

华侨城：锚定高质量发展目标 开拓文旅消费蓝海

中秋国庆假期旅游接待人数、营收再创历史新高

2023年中秋国庆假期前夕，国务院办公厅印发了《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》)，旨在引导和推动旅游业高质量发展。政策的出台助推了文旅复苏，为假期文旅市场添了一把火。

作为集全国文化企业30强、中国旅游集团20强称号于一身的华侨城集团有限公司(以下简称“华侨城集团”)，锚定高质量发展首要任务，持续以专业化整合作为提升

核心竞争力的关键抓手，紧跟旅游消费新趋势，开拓文旅消费市场蓝海，持续推进文旅融合，取得累累硕果。

双节假期，华侨城旗下文旅板块各企业共接待游客673万人次，按可比口径较2022年、2019年分别增长51%和26%。2023年上半年，华侨城累计接待游客7200万人次，同比增长93%，恢复至2019年同期的148%。



产品焕新·专业化引领“旅游+”加持

每逢周末和假日，走进华侨城旗下文旅项目，总是能够看到游人如织的景象，到处涌动着市场活力。十一假期，在深圳欢乐谷全新主题区“迷你世界·冒险山”，造型多样的建筑、缤纷多彩的装饰吸引众多游客打卡拍照，科技感十足的沉浸式主题游乐设备给游客带来了多样化体验。

“迷你世界·冒险山”由创办25周年的深圳欢乐谷主题乐园联手新兴沙盒创意拼图“迷你世界”品牌打造。这是欢乐谷品牌首次试水“旅游+游戏”模式的创新实践，是国内主题公园与游戏IP共建线下实景乐园的创新案例。该项目生动展示了“旅游+”作为华侨城主题乐园和景区高质量发展培育新增长极的生机与活力。

今年以来，围绕旅游产业发展，华侨城集团提出向市图强，着力构建“两核三维多点”旅游业务新发展格局。这一新格局，以主题公园、自然人文景区作为“两核”，成为旅游业务发展的战略重点和引领力量；将旅游科技、商旅酒店、旅行服务作为“三维”，支撑旅游业务发展；通过打造一批标杆项目，形成全国“多点”布局，为华侨城旅游业务提供增长引擎。

在旅游板块新格局之下，华侨城集团开始了旅游业务的专业化整合，华侨城旗下20余家主题公园开始有

序归集至欢乐谷集团，统筹搭建运营、研发、采购、营销、数字化等管理平台。而华侨城旅游发展集团(以下简称“旅发集团”)则承担了自然人文景区和旅行服务“一核一维”的新发展重任。

华侨城集团相关负责人表示，此举将推动技术、人才等要素充分共享，提高业务运营效率，全面提升华侨城主题公园业务全链条专业化能力，进而助力旅游业务做强做优做大。

通过专业整合，欢乐谷集团全面增强体系化运营能力和产品创新能力，推动旗下武汉欢乐谷极速世界主题区、深圳欢乐谷迷你世界·冒险山等一批新项目加速落地。“我们不断推出新的主题、新的游乐设施和活动，以满足游客多层次多样化的体验需求。”深圳欢乐谷副总经理傅海介绍。中秋国庆黄金周，欢乐谷集团旗下主题乐园通过国色生欢、欢乐中国、街头酷玩、大国科技、缤纷演艺等主题节庆策划，营收再创新高，全面超越2019年同期水平。

在国家高端智库CDI研究员宋丁看来，华侨城集团通过专业化整合，以及欢乐谷集团、旅发集团等子公司实现细分领域的垂直管理，进一步下放权责，让子公司在应对市场竞争时更加灵活高效，真正推动了企业“向市而生”。

文旅融合·提升文化体验 丰富旅游内涵

《若干措施》提出，加大优质旅游产品和服务供给，推进文化和旅游深度融合。深耕文旅产业38年，华侨城始终坚持融合发展，以文塑旅、以旅彰文，创新推动资源融合利用、多元化建设融合载体，打造独具魅力的文旅体验。

华侨城文化业务覆盖演艺、场馆综合体运营、艺术教育、公益活动等多个领域。针对文化业务，华侨城集团提出“成为综合实力和品牌影响力行业领先的中国文化产业运营者”的愿景目标，积极探索“1231”新发展思路。

其中，第一个“1”指将“华侨城文化”打造为一流的文化品牌，“2”指实现经济效益和社会效益“双效”统一，“3”指重点做好文化演艺、场馆综合体运营、艺术教育3项细分业务。第二个“1”指支持公益文化发展。

“以文塑旅”，用文化丰富旅游产品，提升旅游体验，增强旅游获得感，是华侨城旗下主题乐园景区的主要特色。十一假期，深圳甘坑古镇举办“甘坑秋日游园会”国乐演奏、国风汉舞演艺、秋日汉风市集等一系列活动，刮起了国风热潮。假期接待游客数量超32万人次，同比增长76%。

古镇内的二十四史书院用文化赋能夜生活，将国风活动的重点内容呈现时间锁定在傍晚时段。蛙鸣四起、灯火夜市、宋宴雅集、繁华至极，吸引夜场入园人流近1.28万人次，夜间门票占总门票收入的67%。

中国首座文化主题公园深圳锦绣中华·中国民俗文化村推出民族

杂技节，高空杂技秀《大飞轮》等特技表演让游客连连称赞，《大漠传奇》《东方霓裳》等经典演艺每天加演，场场爆满。“这个假期过得很有意思，在锦绣中华感受到了中华优秀传统文化的魅力，老人和孩子都看得很过瘾。”来自四川攀枝花的游客何赛说。

“以旅彰文”，华侨城通过和旅游市场相结合，提升文化活动的市场参与性，解决文化建设“有人来”的问题。十一假期，华侨城旗下多座文化场馆好戏连台，文化演出叫好又叫座。

深圳光明文化艺术中心举办“2023·深圳国际水墨双年展”，借由数字影像技术，让观众们在百余件书画作品笔墨之间，感受时代的人文、气质、内涵。在深圳滨海艺术中心，超级飞侠亲子剧《乐迪的秘密任务》、弗拉门戈舞蹈剧目《卡门》等吸引大量观众，假期接待观众量同比增长7倍。

华侨城集团依托内涵多元的文化资源和业态丰富的旅游资源，创作了一系列思想精深、艺术精湛、制作精良的精品力作。十一假期，华侨城旗下大型演艺剧目《梦幻腾冲》、大型杂技舞台剧《聂耳》、大型实景表演《地道战》等一系列红色文艺作品，受到众多家庭游客的喜爱。

“古道马帮、碧血千秋等篇章很热血，寓教于乐，让孩子接受了一场鲜活的爱国主义教育。”十一假期，来自上海的游客刘浩带着家人在云南观看了《梦幻腾冲》。据了解，该剧观众量同比增长276%。

业态创新·拓宽消费场景 寻求多元商机

近年来，为了满足消费需求的多样性，以高质量供给创造有效需求，华侨城集团打造了深圳欢乐海岸、顺德欢乐海岸Plus、深圳欢乐港湾等文旅融合项目，串联起多元场景，以一站式服务延伸消费链条，有效提升游客体验。这与《若干措施》提出的“激发旅游消费需求，改善旅游消费环境，有序发展夜间经济”等措施不谋而合。

在深圳欢乐海岸，华侨城敏锐捕捉夜间消费需求，利用项目临海、亲水的公共空间优势，将烟花、水秀、餐饮、集市等多种元素有机融合，打造了近62万平方米的夜间休闲场景，使其成为深圳夜市“顶流”。

“深圳欢乐海岸夜间到访客流占比超60%，每晚8点后仍会迎来大量客流。”华侨城商管公司副总经理边界介绍。中秋国庆假期，欢乐海岸打造海边主题夜市After Sunset开醮岛，创新城市沉浸式场景体验与夜间消费主场，并通过摩登生活节等一系列活动，吸引客流超50万人次。

中秋国庆假期，在深圳宝安区欢乐港湾，众多咖啡爱好者奔着首届深圳宝安咖啡节而来；不少情侣登上“湾区之

光”摩天轮轿厢，在百米高空俯瞰城市；东岸、西岸商业街区的各大零售肆肆，前来消费的顾客络绎不绝。热闹的人流量还带动了深圳前海华侨城JW万豪酒店的人住率，假期订房量同比增长5成。

国家级夜间文化和旅游消费集聚区广东顺德华侨城欢乐海岸PLUS在“双节”期间，推出了“一出好戏·2023戏剧嘉年华”活动，为广大市民、游客呈现100余场精彩演艺，让游客过足戏“瘾”，接待游客量超80万人次。

在宋丁看来，旅游消费正从景点观光向休闲度假、深度体验转变，更加注重精神文化享受。华侨城不断推进文旅深度融合，创新消费场景，培育新业态和消费模式，与时俱进创新产品供给，充分释放文旅消费活力。

把握高质量发展这个核心命题，华侨城正在不断形成牵引文旅消费的新动力。华侨城集团的文旅业务将聚焦专业化发展，把握行业转型发展机遇，充分挖掘地域文化特色，加快研发适应市场需求的创新消费场景，不断丰富文旅产品供给，更好满足人民群众对美好生活的需要。



四川射洪：诗酒之乡入列“名县” 文旅经济振翅欲飞

近日，在2023四川省文化和旅游发展大会上，四川省遂宁市射洪市获得授牌，正式跻身“天府旅游名县”之列。

一时间，射洪市这座向来以工业闻名的城市，引起了广大旅游爱好者及文化和旅游界的广泛关注。射洪有哪些独具特色的文化和旅游资源？射洪旅游业发展取得了怎样的成果？未来又将如何让旅游业成为当地经济社会高质量发展的新的增长点呢？让我们走进这个地处成渝地区双城经济圈北弧中心的“诗酒之乡”，探寻问题的答案。

资源禀赋得天独厚

说起射洪，大部分人或许比较陌生；但若是提起唐代大诗人陈子昂，川酒“六朵金花”之一的沱牌舍得，可谓家喻户晓。随着近年来锂电产业的蓬勃发展，射洪也成为全国乃至全球新能源行业瞩目的焦点。

射洪是工业强市。2022年，射洪的锂电产业产值已达320亿元，预计今年

将达到600亿元，并有望在2025年扩展到千亿规模；以舍得酒业、正大食品为龙头的食品饮料产业，预计今年的产值将达到220亿元，到2025年增长至500亿元。以强大的工业经济为基础，射洪连续两年入围全国县域经济百强县。

同时，射洪还是一座历史悠久、人文荟萃、生态优良、资源丰富、乡美民富的文旅大市。

射洪西魏置县，至今已有1500多年的历史，素有“子昂故里”“诗酒之乡”“涪江明珠”的美誉。这里生态优美，森林覆盖率达36%，空气质量优良天数率达94.8%；这里交通便利，通达重庆和成都均只需90分钟车程；这里人文荟萃，陈子昂“前不见古人，后不见来者。念天地之悠悠，独怆然而涕下”的千古名句传颂古今；这里风景优美，太湖、螺湖、金湖、柳湖四大湖泊与侏罗纪景区、螺湖半岛、花果山、龙凤峡星罗棋布；这里民俗文化灿烂，“乡村旅游文化惠民系列活动”“遂宁陈子昂国际诗歌周”

“端午龙舟赛”“舍得老酒节”等旅游节会品牌独具特色。

截至目前，射洪已创成国家4A级旅游景区3个、国家3A级旅游景区4个、省级工业旅游示范基地1个，省级及以上研学旅行基地5个。2023年，射洪入围全国县域旅游综合实力百强县。

融合发展成效凸显

如何让厚重的历史底蕴和良好的生态资源为经济社会发展服务？经过深思熟虑，射洪市把“旅游+”融合发展作为重要抓手，不断创新推出旅游新产品、新线路，正让“文旅资源大市”朝着“文旅经济强市”大步迈进。

以创建“天府旅游名县”和省级全域旅游示范区为契机，射洪市实现了“单一景观点设计建设”向“全域吸引物规划开发”的思维转变，把文化传习、工业创新、乡村振兴、城镇更新深度融入旅游业的发展进程之中，形成了“南酒北诗”“多元共融”的旅游大格局。

“千山景色此间有，万古书台别地无。”以陈子昂笔下的金华山为核心，子昂故里文化旅游区已创成国家4A级旅游景区、省级研学实践基地，成为文旅融合典型案例。凭借着国家级非物质文化遗产代表性项目——沱牌曲酒传统酿造技艺、中国食品文化遗产——泰安作坊，跻身国家4A级旅游景区之列的沱牌舍得文化旅游区已是全国知名酿酒工业生态园，成为四川省工旅融合的典范。龙凤峡沉寂1亿5000万年的恐龙化石和硅化木，一经出土就吸引了世界眼球，在这里建成的侏罗纪国家地质公园已创建成为国家4A级旅游景区、全国科普教育基地、港澳青少年内地游学基地。

围绕三大核心景区，射洪市全面推动建设两江画廊、3536三线城等重点文旅项目，旅游集散服务中心、旅游风景廊道、休闲绿道、旅游厕所、标识标牌等配套设施也得到全面提升；同时，投资5.6亿元建设的11个精品村落、28个特

色产业园区也为乡村旅游的长足发展奠定了坚实基础。

在射洪，“要素齐备，配套周全”的旅游大环境已经逐渐形成，“近者悦，远者来”的美好愿景也正加速成为现实。

凝心聚力再创佳绩

近几年，射洪已完成投资亿元以上重点文旅项目超10个，培育出规模以上文旅企业54家，这无疑是射洪旅游业高质量发展的有力证明。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。在射洪市委、市政府看来，“天府旅游名县”的创成只是阶段性成果。下一步，射洪还要按照四川省委“做实、叫响、擦亮‘天府旅游名县’金字招牌”的要求，坚定不移把发展文化和旅游作为现代服务业提质增效的“一号工程”，使其成为全市经济社会高质量发展新的增长点，也为四川建设文化强省旅游强省贡献射洪力量。

未来，射洪将把“山水有风韵，诗酒

有哲理”的文化符号深度融入城市建设肌理，打造世界级酒文化IP、创作陈子昂形象城市主题雕塑、开发以酒为核心的文创产品，让“酒礼文化”源自射洪成为共识；大力发展以沱牌舍得、锂电产业为载体的工业旅游，加快建设千亿食品产业园，推出“品川酒智慧之旅”“观锂电创新之速”等精品线路，打造世界级工业旅游目的地；以创建国家乡村振兴示范县为抓手，串联百里农环线大地产业景观，打造涪江流域文化带、梓江沿线乡村旅游带，全面整合沿江的山、水、镇、村资源，塑造江岸全景休闲旅游空间；依托“子昂、诗酒、孝德、科普科考”四大文化元素，开发国学寻踪、生态酿酒、史前探秘、自然奇遇等研学线路，打造“子昂邀你·游读射洪”研学品牌……

“诗里酒里，射洪等你。”这座有山有水、有诗有酒、有滋有味、有情有义的城市或许还藏着更多惊喜等你来发现。

邂逅小圩 乐享泗阳

泗阳县，位于江苏省北部，自古钟灵毓秀、人文兴盛，有5000多年文明史和2000多年建县史，古称桃源。省级乡村旅游重点村泗阳县城厢街道小圩社区是桃源故城所在地。古时的小圩，伫立在万里黄河、千里运河的南岸，依水而建，拒水筑圩；今日的小圩，振兴于产城融合、文旅融合的发展，缘水而兴，引水入街。泗阳文化源远流长，小圩老街魅力绽放。

水韵新歌，复兴文脉。历史是文化的载体，文化是历史的血脉。小圩老街是桃源故城东门大街的延伸，东西一街，南北七巷，“街坊式”的居住特征，“鱼骨状”的街巷格局，小商店、小作坊沿街林立。桃渡临波、水岸花汀等城水相依的水脉新景，点缀出水岸桥头的人居印象。骡马古街、相文公园等古今交融

的文脉旧地，勾勒出街头巷尾的文化印记。激活消费，乐活民生。小圩文旅市场的发展，一头连着“诗和远方”，一头连着消费、就业和民生。王恒林古法酱园、李前国根雕工作室、蒋玉芳海芳照相馆等一系列乡愁元素在时空中交错。周边陆续兴起的水上戏台、野营基地、围炉煮茶等户外项目和特色民宿，让小圩成为许多城乡居民观光旅游、休闲养生和安放乡愁的首选。

文旅繁华竞绽放，且以诗意共远方。走进小圩，一半人间烟火，一半诗情画意。乡村和旅游共建共美，经济与生态效益相辅相成。魅力小圩，在乡村旅游火起来的同时，助力乡村振兴。

(泗阳县文化广电和旅游局)

欢迎订阅全国百强报刊 中国旅游报

《中国旅游报》创刊于1979年，是文化和旅游部主管的旅游行业唯一全国性专业媒体，全国“百强报刊”。中国旅游报社已建成“报网端微号”融媒体矩阵。

服务业界 赋能发展

欢迎订阅《中国旅游报》
每周一到周五出刊 邮发代号：1-40
2024年全年订阅价：360元/份



发行热线：010-85168061/8059