



2023年,山西省文化和旅游厅紧紧围绕建设新时代文化强省和国际知名文化旅游目的地总目标,认真学习贯彻习近平总书记重要指示和全国宣传思想文化工作会议精神,深化文旅融合,聚焦创新引领,大力实施产业转型升级、数智赋能建设、市场品牌塑造等,推动产品创新、业态优化、配套完善、服务提质,进一步打响了“华夏古文明 山西好风光”品牌影响力,更好担负起新时代新的文化使命,努力打造文旅高质量发展的山西模式。

山西 奋力推进文化和旅游高质量发展



召开2023数字文旅品牌创新大会,探讨数字赋能文旅发展创新之路

推动文化繁荣发展 加快文化强省建设

一年来,山西省文化和旅游厅深入挖掘三晋文化深厚内涵,凝练三晋文化记忆与特色,全省文化事业持续繁荣发展,亮点纷呈;出台《山西省公共文化服务保障条例》,着力推进公共文化服务高质量发展;积极创新非遗保护传承,努力讲好山西故事,进一步增强了人民群众的文化参与感、获得感和幸福感。

推动文化持续繁荣发展。充分发挥文化铸魂、文化赋能、旅游为民作用,大力唱响社会主义主旋律。今年,原创廉政题材话剧《于成龙》参加了文化和旅游部主办的“新时代舞台艺术优秀剧目展演”,取得了良好的社会效益;新编京剧《文明太后》入选第十届中国京剧艺术节,上党梆子《太行娘亲》参加全国戏曲(北方片)会演暨梆子声腔优秀剧目展演,大型室内情境体验剧《又见平遥》入选全国旅游演艺精品名录,新编大型蒲剧历史剧《忠义千秋》走上国家大剧院的舞台,原创民族歌剧《桃花红杏花白》在山西大剧院首演等,全面展示了山西艺术创作成果;在山西省委、省政府的领导下,扎实做好“免费送戏下乡进村”惠民工程,2023年省、市、县三级投入经费上亿元,调动近300个文艺院团赴农村开展免费演出1.6万余场,超额完成年度任务;组织“春雨工程”文化和旅游志愿服务边疆行,助力边疆地区文化和旅游高质量发展。

举办首届稀有剧种展演。8月26日至31日,山西省首届稀有剧种展演在太原举办,6天7场演出,31个稀有剧种全部亮相,66个剧团悉数参加,300余人参演,是山西稀有剧种最大规模的一次集中展示。近年来,山西省委、省政府高度重视地方戏曲的传承发展,通过繁荣精品创作、举办节庆展演、开展惠民演出,加大人才培

养等一系列举措,推动地方戏曲艺术持续繁荣发展。特别是加大了对稀有剧种、濒危剧种的保护传承力度,在全国率先制定实施了《山西省濒危戏曲剧种抢救工程工作方案》,出台《稀有剧种保护资金管理办法》,结合文化和旅游部濒危剧种公益性演出,每年统筹2200万元,按照每场补助5000元的标准,购买全省31个稀有剧种的公益性演出服务,扶持力度居全国前列。

创新非遗保护与传承。今年年初,晋中文化生态保护区(晋中市)通过文化和旅游部验收,正式成为国家级文化生态保护区。6月6日,由中国非物质文化遗产保护协会、山西省文化和旅游厅联合主办的“锦绣山西多彩非遗”2023年文化和自然遗产日宣传活动在太原市举办。活动现场,山西省文化和旅游厅推出黄河风情非遗之旅、长城边塞非遗之旅等10条非遗主题旅游线路,打造“跟着非遗去旅行”品牌;发布首批省级非遗旅游体验基地,推动非遗与旅游融合发展。

成立非物质文化遗产研究院。在山西省委宣传部指导下,依托山西大学优势学科资源,共同建立非物质文化遗产研究院,成为全省非遗保护、传承、研究和利用的综合性平台。9月19日,该研究院发布山西首部非遗蓝皮书《山西非物质文化遗产保护发展报告(2022—2023)》发布。

举办2023黄河非遗大展。由文化和旅游部、山西省政府主办,山西省文化和旅游厅承办的2023黄河非遗大展11月7日至11日在太原举办。大展以黄河农耕文明为主题,沿黄九省(区)600余个非遗代表性项目和300余名非遗代表性传承人参展,全景展示了黄河流域非遗保护工作成果。



鼓励景区开展丰富多彩的研学实践教育活动,引导中小学生厚植爱国主义情怀,传承弘扬中华优秀传统文化。左图为小学生们在晋祠天龙山景区体验礼仪文化。



大力开展夜间文旅消费集聚区建设,激活文旅夜经济,打造消费新场景。右图为大型实景剧《太行山上》剧照。



一年一度的全省旅发大会已成为山西提升举办城市形象、推动地方经济发展,促进全省文旅产业发展的重要窗口和平台。

推动高质量发展 加快建设国际知名旅游目的地

《山西省智慧景区建设评价细则》,推进智慧化建设;出台《山西省旅游服务标准化示范景区评价指南》,对126家景区实施“体验式”复核,推动服务质量进一步提升。太原市东湖醋园、大同市开源一号文化创意产业园入选国家工业旅游示范基地,壶关县上榜全国文化和旅游标准化示范典型经验名单,太原市迎泽区钟楼步行街、运城市盐湖区岚山根·运城印象步行街和晋源区太原古城十字街、晋中市平遥县又见平遥文化产业园区印象新街分别被评为文化和旅游部第二、第三批国家级旅游休闲街区,SoReal焕真·平遥科技艺术博物馆入选文化和旅游部第一批全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点,武乡县成为全国红色旅游融合发展试点单位。临汾市洪洞大槐树寻根祭祖园等17家景区入选全省首批旅游服务标准化示范景区预创建

单位,评选出太原市阳曲县、清徐县等16家山西省全域旅游示范区,太原市晋源区晋阳湖夜间文化和旅游消费集聚区等14家评为第二批省级夜间文化和旅游消费集聚区。

加快把文旅康养产业打造成战略性新兴产业。坚持把文旅康养产业作为战略性支柱产业和民生幸福产业,积极探索文旅康养产业融合发展新思路,推动文旅康养资源优势不断转化为产业优势和发展胜势,加快构建全省域大康养、大文旅融合发展格局,打响“康养山西、夏养山西”品牌。8月,2023中国·山西(晋城)康养产业发展大会在晋城举办,这是山西连续4年举办全国性的康养产业发展大会,大会突出“康养+”,注重多样性、全方位、融合性,为全省康养产业高质量发展提供了智力和技术支撑。

扎实推进文旅康养集聚区建设。

着力深化供给侧结构性改革,印发实施了《2023年文旅康养集聚区打造实施方案》,明确提出打造太原晋源区、大同浑源县、朔州右玉县、忻州五台山、晋中平遥县、阳泉盂县、长治壶关县、晋城陵川县、临汾洪洞县、运城盐湖区10个文旅康养集聚区;持续推进50个文旅康养示范区创建单位提升建设,实现文旅康养市场主体倍增。

成立山西省文化和旅游专家委员会。9月20日,山西省文化和旅游专家委员会在太原成立。专家委员会将充分发挥专家、学者在文旅战略规划、重要政策、重大项目、重大问题研究上的参谋助手作用,助推全省文化和旅游业高质量发展。

《山西省志·旅游志》发布。8月31日,《山西省志·旅游志》正式发布。该志编纂工作于2017年9月启动,省内旅游学界、业界40多名专家、学者(涉及14个单位)投入编写工作,记录了山西旅游20年的发展历程,具有较高的史料价值,对山西旅游工作起到了参考和借鉴作用。

优化发展环境 打响“旅游满意在山西”品牌

今年以来,山西省文化和旅游厅坚持把实施扩大内需战略同深化文旅供给侧结构性改革有机结合,持续释放文旅消费潜力。鼓励全省A级景区上半年在本景区线上平台以优惠价格预售全年首道门票,并对优惠幅度在8折以上(含8折)的按门票实际销售价格的20%给予补贴。活动得到各景区的支持,参加优惠活动的景区达106家,首道门票优惠1折至8折不等。此举精准支持旅游行业复工复产,助力全省经济持续复苏和高质量发展。

6月下旬,又推出“晋享清凉 活力一夏”山西文化和旅游主题季活动,发布了5条清凉山西主题线路、七大类120多项优惠政策和特色活动,吸引了全国各地游客纷纷来晋体验山西好风光。1月至10月,全省66个重点监测景区接待游客7594.70万人次,同比增长156.23%。

近年来,山西省委、省政府围绕打造旅游友好型环境、打响“旅游满意在山西”品牌作出一系列重要部署。在山西省第九次旅游发展大会上,山西省委副书记、省长金湘军再次提出,“以服务质量为根本,完善旅游要素标准体系,全力打响‘旅游满意在山西’品牌”。

一年来,聚焦“旅游满意在山西”,山西省文化和旅游厅会同相关部门加强对“吃、住、行、游、购、娱”各环节市场经营主体的监管,严厉打击旅游市场各类违法违规行为。同时,从供给端发力,加大假日旅游市场优质产品供给;推动文旅产品多元业态融合,丰富产品体系,拓展景区夜游、乡村民宿游、休闲度假游、特色美食游等;做好游客来晋行动指南,推出休闲康养、乡村烟火、非遗体验、亲子研学等精品线路等,努力为消费者提供更加优质的旅游服务。

今年中秋国庆假日期间,山西省文化和旅游厅还在全省A级景区售票窗口、停车场、核心游览区等旅游场所显著位置,张贴A级景区“好差评”二维码,在旅游客运车辆显著位置张贴旅行社、导游“好差评”二维码,及时了解游客体验情况和潜在旅游需求,营造了健康有序、安全稳定的文旅发展环境。

(王华 文/图)



5月21日,“东方甄选”山西行直播活动走进大同云冈石窟。新东方创始人俞敏洪、东方甄选主播董宇辉和云冈研究院党委书记张烨共同进行了直播。



游客在2023黄河非遗大展上体验非遗技艺



各种主题营销宣传助力山西文旅“出圈”

创新宣传营销 提升“华夏古文明 山西好风光”影响力

在山西省文化和旅游厅的统筹组织下,“东方甄选”山西行实现了数亿级直播流量汇聚山西,央视一套播出的“非遗里的中国”山西篇全面展现了山西非遗魅力。两大活动让全国人民的目光再次聚焦山西,带动了暑期旅游市场一片红火。同时,还启动了“趣享山西好风光”城市名片联动计划,开展“一眼千年 晋在眼前”2023山西国风文化月、“晋享好风光”话题营销等,持续助力山西文旅“出圈”。

办好重大活动,推动高质量发展。召开第九次旅游发展大会,举行2023数字文旅品牌创新大会,全面部署全省文化和旅游工作,探讨数字赋能文旅发展创新之路。旅发大会期间,召开了首届山西省文化旅游供给侧创新大会、“感悟中华文化”中国研学旅行大会、国际文旅产业合作推介会等活动,不断提升山西旅游形象。举办了第十一届八路军文化旅游节,倾力打造全国知名红色旅游目的地和红色旅游创新发展基地。9月下旬,在临县碛口古镇召开了2023大河论坛·黄河峰会,搭建起沿黄省份协作交流、世界大河流域交流互鉴的平台;在运城市举行了第34届关公文化旅游节,让关公文化在新时代背景下焕发新的活力,努力讲好山西故事。

“东方甄选”山西行文旅直播。

5月20日至25日,新东方创始人俞敏洪带队深入太原、大同、朔州、忻州,沉浸式介绍山西文旅资源,直播带货,短短6天“山西好物”销售额达1.3亿元,文旅宣传短视频播放量超6亿次,约1.1亿人次观看直播。活动不仅展示了山西魅力独特的文旅资源、山西高质量发展的生动实践,更带动提升了全省文旅产业链上下游市场主体的活跃度,促进了数字经济与实体经济深度融合。

坚持客源为要,深化区域合作。从3月开始,山西省文旅推介活动陆续走进天津、杭州、南京、广州、深圳、香港等地,搭建起客源互换、市场共建、利益共享的区域合作新模式;先后赴新加坡、泰国、马来西亚、西班牙、法国等国家开展“走进山西 读懂中国”海外宣介、“满意旅游在山西”文旅推广活动等,不断加大海外市场宣传营销力度,进一步唱响“华夏古文明·山西好风光”品牌。

守正创新,打造全媒体宣传矩阵。坚持线上线下结合、传统媒体与新媒体齐发力,不断提升山西文旅的知名度和美誉度。坚持“内容为王”,聚焦核心资源、亮点工作,统筹协调各级媒体,通过新闻发布、短视频播放等,持续弘扬三晋优秀传统文化,以作品的高质量赢得大流量,传播山西好声音。

截至目前,共推出作品5000余条,阅读(播放)量达5.82亿次。在优化提升主流媒体宣传体系的基础上,与知名企业合作,探索品牌的多渠道传播。与华为公司合作开展“晋看山西色”华为Mate60系列影像之旅,全网征集山西文旅作品,创新的营销活动抓住了消费者的眼球。联合VIVO手机新机发布,推出“长焦悬日”活动,吸引消费者用手机定格山西古建前的“最美日落”;活动上线当天,山西省文化和旅游厅B站账号浏览量突破550万次,点赞破10万次。走进小红书总部开展文旅推介、“西红柿市集”等宣推活动。联动抖音、小红书、B站等平台,以多维度、多平台、多话题的高频输出,实现了全省文旅资源的多元化传播,展现山西文旅新形象。同时,吸引了更多的旅行博主、达人加入了宣传山西的行列,一起解读山西旅游新玩法,实现了声量与销量的双向增长。数据显示,截至目前,山西省文化和旅游厅各新媒体平台一年涨粉33万余人,其抖音账号各话题曝光更是达9.4亿次。

文旅产业指数实验室发布的数据显示,前三季度,山西在省级文化和旅游政务抖音号传播力指数中一直居前5位,其中,5月更是位居第一,山西好风光受到越来越多的关注。