅游等服务消费。7月25日,国务院领导同志主持召开推动旅游业高质量发展专家座谈会,进一步对促进旅游业加快恢复发展工作作出明确部署,这些都为《若干措施》的出台和实施提供了根本遵循。

此外,推进文化和旅游深度融合发展也是适应当前旅游业发展新趋势、新特点的迫切需要。今年以来,广大人民群众出游热情高涨,旅游市场恢

复势头强劲,同时也暴露出旅游产品同质化、旅游服务不到位等突出问题。缺少文化内涵的旅游产品和服务难以适应公众个性化、多样化的旅游新需求,迫切需要通过深化文旅融合、加大优质旅游产品和服务供给进一步释放旅游消费潜力,促进旅游业高质量发展。

在推进文化和旅游深度融合发展的过程中,《若干措施》明确提出了四个具体方面:

一是拓展融合方式,丰富文旅业态。《若干措施》提出“引导戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会、艺术展览、文旅展会等业态健康发展,丰富‘音乐+旅游’‘演出+旅游’‘展览+旅游’‘赛事+旅游’等业态”。宜融则融、能融尽融是文旅深度融合的基本理念,旅游与演出、艺术、会展、体育等其他产业的跨界融合,催生了一批参与式、体验式、沉浸式新型文旅业态,是提升旅游产业附加值的的关键举措。

《若干措施》将节庆赛事、艺术展览等文化活动作为文旅融合的重要领域,增强了旅游的文化属性和精神体验,为创新文旅深度融合发展模式、营造新型文旅消费场景提供了新思路。

二是统筹优质资源,开发主题线路。《若干措施》提出“开展中国文物主题游径建设和‘读万卷书行万里路’文化主题旅游推广活动。”其中,中国文物主题游径建设是以不可移动文物为主干,以特定主题为主线,有机串联、串珠成链,集中展示专题历史文化的文

化遗产旅游线路。其建设工作由国家文物局、文化和旅游部及国家发展改革委共同推进,是将文物保护利用与旅游发展有机结合创新之举。

“读万卷书行万里路”文化主题旅游推广活动,旨在深入挖掘中华优秀传统文化的内涵和时代价值,通过整合历史名人、文学典籍、非物质文化遗产等文化资源,塑造新的主题线路,让人们在游历山水、寻访古迹的过程中进一步感悟文化之美、陶冶心灵之美。例如,文化和旅游部宣传推介的“读李白·游神州”文化主题旅游线路,围绕李白的诗篇足迹设计了“长江青春之旅”“壮年逐梦之旅”“北国漫游之旅”3条主题线路,可以有效满足不同群体的旅游休闲偏好,很有典型意义。

可以说,《若干措施》提出的主题游径建设可以统筹分散在各地的不可移动文化遗产与各类无形文化遗产资源,有利于推进文化和旅游融合,形成主题性、特色化旅游产品。

三是活化红色资源,赓续红色血脉。《若干措施》提出“有序发展红色旅游,保护好、管理好、运用好红色资源”。红色文化与旅游产业的融合具有内在统一性,红色文化增强旅游产业的吸引力,通过经济效益和社会效益双效统一的产品和服务,为旅游产业创造新的增长点;旅游产业则扩大了红色文化的影响力,使旅游目的地成为开展爱国主义教育和革命传统教育的生动课堂。

有序发展红色旅游,核心目标是用旅游发展来彰显红色文化,应聚焦

于让红色资源“活”起来,以守正创新为原则,以认同构建为重要抓手,以数字赋能、创意赋能红色资源表现形式为重点举措,通过革命旧址、名人旧居等红色文化遗址和沉浸式红色演艺、数字化红色文化体验馆等新型场景,让人们在红色旅游中见人、见物、见精神,沉浸式感悟中华民族共同的历史记忆和宝贵的精神财富。

四是抓好文旅深度融合发展的典型示范。《若干措施》提出“推进文化和旅游产业融合发展典型示范”。为积极发挥榜样引领作用,我国已启动了一批文化和旅游融合发展典型示范建设工作。例如,国务院《“十四五”旅游业发展规划》中提出打造一批红色旅游融合发展示范区,文化和旅游部办公厅于2022年12月公布了首批10个试点单位名单。此外,2022年12月,文化和旅游部、自然资源部、住房和城乡建设部联合发布《关于开展国家文化产业和旅游产业融合发展示范区建设工作的通知》,提出“十四五”期间将建设30个左右文化禀赋和旅游资源丰富、产业链深度融合和协同互补、发展机制健全的国家文化产业和旅游产业融合发展示范区。

今年下半年,文化和旅游部还将按照有关文件部署,推出乡村旅游集聚区建设试点指南,推进以乡村为主体、以乡村文化生态为依托、以文旅深度融合为核心的乡村旅游高质量发展,为夯实乡村现代文明根基、提升乡村旅游核心竞争力探索新路径。

作者单位分别为:中央党校(国家行政学院)、中央戏剧学院

观察

推动传统文旅场所数字化转型 以高质量供给拓展消费新空间

□ 钟砾珊

文化和旅游是拉动内需、繁荣市场、扩大就业的重要产业,在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着显著作用。面对个性化、多样化的旅游消费趋势以及游客对文旅融合新产品的旺盛需求,增强供给对需求变化的适应性和灵活性,拓展消费新空间,打造消费新场景,丰富消费体验,以高质量供给引领和创造市场新需求,已成为当下文旅产业发展转型的关键。

随着数字技术的快速发展,越来越多的文旅存量资源得以通过全新、多维的方式呈现,旅游景区、度假区、休闲街区、工业遗产、博物馆、演艺场所等文旅场所正在向沉浸式体验新空间转型发展。

相关统计显示,今年暑期,全国首批24个沉浸式体验新空间网络传播受众达到3.4亿人次,消费同比增长200%以上,营收总额超过1亿元。除了可观的经济效益,沉浸式体验新空间通过数字技术与文旅空间的有机融合,有力推动了文旅资源活起来,极大地提升了游客的旅游体验。同时,还推动了城市更新,培育了“文旅+”新产品,延伸了文旅业态和产品的发展半径,提升了带动能力和辐射空间。就推动利用数字技术改造提升传统旅游消费场所,打造沉浸式体验新空间,笔者建议从以下四个方面着手:

一是文化为魂。与过去单一、平面的文化资源展示方式不同,智慧旅游为文化资源提供了更加立体、多维、丰富的呈现方式,解构并重构了文化空间,使游客从客观视角转向主观视角,参与、体验和感知文化资源、文化遗产、文化故事等要素。

因此,打造智慧旅游、沉浸式旅游新空间就是要根据属地文化特色设计旅游项目。文化是沉浸式体验新空间“出圈”的重要因素,要通过挖掘、展现中华优秀传统文化,用文化丰富旅游内容,用旅游弘扬中华优秀传统文化。例如,西安长安十二时辰主题街区以盛唐长安的历史故事为背景,通过场景再现,将街区中的人物、服饰、饮食、氛围、环境、娱乐等定格于唐代背景,并利用现代技术和创意重现,让游客在游走、融入、感知中跨越时空领略唐代长安的风采。

二是创新支撑。一个好的沉浸式旅游空间项目不能只是简单地复制和升级,而是要在更广阔的科技应用中找到适合文化和旅游行业的场景和应用,加强数字技术的应用研发,为游客提供全新的个性化、智能化旅游场景和服务体验。比如,在光科技领域,可探索在艺术和商业中创造更新颖的场景,通过灯光投影创造更丰富

的光影夜游产品;可利用虚拟现实技术进一步延展时间尺度、空间尺度,丰富人与虚拟现实的交互,让游客在过去、现在和未来穿梭,用多视角抵达现实中不能实现的空间场景,与虚拟世界的人和物进行多重交互,创造全新体验。

三是全景体验。真实性不高、沉浸感不强、互动性不足、内容吸引力不够等都是沉浸式互动中影响游客体验的主要原因。未来,应该通过“人、场”两个维度进一步突破。

从“场”的角度看,可借助虚拟现实、增强现实、全息投影、声光电等技术打造沉浸式场景,借助科技和创意手段,营造出更具艺术性、氛围感和交互性的展示空间,让游客在沉浸式体验和交互性互动中获得更深层次的身心体验。要最大限度地调动游客的视觉、触觉、听觉、嗅觉、味觉等感官知觉,让游客充分体验触、感、温、撞、击感、失重感带来的惊险、刺激。

从“人”的角度看,要实现从旁观到沉浸式参与,让旅游演艺变成游客可参与、可体验、可感知的深度体验活动。例如,郑州只有河南·戏剧幻城以沉浸式戏剧艺术手法,将黄河文明与沉浸式体验相结合,让游客在行走式体验之中,成为演出的参与互动者。

四是消费升级。利用沉浸式设计打造场景,引入沉浸式娱乐,目的都是通过迭代和升级“体验感”,激活用户的参与感,并最终转化为消费。比如,可以用新内容与新客群建立联系,增加多元化空间以及游客与场景的互动,吸引游客对消费品的注意,从而激发消费欲望;可以通过场景化打造延长顾客停留时间,收获更多客流和消费;优化旅游消费场所的服务质量和消费环境,利用数字技术实现便捷购票、导览、购物,提高游客的消费满意度;连接线上线下的社交网络,让游客通过场景产生与社交网络的互动,借助数字营销手段扩大旅游消费场所的知名度和影响力。

未来,以沉浸式方式赋能文化景区、文化街区及文化园区将更多呈现出业态集群化发展趋势,原本独立的旅游消费点形成组团化、规模化结构,文旅传统场所以有将餐饮、住宿、旅游、购物和娱乐等消费要素和体验的结合做到极致,才能真正实现消费与体验的一体化。

总之,要牢牢把握数字经济与文旅经济深度融合发展的重要契机,充分借助科技力量,加快培育开发新产品、新业态、新场景,通过科技赋能文旅产业,丰富人民美好生活体验,以高质量供给拓展消费新空间,绽放经济新活力。

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

声音

“从柳州螺蛳粉到淄博烧烤,很多城市因美食火出圈,能否接住流量还要看城市的基础设施、服务水平等能不能跟得上发展节拍”

——“味蕾游”正在成为文旅消费的新动力。对此,《经济日报》发表评论指出,“味蕾游”走红,反映出当下大众消费需求正在不断升级。发展旅游经济,如果不能学会从消费者的需求出发,就算有再好的资源,也无法长久留住游客。“味蕾游”既是味觉盛宴,也是文化大餐。中华文化历史悠久、博大精深,诸多美食都有典故出处,了解其背后的文化传承和习俗风情,本身就是一段旅程最好的打开方式。人们不再只是追求“看山看水看风景”,而是开始进入感受美好生活的新阶段。各地在发展“味蕾游”的过程中,要从体验、场景、特色等方面入手,让游客从舌尖到心间感受美食文化的独特魅力,这样的“味蕾游”方能回味无穷。

“建设自动扶梯不应仅仅限于舒适与便捷,更应包括对生态的尊重与保护”

——针对对山岳型景区是否适合建索道和扶梯,《北京青年报》发表评论指出,在一些喜欢登山、爬山、徒步的游客看来,爬山的意义不仅是到达山顶,更在于攀登的过程、体验到的困难与坚韧。而“无痛爬山”无法获得这

种“痛并快乐着”的体验,也难以感受到进一步一阶、向上攀登的乐趣。更重要的是,建设自动扶梯不可避免会破坏原始的地形、植被甚至生态,影响旅游资源和山岳景观。况且山岳景区自动扶梯建设难度大、投入高,并不是每个景区都适合建设自动扶梯。

“只有认真对待每一个游客,才能把景区越做越好。游客一认真,景区才会真正把游客当回事”

——近日,有网友发布视频,反映山西省长治市壶关县八泉峡景区将景区内厕所的污水用一根管道排到河里。视频中,景区工作人员表

示,那位游客太认真了。对此,光明网发表评论指出,客观地讲,作为一处5A级景区,八泉峡已经站到了国内景区的最高层级,这是一份难得的荣誉,也是招徕游客的金字招牌。然而,景区管理方似乎并没有真正“认真”起来,其所作所为对不起5A级景区的标准。景区服务设施不配套、个别工作人员服务不规范还是“磨蹭之忱”,如果工作人员无视游客意见,甚至认为游客反映问题是“太认真了”,是在给他们“找事”,那么,这样的漠然终将酿成“心腹大患”。观“山水之美”是景区的主打品牌。景区内的厕所污水直排河中,损害的其实是景区的核心竞争力。

(本版编辑 龚立仁 整理)

当粤港澳大湾区奔向世界级旅游目的地

“船航四海,港通天下;湾区之城,向港而兴。”中国南端,悠悠珠江奔腾而过,漫长的海岸线、港口群和广阔的海域面连绵成片。凭借雄厚的经济基础、丰厚的文化和历史遗产、优越的旅游资源和地理位置,由广州、深圳、佛山、东莞、珠海、中山、惠州、江门、肇庆、香港与澳门11个城市组成的粤港澳大湾区,成为中国最富有活力和创新性的地区之一。

粤港澳大湾区建设,是习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动的重大国家战略,是进一步深化改革开放、扩大开放的有力举措,也是保持香港、澳门长期繁荣稳定和丰富“一国两制”实践的重大创举。2020年,《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》(以下简称《规划》)印发,以人文湾区、休闲湾区描绘了粤港澳大湾区文化和旅游发展蓝图。如今,粤港澳大湾区正以积极奋进的心态,融入世界的姿态、转型升级的状态,全力以赴建设世界级旅游目的地。

讲好湾区人文故事

粤港澳三地文脉相亲、人文相近,同根同源的历史纽带是粤港澳大湾区共同的文化内核,也是共建人文湾区的

文化根基。一件件文物讲述精彩的岭南历史故事,一条条历史文化游径变为人们读懂岭南的“钥匙”,一项项非遗技艺承载着岭南智慧……近年来,广东通过推动线性文化遗产保护、开展南粤古驿道保护利用工作、推动文物资源活化利用等多个举措延续文脉。

通过线性文化遗产保护,广东将散落在岭南大地的文物资源作为旅游核心吸引物,打造了8个主题共44条广东省粤港澳大湾区文化遗产游径和70条广东省历史文化游径,包括孙中山文化游径、海上丝绸之路文化遗产游径等,一推出便迎来了数以万计的游客,实现“走进广东,品读岭南文化”。

在建设“人文湾区”的过程中,粤港澳三地积极推进文化遗产的保护,使湾区人文精神及价值内融融入文化和旅游产业发展中。

香港特别行政区政府拨款3亿港元推行“非物质文化遗产资助计划”,保护、研究、推广和传承本地非遗项目,并推行“香港非物质文化遗产宣传影片制作计划”,制作包括多段大澳端午龙舟竞渡等非遗传项目的360度虚拟实景影片。

澳门历史城区列入《世界遗产名录》,《澳门历史城区保护及管理计划》行政法规草案编制完成,澳门世界文化遗产监测中心建成并投入运作……依

托先进的科技,澳门通过世界文化遗产监测中心收集、计算和整合世遗建筑和周边环境的变化数据,更加精细化地保护世遗建筑。

金秋时节,第三届粤港澳大湾区文化艺术节掀起“艺游大湾区”新风潮,11座城市以艺术之名集结,从戏剧到音乐,从影视到文学,通过百余场文艺活动让人们感受不一样的湾区人文魅力。

伴随着粤港澳大湾区建设的推进,粤港澳文化交流也越来越深入。粤港澳大湾区青年文化之旅、“澳门青年人文湾区行”等活动相继举办,唤醒三地共同的文化基因。

建设国际化休闲目的地

“真是一个充实的旅程。”今年暑假,从北京前往香港旅游的李女士一家以“广深港联动”开启大湾区深度游。一大早到广州吃早茶、看粤剧,第二天到深圳南头古城、蛇口老街游玩,接着由深圳湾进入香港。一程多站式的旅程让她连连称赞。

在粤港澳大湾区城市紧密联动下,像李女士一样奔着“一程多站”出行的游客不在少数。走进广州南越王博物院探南越王官署遗址,到香港太平山俯瞰城市全景,在世界遗产“澳门历史城区”与文物面对面……除体验“吃住游玩购娱”外,游客更深度地感受了岭南文化。

近年来,广东通过优化旅游市场供给、完善旅游市场环境,打造“休闲湾区”,在世界级旅游目的地建设上求实效。广东省文化和旅游厅厅长李斌表示,今年暑期,广东推出新一批10条大湾区“一程多站”精品线路,以都市文明、岭南历史等为主题,融入近年来涌现的创新、代表性景区,进一步丰富粤港澳大湾区旅游线路产品类型和层次。今年,广东还将打造提升广州塔、港珠澳大桥等一批地标景点。

以地域特色文化为抓手,粤港澳大湾区城市群形成旅游互通、文化联动、产品服务共享一程式服务,并从开发特色旅游项目、创新滨海旅游业态等层面深化区域合作。例如,深圳以中国邮轮旅游发展实验区建设为契机,推进“海上看湾区”旅游项目,开通港珠澳大桥、环香港大屿山等4条航线,串联起粤港澳大湾区各景点。自运营以来,多个主题航次一票难求。

在发展新业态方面,顺德欢乐海岸PLUS项目融入龙舟、香云纱等广

府传统文化IP,打造集商业与旅游、娱乐和文化于一体的综合体;佛山以民俗活动激发夜间文旅澎湃活力,以塔坡庙会、佛山秋色等民俗盛景打造古镇民俗夜游体验周等活动。

此外,港澳积极推动文旅产业数字化、智慧化发展。香港特别行政区政府旅游事务署推出“城市景昔”项目,将历史图像和现场真实全景结合呈现;澳门特别行政区政府旅游局推出“澳门满Fun”智能行程规划,通过智能应用为旅游、文创及餐饮业界开拓营销渠道。

擦亮世界级品牌形象

当前,港珠澳大桥、南沙大桥先后开通,广深港高铁恢复通车;“港车北上”“澳车北上”、AlipayHK(支付宝香港)等政策措施落地,搭建起大湾区居民“双向奔赴”的便利桥梁。这背后是粤港澳大湾区深化各领域交流合作,完善协同工作机制的成果。

在旅游领域,2020年,珠三角九市与港澳特区政府旅游行政管理部门联合成立粤港澳大湾区“9+2”城市旅游市场联合监管协作体(以下简称“协作体”),建立信息联通机制,线上开设“粤港澳大湾区旅游市场联合监管专栏”,共同维护市场秩序,促进大湾区旅游健康发展。

广东省文化和旅游厅交流与合作与

推广处相关负责人介绍,协作体成员开展了为期一年的联合执法办案和监管,整治大湾区旅游市场突出问题,推动监管手段创新,整合监管信息归集共享和关联,形成打击违规行为的合力。此外,协作体每年召开一次联席会议,就大湾区旅游市场联合监管的各范畴合作计划进行讨论。

同时,粤港澳旅游人才培养提上日程。以珠海为例,2020年,珠海通过全国首部支持港澳旅游从业人员跨境执业地方法规,明确具备规定条件并经合法备案的港澳旅游从业人员可在横琴新区执业。2021年,横琴新区港澳导游管理系统投入使用,实现了港澳导游报名、培训以及执业等环节的有效监管。

此外,珠海打好“重点区域”守护牌与“执法联动”协作牌,创新旅游监管新模式。随着港澳客流量暴增,港珠澳大桥成为“网红”打卡地。珠海市文化广电旅游体育局推出面向港澳同胞的旅游线路产品,并组织大湾区旅游专班,开展全天候执法检查,持续打击“无证经营旅行社业务”等违法违规为。

基于协作体,珠海加强与横琴粤澳深度合作区的联合值勤和共同监管。从2023年年初至今,组织跨区域旅游市场联合执法行动26次,检查旅行社等经营单位278家次,梳理移送21个违法线索,办理案件14宗。