

“有一种叫云南的生活”高质量发展之路

游客在迪庆州
何新闻/摄

景迈山 何新闻/摄

全面规划发展蓝图 相关部门协同推动

一直以来，云南省以其独特的地理位置和多元的文化底蕴吸引着国内外游客的目光。为了将这一优势转化为经济发展的新动力，云南省委、省政府决定将促进文化和旅游高质量发展作为全省经济转型升级的关键环节。在此背景下，一系列高位推动和组织领导措施应运而生，为云南文化和旅游注入了新的活力。

为了深入推动文化和旅游的发展，云南省相继召开了全省旅游高质量发展大会及乡村旅游现场推进会。这些会议不仅为全省文化和旅游发展指明了方向，也汇聚了各级领导、专家、学者和行业精英的智慧和力量。云南各级领导和相关部门更加明确了各自的责任和任务，为当地文化和旅游业的快速发展奠定了基础。

为了确保各项工作有序进行，云南省制定并出台了一系列重要的政策举措。其中，《云南文化和旅游强省建设三年行动（2023—2025年）》是一份全面规划未来发展的蓝图，明确了3年里云南省文化和旅游发展的总体目标、重点任务和保障措施。《关于加快推动旅游高质量发展守护好云南旅游金字招牌的意见》强调了提升旅游服务质量、保护旅游资源和维护旅游市场秩序的重要性，旨在守护好云南旅游的金字招牌。

云南省级有关部门出台协同配套系列政策措施，省级财政安排6亿元专项资金支持文化和旅游高质量发展，成效显著。2023年，云南省接待游客10.4亿人次，实现旅游总收入1.4万亿元，同比分别增长23.9%、52.53%，分别恢复至2019年的129.1%、130.6%；游客人均消费达1382元，同比增长23%，是2019年同期水平的101.1%。今年一季度，全省预计接待游客3.0亿人次，实现旅游总收入3917.3亿元，同比分别增长5.3%、16.1%，实现“开门红”“开门好”。

加大创新开拓力度 推动文旅深度融合

云南省文化和旅游系统紧密围绕“高质量发展”这一主题，加大改革创新力度，推动文旅深度融合。聚焦“有一种叫云南的生活”主题，突出共建共享，持续叫响做实，进一步提升云南旅游品牌影响力。一方面，通过深入挖掘云南民族文化、历史古迹等独特资源，打造了一批具有地域特色的文化旅游品牌，吸引了大量游客前来体验；另一方面，积极推动旅游产品和服务的升级换代，提高旅游品质和游客满意度，让游客在云南留下美好的回忆。

加大创新开拓力度，深入推进文旅融合发展，进一步丰富旅游业态。19条线路入选全国乡村旅游精品线路，2个文旅赋能乡村振兴案例入选中共中央办公厅、国务院办公厅2022年度巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接典型案例做法，2个案例入选《2023世界旅游联盟旅游助力乡村振兴案例》。坚持以文塑旅、以旅彰文，以景迈山古茶林文化景观申遗为契机，开发采茶制茶、文化遗产旅游等业态，以普洱市为代表的茶山地区游客接待量增长显著；推出红

色、文博、非遗等主题旅游精品线路99条，云南文化体验游深受游客青睐；《去有风的地方》持续热播，让云南的风景、美食及丰富多彩的非遗代表性项目走入观众视野，持续带动云南旅游，使云南成为度假、婚旅拍摄的热目的地。

培育新产品新业态 让流量变“留量”

大力培育体育、研学等旅游新业态，推出“跟着赛事去旅游”活动，积极承办中国探险旅游发展大会。注重与其他产业的融合发展，通过与文化、体育、农业等产业的深度融合，开发出更加多元化的旅游产品，满足不同游客的需求。例如，结合当地的民族文化，推出民俗表演、手工艺体验等特色农产品展销等活动，让游客在旅游的同时，也能深入了解云南的文化和特色。公布认定半山酒店43家、帐篷酒店和汽车营地139家，推出“艺术家第二居所”32个，度假、康养、旅居业态的基础设施日趋完善。在节假日做好增量，推出惠民措施共七大类171项、149项特色文旅宣传推广活动，组织“云南四季游”、首届“大家系列”文旅活动等特色文旅活动促进消费，以“每周活动、月月有发布、一季一主题、全年不断线”的宣传态势，加大惠民力度和促进新型消费场景消费，促进文旅消费持续增长。“旅游+”“+旅游”新产品新业态新模式让“流量”变“留量”。2023年，在滇过夜游客平均停留时长首次突破3天。

强化文旅品牌宣传 叫响“有一种叫云南的生活”

围绕“有一种叫云南的生活”主题，策划并实施了系列宣传推广活动。活动以多样的形式、丰富的内容全面塑造云南文旅形象，展现云南得天独厚的文旅资源。通过年度的系列宣传推广活动、网络热点传播及新闻发布会的组织召开，塑造了“有一种叫云南的生活”文旅形象，扩大了云南文旅资源的知名度和影响力，为云南文旅产业的持续发展奠定了坚实基础。

探索“云南四季游”主题活动模式，推出“清凉一夏游云南”“金秋时节游云南”“冬日暖暖游云南”“春天之邀游云南”等主题系列宣传推广活动。以“共建共享‘有一种叫云南的生活’”为主题，在央视多个栏目及多个媒体平台持续加大宣传推广力度。今年年初推出“有一种叫云南的生活——‘大家系列’”活动，其中，“云南民歌大家唱”活动已于1月19日开幕，得到线上线下广泛好评，全网关注超15亿人次。

不断深化泛珠三角区域、川滇藏“大香格里拉”及滇沪、滇闽、滇粤港澳、滇川黔桂等多层次区域旅游合作，提升仰光中国文化中心海外中华文化传播力影响力。开展“环游世界使馆开放日”“茶和天下·雅集”等海外推介活动，面向全球190多个国家和地区投放云南文旅数字广告，累计曝光超1.3亿次。“有一种叫云南的生活”全网阅读量超326.8亿次，云南文化旅游的知名度和美誉度不断提升。

积极推广智慧旅游 提升旅游服务品质

在文旅产业的持续发展中，云南省积极推动科技创新，引领行业进步。借助人工智能、大数据、云计算等现代信息技术，云南省不断提升旅游服务的智能化水平，为游客提供更加便捷、个性化的旅游体验。例如，通过开发智能导游系统、推出电子旅游指南等方式，游客可以随时随地获取旅游信息，轻松规划行程。

积极推广智慧旅游，探索“互联网+旅游”的新实践，利用现代科技手段提升旅游管理和服务水平，为游客提供更加个性化的旅游服务。启动“一部手机游云南”建设，在全国率先推出“一机游”模式并打造“一部手机游云南”智慧平台。经过多年的培育建设，“一部手机游云南”游客服务平台（包括手机App和微信小程序）共建立38个应用场景、67个服务功能，可为游客提供旅游咨询、预约预订、导游导览、语音讲解、智能识景、便捷入园、交通出行等一站式服务。

截至2024年3月底，全省共上线发布1200个景区名片，实现全省550个景区和文化场馆在线预约，完成116万个旅行团队和1060万人次自由游客预约入园。提供1.3万个洗手池和2.2万座厕所位置服务，在线开通700余路精品视频“慢直播”。177个景区实现刷脸入园、手绘地图、在线导游、语音讲解、AI智能识景等智慧服务，建成1398座智慧旅游厕所，接入1482个停车场、145个充电站和925个充电桩信息。“游云南”App累计下载量突破4775万次，注册用户889万人，微信小程序用户超过1671万人，累计服务游客超6.01亿人次。

2023年，“游云南人工智能助手”入选文化和旅游部文化和旅游数字化创新示范优秀案例，丽江古城、剑川古城2

个项目入选文化和旅游部、工业和信息化部第一批“5G+智慧旅游”应用试点项目。按照全要素、全流程管理的要求，率先建立了旅游团队信息化管理系统，助力云南省文化和旅游行业管理信息化服务持续提升。

创优提质百日行动 全面提升游客体验

注重提升服务质量和游客体验。通过加强旅游基础设施建设、优化旅游服务流程、提高旅游从业人员素质等举措，不断提升游客满意度和忠诚度。开展创优提质百日行动，旅游服务质量进一步提升。扎实开展旅游服务创优提质和旅游市场秩序整治百日行动，严肃查处和通报曝光“不合理低价游”、强迫购物、合同违法等违法违规行为，推动旅游市场环境持续转变向好。全省受理涉旅投诉、敏感舆情、办理退货环比分别下降37.93%、85.99%、61.25%，3个案例入选全国文化市场综合执法重大案件典型案例。创新开发应用旅游团队信息化管理系统，归集6.5万家文旅经营主体、1.1万名从业人员信用信息，实现对旅游团队全过程动态监管。

自2023年7月29日启动云南省旅游服务创优提质专项行动和旅游市场秩序整治百日行动以来，各地各部门按照云南省委、省政府工作安排，结合实际，扎实推进旅游市场秩序整治工作，取得了阶段性成效。今年3月1日，云南省启动第二个百日行动，纵深推进旅游服务创优和市场秩序整治工作，保障旅游市场秩序整治各项措施落地见成效。



游客在景迈山 何新闻/摄

细化文旅经济指标 促进消费提质升级

今年，云南省委、省政府对旅游经济运行目标任务进行了重大调整，除旅游人次和收入指标外，还分解细化了旅游业建安投资增速、文化艺术业营业收入增速、娱乐业营业收入增速和文化艺术业工资总额增速等4项指标要求。这几项文旅经济指标，更加关注经营主体和经营行为，注重疏通行业的难点堵点，促进全省旅游消费提质升级。旅游经济指标任务的调整是加快全省文旅产业转型升级，把游客流量转化为消费体量、经济增量的重要举措。

在旅游经济指标任务调整下，云南省文旅产业正蓬勃发展。一系列重大文旅项目纷纷落地，为云南文旅产业的转型升级注入了强大动力。这些项目不仅提升了云南的旅游硬件设施水平，还丰富了旅游产品和服务供给，为游客提供了更加优质、多样的旅游体验。

同时，文化艺术业和娱乐业营业收入增速的加快，也反映出云南文旅产业正朝着多元化、融合化方向发展。越来越多的文化艺术活动和娱乐项目被引进，不仅丰富了旅游内容，也提升了旅游的文化内涵和娱乐价值。这些创新举措不仅吸引了更多游客前来云南旅游，也促进了当地文化产业和娱乐业的发展，形成了良性互动。

在加快文旅产业转型升级的过程中，云南省还注重加强区域合作和海外推广。通过深化泛珠三角区域、川滇藏“大香格里拉”以及滇沪、滇闽、滇粤港澳、滇川黔桂等多层次区域旅游合作，云南省不断拓展旅游市场，提升旅游品牌影响力。同时，通过开展各类海外推介活动，云南省积极向全球展示云南文旅的独特魅力和文化特色，吸引更多国际游客前来体验“有一种叫云南的生活”。

媒体矩阵广泛传播 充分展示文旅魅力

在数字化时代，网络新媒体已成为文旅产业发展的重要推手。云南正借助新媒体的力量，将其丰富的文旅资源展现给全世界。云南文化和旅游主管部门精心策划了一系列网络新媒体活动，旨在通过新媒体平台，将云南的美景、美食和文化传播得更远、更广。

今年五一假期，推送“音·为昆明”文旅音乐纪录片，以昆明“特邀吃货影迷点映专场”直播宣传引爆“云南野生菌火锅”美食品牌等；通过微博、小红书、抖音等社交平台，发起“五一云南行，美景随手拍”等话题挑战或互动活动；推出五一文旅活动、五一出游线路等内容，媒体矩阵广泛传播，全网“有一种叫云南的生活”阅读量超326.8亿次，形成强大的网络传播效应。

此外，通过直播宣传的方式，引爆了“云南野生菌火锅”美食品牌。这场“特邀吃货影迷点映专场”直播活动，吸引了大量网友关注和参与。在直播中，主播详细介绍了云南野生菌火锅的独特之处，让人们对此道美食产生了浓厚的兴趣。值得一提的是，“云南邀请全抖音来捡菌子”话题更是成为网络热点话题，阅读量超4.9亿次，各项活动成为圈群热点，引发广泛关注。这个话题以云南丰富的野生菌资源为切入点，充分展示了云南文旅产业的魅力和影响力。

通过媒体矩阵的广泛传播渠道，更多人深入了解了云南丰富的文旅资源和各类活动信息。这一举措不仅显著提升了云南的知名度和美誉度，更为云南的文旅产业带来了更多的发展机遇和合作空间，将云南的文旅资源推向了更广阔的舞台，为云南省文化和旅游注入了新的活力和动力。

云南省文化和旅游行业始终坚持开放、创新、合作的发展理念，以高质量发展为引领，全面推进产业的转型升级和创新发展。展望未来，云南将依托独特的自然风貌、丰富的文化底蕴和卓越的服务品质，积极吸引国内外游客前来探访和体验，让文旅产业成为推动云南经济社会发展的强劲引擎。同时，云南将持续秉持高质量发展理念，推动文化和旅游深度融合，着力打造具有国际影响力的旅游目的地。通过不断创新和升级，云南文旅产业将为广大游客提供更加多元、精彩的旅游体验，为地方经济社会的繁荣发展注入新的动力。

（杨洪文 宋海燕）



昆明市鸟瞰 张俊斌/摄