

## “激发文旅潜力促消费”交流活动

中国社会科学院新闻与传播研究所党委书记、副所长方勇：

## 打造文旅消费热点 努力推动中华民族现代文明建设

要从3个方面打造文旅消费热点,助力中华民族现代文明建设。

一是要发挥灵魂作用,遵从文旅消费的“三个规律”。推进文旅深度融合发展,文化是核心,文化是灵魂。第一个规律是“同根共情”,“同根共情”是文旅消费的源泉,情感一致,精神相通,才能更好推动消费。第二个规律是“同频共鸣”,因为有着曾经的经验,才能引起共鸣,才能吸引消费者。要立足中华民族伟大历史实践和当代实践,挖掘地方故事,为文旅消费提供养料。第三个规律是“同向共赢”,要把据文旅消费导向,用中国道理讲好中国经验,把中国经验提升为中国理论。

二是要打造特色产品,筑牢文旅消费根基。数字化是时代的潮流,已经成为一个新的传播常态,移动化、视频化、碎片化学习也成为新的模式。要打造新产品,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。文旅产业应以社会效益优先,着力培育和践行社会主义核心价值观,对内

文化和旅游部产业发展司副司长马力：

## 推进文旅融合 促进文旅消费 共享美好生活

文化和旅游部坚持从供需两端发力,推进文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上实现深度融合发展,拓展城市、乡村、夜晚、数字、国际五大消费空间,促进文化和旅游消费加快恢复,使之成为整体经济增长和经济发展的重要驱动力,更好满足人民对美好生活的向往。

一是要把握文化和旅游高质量发展的重要意义。今年以来,我们立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,推动旅游业迅速恢复发展。文化和旅游消费加快恢复,成为拉动整体消费增长、全力提振市场信心的强劲引擎;文化和旅游深度融合发展,成为满足人民美好生活需要、建设社会主义现代化强国的重要支撑;文化产业和旅游产业高质量发展,成为推动经济社会高质量发展、构建新发展格局的强大动力。

二是要乘势而上,促进文化和旅游消费。一是出台文件强化政策保障。今年以来,国务院办公厅印发《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》,国家发展改革委印发《关于恢复和扩大消费的措施》。我会同相关部门就文件内容进行解读,推动政策落实落地。二是丰富高品质产品和服务供给。组织举办全国演艺博览会,培育演艺新业态,发布20个沉浸式文旅新业态示范案例,推动国家级夜间文化和旅游消费集聚区提质扩容,同时引导旅游业态创新发展。三是激发文化和旅游消费需求。围绕五一、中秋、十一等传统节日、法定假日和暑期等旅游旺季,组织开展地方内容丰富、形式多样的消费活动,同时开展“旅游中国·美好生活”“跟着季节游中国”等主题旅游宣传推广活动。

## 业界对话

北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长、教授张洪伟：

体育旅游产业链中最核心的要素是赛事,游客往往会因为一项赛事奔赴一座城,如北京冬奥会、杭州亚运会、成都大运会等国际赛事本身就是一个大IP。当前,很多城市十分重视马拉松赛事的举办,将体育赛事与城市品牌打造紧密结合。冰雪旅游也是体育旅游的一个重要方面,黑龙江、吉林、新疆等地冰雪旅游发展成效显著,吸引了不少国际游客。此外,以Citywalk、骑行、桨板等新业态为核心的城市体育旅游产品呈现多样化发展趋势,“村超”为典型的乡村体育赛事也成为体育旅游发展的亮点和切入点。体育场馆也是文旅融合发展的重要场所,如何在举办大型赛事后,将体育场馆打造成为体育与文化、旅游融合发展的载体,持续释放其影响力是值得思考的问题。如何建立体育赛事体系、常态化举办赛事活动,持续性吸引游客,以及差异化打造体育赛事也需要思考。

体育项目存在一定的技术门槛,一旦消费者掌握了某项技术就会重复消费。比如,不少滑雪爱好者会购买雪具,背着雪板到处飞。体育旅游的消费黏性很强,对于相关消费品的带动能力也很强。但需要关注的是,我国大部分体育消费人群是非专业人士,需要关注其多元化需求,特别是女性消费者、亲子家庭等消费群体的需求。

山东省烟台市文化和旅游局副局长张博：

这几年,烟台市一直在加大旅游产品优质供给,提升行业发展动力,激发消费潜能,同时积极利用优势资源,深耕蓝海旅游消费。我们在山东省率先出台《关于推进海洋文化旅游产业链的实施意见》,激活海上游、海岸游、海岛游发展新动力,构建海上旅游消费新空间。主要从3个方面发力,一是从政策支撑发力,先后出台7个提振消费发展的政策性文件,出台针对争创省级以上旅游品牌和消费群体的奖励政策。二是从创新场景发力,积极培育三大类特色文旅消费场景,成为全市文旅消费扩容升级的重要载体,其中一个重要方面就是形成了深蓝旅游消费场景。其中从消费场景发力,形成了公共消费与旅游供给“双渠道”的旅游产品服务模式,构建起了旅游消费服务的长效机制。

烟台海岸、休闲海岛、鲜美水产及人文风情是属于烟台的IP,烟台打造城市IP的路径就是“城市即旅游,旅游即城市”。以烟台的旅游数据为

中国报业协会理事长张建星：

## 旅游媒体和旅游产业协同发展是产业发展的需要

党的二十大报告提出,“加强全媒体传播体系建设,塑造主流舆论新格局”,充分体现了以习近平同志为核心的党中央对新闻舆论工作的高度重视和科学部署。加强全媒体传播体系建设,是新时代推进文化自觉、引导力、影响力、公信力。

党的二十大报告明确指出,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”,这为新时代、新征程的文旅融合指明了发展方向,提供了根本遵循。始终将各项工作放到党和国家各项战略的大局中去谋

划、去定位、去推进,与全国报业同行同心同向,全力推动媒体融合向纵深发展,不断扩大主流新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

党的二十大大报告明确提出,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”,这为新时代、新征程的文旅融合指明了发展方向,提供了根本遵循。始终将各项工作放到党和国家各项战略的大局中去谋

划、去定位、去推进,与全国报业同行同心同向,全力推动媒体融合向纵深发展,不断扩大主流新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

江西省文化和旅游厅党组书记、厅长梅亦：

## 共绘江西旅游高质量发展新画卷

江西地处中国东南部,长江中下游南岸,是全国唯一同时毗邻长三角、珠三角、闽东南海西经济区的省份,自古就有“物华天宝、人杰地灵”之美誉。

多年来,得益于文化和旅游部的重视关怀,江西省委、省政府坚定不移推进文化强省、旅游强省战略,江西文旅产业的综合竞争力和影响力逐年提升。2023年,江西文旅市场呈现出高开稳走、强劲复苏的良好发展态势,前三季度全省旅游人次、旅游收入实现“双增长”,全年有望全面超过2019年的水平。主要体现在3个方面:一是文旅项目建设有新成效。连续十年举办全省旅游产业发展大会,成为推动全省文旅产业建设的重要抓手。深入长三角、珠三角开展文旅产业招商,新签约亿元以上文旅项目86个,签约金额超420亿元,全年新竣工文旅项目73个,完成投资额65亿元。二是文旅市场消费有

季、江西旅游消费节等活动,全省组织开展各类文旅消费促进活动3732场,发放消费券等消费补贴3230万余元,带动文旅消费350亿元。三是文旅产品供给有新提升。创新开展“风景独好”旅游名县、名镇村、名景区“三名”系列评选,成为江西全域旅游发展的有力抓手。成功举办头部文旅企业座谈会、全省文旅产业投融资大会和“文旅贷”政银企对接会,助力文旅产业提质升级。

特别令人欣喜的是,今年江西文旅频频“出圈”,“吸粉”无数,“文旅+新场景、新业态、新产品”精彩呈现,涌现出望仙谷、葛仙村、婺女洲等一批优秀景区以及鑫邦、九丰、婺源篁岭等文旅运营企业,为江西文旅产业高质量发展注入了更加强劲的动力。

热忱邀请在座的各位同仁、专家和社会各界朋友多来江西、打卡江西、推介江西、投资江西、创业江西。期待与您携手,共享江西旅游新机遇,共绘江西旅游高质量发展新画卷,风景独好的江西欢迎您!



## “乡村旅游创新发展”交流活动

中国社会科学院旅游研究学数学峰：

中国科学院地理资源与科学研究所研究员刘家明：

乡村旅游发展原因在于农民单纯依靠种地没办法获得很好的生活。在此背景下,他们需要选择一种新法,与现代结合的生活方式,其中发展乡村旅游尤其是乡村民宿,便是一个很好的选择。同时,不少居住在城市的人想去体验乡土生活,这也为乡村旅游发展提供了广阔的市场空间。乡村旅游的发展要与当地生

活方式相结合,例如,新疆将乡村旅游发展与非遗、民族文化、自然美景相结合,让游客在乡村游览的同时了解新疆传统文化。建议有关部门要在土地、资金、融资上给予乡村旅游发展更大的便利。

更好、更高要求,也离不开党媒体的舆论宣传支持。

《中国旅游报》作为文化和旅游部主管的旅游业唯一全国性专业报纸,近年来一直以服务旅游业高质量发展为重点,在坚持立足传媒主业、形成内容优势和传播优势基础上,积极推动融合发展、改革创新。今年,“《中国旅游报》广西集分送政务赠阅模式”获评中国报业发行创新案例,全国文化和旅游新

媒体创新发展大会成功举办,中国旅游产业发展年

会、“美好中国行”媒体采风行、星空旅游大会等大型旅游品牌活动在全国业界形成广泛影响。未来,希望《中国旅游报》继续深入推进全程、全息、全员、全效“四全媒体”建设,更好满足市场需求,更好建设成为整合优化旅游要素的媒介桥梁,在助力旅游产业高质量发展、打造旅游产业全新营销形态上不断展现着自

己的力量。

云开日出,暖意渐浓。2024年是旅游行业全面复苏和高质量发展的关键年,旅游媒体和旅游产业的协同发展是时代进步的体现,也是产业发展的需要。希望业界共同围绕本次年会“促消费 深融合 谋发展”的主题,紧跟市场节奏,深入探讨新媒体语境下旅游产业的创新发展,共促旅游产业高质量发展。

## ——第十届中国旅游产业发展年会嘉宾发言摘编

12月8日,第十届中国旅游产业发展年会在江西省赣州市举行。本届年会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,深入贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述,认真落实《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》《国内旅游提升计划(2023—2025年)》要求,以“促消费,深融合,谋发展”为主题,凝聚发展共识、探索发展路径,焕发行业精神

江西省赣州市委副书记、市长李克坚：

## 加快建设革命老区高质量发展示范区

赣州位于江西南部,俗称赣南,辖18个县(市、区),4个国家级开发区、1个综合保税区,面积3.94万平方公里、人口986万,是江西省面积最大、人口最多的设区市。赣州是红色故都,中华苏维埃共和国在这里奠基,红军二万五千里长征从这里出发,南方三年游击战争在这里浴血坚持。赣州是客家摇篮,客家先民南迁定居的第一站,全市95%以上是客家人。赣州是江南宋城,为宋代36个大城市之一,至今保存着“福寿沟”等众多宋代遗迹,被誉为“宋城博物馆”。赣州是阳明圣地,也是王阳明“立德、立功、立言”的重要实践地,也是其“知行合一”思想的主要形成地。赣州还是国家历史文化名城、全国文明城市、国家卫生城市、中国优秀旅游城市。

近年来,赣州把旅游作为战略性支柱产业来培育,按照“一核三区”全域旅游布局,突出宋城文化旅游核心引领,红色、客家、生态旅游三区联动,着力推进长征国家文化公园赣州段、江南宋城文化旅

游、七鲤古镇等一批重大项目建设,持续提升“吃、住、行、游、购、娱”等要素水平,创新推出初心路、客家情、阳明游等多条精品线路,加快文旅深度融合发展,大力实施“引客入赣”工程,全力打造全国红色旅游一线城市、粤港澳大湾区生态康养旅游后花园、区域性文化旅游中心。今年前三季度,全市接待游客8007万人次,旅游收入773亿元,分别恢复至2019年同期的115%和109%。文旅产业发展工作获国务院督查激励。在旅游业的强力支撑下,赣州经济社会发展成效显著,主要经济指标增幅稳居全省“第一方阵”,经济总量跃居全国百强城市第62位,连续十年获评全省高质量发展考核先进。

赣州将认真吸纳各位嘉宾的真知灼见,学习借鉴先进地区的经验做法,推进旅游产业高质量发展,加快建设革命老区高质量发展示范区。衷心希望各位嘉宾一如既往地关心支持赣州发展,热忱欢迎大家常来赣州旅游观光,赣南人民欢迎您!

## “丰富旅游供给拓展旅游空间”交流活动

世界旅游城市联合会专家委员会副主任、文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员张辉：

## 以投资驱动增加旅游新供给、创造旅游新空间

今年以来,我国旅游市场出现了一些新情况、新现象,比如特种兵式旅游、博物馆热、音乐节等,需要我们深入思考。

旅游投资是推动旅游业持续发展的动力,成功的旅游投资需要把握3个方面,即识别旅游需求、洞察经济社会、掌握投资运营。旅游投资的机会在于挖掘旅游消费潜力,满足旅游业高质量发展要求,旅游成为主体消费,中国旅游供给短板的存

在,都市规划下的投资机会等方面。

未来,旅游投资的方向主要有以下几个方面:一是以健康旅游为主体的旅游空间形态和产品与业态的投资。未来,随着人口老龄化加剧,亚健康人群增多,康养旅游、医养旅游、运动旅游将成为旅游投资的重要方向。

二是以研学旅行为主体的旅游空间形态和产品与业态的投资,包括工业科技研学、自然生态研学、历史文化研学。一方面,研学旅行市场规模快速扩张;另一方面,研学旅行是“旅游是一种生活方式、学习方式、成长方式”的结合点。

三是以城市更新为主体的旅游空间形态和产

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举：

## 文旅元宇宙——人文经济立场的挑战与机遇

消费能力是一种稀缺资源。促消费需要合理配置新的资源,并挖掘这些资源背后没有被充分利用的部分,比如生活中的一些碎片化时间。

文化产业发展为什么要数字化?就是因通过过互联网数字化以及各种各样的终端,可以把碎片化的时间串联起来。

一是要进行数字化科技的人文经济学思辨。文化科技融合非常重要,但是也存在一些问题。比如场景赋予的溢价技术,一些地方应用的技术并不具备真正意义上的科技创新,有的所谓“夜经济”“夜文旅”已经成为一种同质化的光污染;价值方面文化的异化,无论是文化产品还是旅游产品,可以利用元宇宙成为一种同质化的光污染;价值方面文化的异化,无论是文化产品还是旅游产品,可以利用元宇宙成为一种同质化的光污染;价值方面文化的异化,无论是文化产品还是旅游产品,可以利用元宇宙成为一种同质化的光污染。

二是要做好人文经济立场的数据相关工作,积极入数字文化,搭建非遗数字人体系,同时促进数字经济基地建设等。

## 业界对话

陕西华清宮文化旅游有限公司党委副书记、纪委书记、工会主席席睿：

华清宮文旅发展之路就是“坚定文化自信,深挖中华文化,让文化可知可感”。第一,打破传统旅游景区模式。第二,让文化IP不断创新发展。第三,树立华清品牌至关重要。第四,管理输出业务让华清旅游破圈。

《长恨歌》长盛不衰,如何让游客喜欢这台演出?我觉得主要有以下几点:一是常演常新引领旅游演艺高质量发展。在舞剧《长恨歌》发展过程中,我们一直秉持着“常改常新”的理念,每年都会对演出进行更新,保障演出品质。我们还创新性地推出了冬季版冰火《长恨歌》,将西安冬季旅游的季节劣势转化为差异化的体验优势。二是标准化促进旅游演艺融合发展。多年来,华清宫十分重视标准化建设。2016年8月,由华清宫主导编制,以《长恨歌》演出管理为蓝本的《实景演出服务规范》等国家标准正式发布。华清宫经过多年的实践探索,形成以3项国家标准、9项陕西省地方标准、200余项企业标准为骨架的“旅游为魂、文化为魂、标准为魂、专利为盾”的“长恨歌”模式。三是服务保障助推旅游演艺经久不衰。我们可以实现在15分钟内完成两场中3000名观众的退场和3000名观众入场,雨天能在5分钟内完成全场观众入场。这一切都得益于标准化的服务流程。我们建立了一套适合夜间演出需求的《长恨歌》演出管理体系,从演出人员管理到演出现场保障、分工明确,流程清晰。可以说,精益求精、细致入微的管理与服务是《长恨歌》演出的另一个舞台。

浙江省杭州市文化广电新闻出版局文化和旅游局党组书记、局长周国良：

数字文化是近几年杭州旅游发展的重点,我们成立了专门的机构进行旅游信息数据搜集,即杭州市旅游经济实验室。根据数据反馈,除了面向全球游客派送100万份“亚运文旅大礼包”,并送出10万张亚运赛事门票,助推文旅消费扩容。用户在平台上领取“亚运文旅大礼包”后的每一个步骤都会形成数据沉淀,这些数据将成为我们研究用户价值的重要参考。

如何通过科技赋能推动旅游消费扩容?首先,要在场景中找目标。在杭州的停车场里经常会看到这样一个标语——“先离场后付费”,杭州是较早推出这项服务的城市之一,希望通过老百姓来得更多便利。当前,杭州通过大数据等技术,优化城市旅游资源分配,让游客在杭州逗留时间不增加的情况下“多游一小时”,杭州停车场就是其中的应用场景之一,我们希望将时间价值转化为经济价值和社会责任。其次,要在协同中做服务。今年以来,杭州市文化和旅游部门与其他部门不断优化合作机制,协同为游客提供服务,例如“30秒酒店入

住”需要公安部门支持,数字赏花地图需要与气象部门合作。最后,要转变观念,强化服务理念,把游客当作用户。今年,我们将政府数据面向社会公开,上线“杭文化”和旅游数据在线”平台,支持实时文旅数据在线查询、即时下载。我们希望能够为文化和旅游从业者、研究者、公众提供丰富多元的可视化数据,更好地为游客服务。

首悦文化科技创始人CEO、迷音音乐传媒CEO尹龙：

音乐节在今年非常火爆,我认为主要原因有两个方面:一是受疫情影响,积压的需求持续释放,大家对相关活动的渴望更加强烈。今年,大型音乐节在全国已经举办超过300场,再加上一些演唱会等大型活动,总数已经超过了900场。二是各地政府的重视,部分地方政府希望通过音乐明星的吸引力为当地引流,会对音乐节或演唱会给予一定支持。

2024年音乐节和演唱会领域可能的发展趋势主要有3个:品牌跨界,如一些企业通过举办音乐节达到宣传的作用;行业跨界,如将车展和音乐节放在一起举办;常态化运行,把音乐节变成一个常态化表演,如每个周末更换不同的音乐节、举办一些小型音乐节,或在景区引入音乐表演。

我国音乐节大部分依靠政府补贴,收入主要来自门票,而国外很多成功的音乐节大50%的收入来自门票,30%的收入来自赞助商,20%的收入来自衍生品,这就需要专业机构、景区、政府等多方协同,让音乐节的收入变得更加合理。要进行创新,景区可以打造属于自己的产品,投入不需要太大,但要结合当地的音乐、地方戏等特色,做出可以吸引游客的演出内容。

星联CSVA联合创始人蒋晨明：

近几年,星联CSVA一直与中国旅游报社合作,研究和推进中国星空旅游发展,力争做中国星空旅游的启蒙者与推动者。星空为旅游供给提供了

了一个创新方向,如果讲优化,首先应该做的是认知优化。星联CSVA与文旅产业指数实验室联合发布了两份报告,一份是《中国星空旅游报告》,另一份是《中国星空旅游目的地标准研究报告》。这两份报告从概念、评判标准等方面为中国星空旅游发展提供了有益参考。

其实,星空并不等于天文,我们讲的星空旅游涵盖了更多内容,有许多文化内涵值得挖掘,市场空间很大。许多嘉宾提到了研学市场,星空旅游就是一个非常庞大的研学体系,其消费群体不仅包括去天文馆的孩子,还有在都市中生活的成年人。比如,许多年轻人都在都市的生活非常繁忙,特别希望到乡村住一住民宿,看一看星空,体验一下田园场景之一,我们希望将时间价值转化为经济价值和社会责任。其次,要在协同中做服务。今年以来,杭州市文化和旅游部门与其他部门不断优化合作机制,协同为游客提供服务,例如“30秒酒店入

住”需要公安部门支持,数字赏花地图需要与气象部门合作。最后,要转变观念,强化服务理念,把游客当作用户。今年,我们将政府数据面向社会公开,上线“杭文化”和旅游数据在线”平台,支持实时文旅数据在线查询、即时下载。我们希望能够为文化和旅游从业者、研究者、公众提供丰富多元的可视化数据,更好地为游客服务。