

来义乌，一起拥抱更多可能

义乌首个文旅IP“义乌好好逛”发布

9月20日晚，“义乌好好逛”IP发布会在浙江义乌植物园举办，首次发布了义乌文旅形象标识和IP角色形象。

发布会上首次推出的文旅IP品牌包含宣传推广语、形象标识(Logo)和IP角色形象。“义乌好好逛”IP以简洁的“双脚”符号，以“逛”字为起点，以无限符号“∞”为灵感，象征义乌持续行走、不断探索的城市精神。Logo选用橙色为主色调，延展出IP形象“小义”义乌使者，热忱欢迎全球客商、游客都来义乌好好逛一逛。



在义乌看见世界，世界在义乌看见中国。“义乌好好逛”，既是对“购物+美食”义乌文旅金名片的全新阐释，也是义乌向四方游客寄出的一份邀请函。来义乌好好逛一逛，在“逛购”“逛吃”“逛游”的丰富体验中，你会发现一个不一样的义乌，切身感受义乌的无限包容、无限可能、无限创新。

今年五一假期，义乌火出圈，跻身全国县域旅游十大热门城市。“进货式”旅游、万国美食等热点话题，让越来越多的人感受到“义乌，有生意，更有生活”。

义乌国际商贸城是全国首个以购物旅游为主题的4A级景区，“小商品的海洋”汇聚于此；义乌是网友心中的“万国美食之都”，不出国门，

尽情品尝世界美食；义乌机场、高铁、客运全面覆盖；义乌拥有鸡鸣阁、双林寺、佛堂古镇等人文底蕴深厚的历史景区，也有义乌天地、悦桂坊、南山里、金融商务区等现代商业街区，酒店服务能力位居全省各县(市、区)前列。

发布会上还推出了“1+5”“购物+美食”街区：国际商贸城(玩具、厂家直销特色街、旅游中心、进口商品城)、宾王合集、义乌天地、悦桂坊、南山里、金融商务区，接下来将通过“义乌好好逛”IP进景区、进酒店、进场馆、进街区，让人们在全域“好好逛”氛围中畅玩、畅游、畅行，沉浸式品尝万国美食，感受商贸名城魅力。

9月20日至22日，妙趣义乌文旅集在义乌植物园火热进行，叫上你的逛街搭子，一起逛市集、淘周边、品咖啡、享音乐。主题市集设有IP互动打卡点、“义乌好好逛”IP手作体验区、梦幻音乐会、“咖啡+美食”专享区，为大家提供一个富有义乌特色的购物体验。

10月1日起，“义乌好好逛”系列活动将精彩上演，同步启动丝路

文化节、NPC巡演、“购物+美食”打卡、发放创意大礼包等活动，重点打造“万国美食+异国风情”特色街区线路，为旅游注入文化IP，期待大家的参与和关注。

“围绕‘购物+美食’，我们将整体性、系统性推进文旅品牌建设，充分发挥IP引领、活动聚势、场景再造、宣推合力、保障支撑的叠加效应。”义乌市文化和广电旅游体育局相关负责人介绍，突出线上线下联动，打造消费新场景，突出文商旅联动，释放“大消费”活力，营造全城参与、全媒宣传、全民盛会的氛围。将“义乌好好逛”系列IP、活动、场景等培育打造为新品牌、新模式、新产品、新地标的“竞技场”“试验田”，加快形成具有义乌辨识度的旅游新模式，变文旅“流量”为城市“留量”。



贵州西江千户苗寨：文化赋能 铺就少数民族村寨振兴路

西江千户苗寨，位于贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县，是一个拥有1468户、6000余人的苗族聚居村落。自2008年以来，西江苗寨依托丰富的民族文化，在雷山县委、县政府的领导下，以文化赋能，促进价值再生，秉持全民保护、全民参与、全民共享的村落发展理念，以市场为路，走出了一条文化兴则村寨兴的发展道路，通过实践得出了广为人知的“西江模式”。

曾经的“富饶”和“贫困”

旅游开发前，西江一直处在“文化的富饶”和“经济的贫困”的境地。文化的“富饶”并没能成为地方发展的资本，而“贫困”则表现为生产生活和心态上的多种多样。

吃饭靠种田。2008年以前，西江发展靠农业，村民以水稻种植为生，靠着每人不到一亩田，一年辛辛苦作，只能勉强吃饱饭。

养猪为过年。过去，西江各家各户普遍喂养猪和牛。就养殖目的来说，养牛来犁田，养猪为过年，以解决耕种的繁重和改善伙食。

绣花为穿衣。西江素有“绣花村”的美誉，但过去，哪怕绣娘挑花刺绣再好，也只是为了给女儿们做衣服，没有生出更多别的价值。

挣钱靠打工。“没钱花”是西江村民普遍面临的问题。20世纪90年代后，西江90%以上的青壮年都外出打工，挣钱贴补家用。

文化当自娱。“吃新”“苗年”“鼓藏节”是西江的三大节日。过去，这些节日被雪藏在大山深处，主要是村民自娱自乐，缺乏与外界的交流共享。

心态不自信。长久以来，西江山高水陡，经济发展滞后，在与外界的交流中，当谈到本寨本土文化，村民并没有文化上的自豪感。

文化兴旅产业旺

2008年，贵州省第三届旅游产业发展大会在西江举办，西江旅游公司围绕文化价值生成的“价值共识、价值保全、价值再生、价值联动”，用“精当识别、科学配置、有机更新、系统升级”的文化创新转化办法，变文化资源为发展资本，从此“绿水青山”变“金山银山”，文化底蕴变金碗银碗。

目前，西江每户家庭的旅游收益主要来自“奖励性收益(门票收入的18%)”“就业性收益”“经营性收益”“资产性收益”等4个方面。

多年以来，随着家庭收入逐年提高，西江村民通过改建、新建吊脚楼的方式，住宿条件得到极大改善，家里都有了冰箱、洗衣机、数字电视，原来农耕时代的一日两餐、粗茶淡饭的日常生活，变成了丰盛的一日三餐。许多未曾走出大山的村民，现在坐高铁乘飞机到全国各地旅游，有的还办了护照，走出国门饱览世界风景。

自己富不算富，大家富才叫富。10多年来，文化旅游的辐射带动了西江周边附近20多个村寨的发展，提升了就业率，大部分村民直接或间接受益。

文化塑形村寨美

2008年以前，西江人多地少，由于崇尚人与自然和谐共生，村寨生态大体青山绿水，但因生产生活需要，村寨旱厕遍地，污水横流。白天走在街巷，晴天一身灰，雨天一身泥；夜

间行于村寨，伸手一片黑，只有出门靠月亮，走路靠电筒，整个村寨基础设施十分缺乏。

2008年以来，西江各主体充分继承尊重自然、顺应自然、爱护自然的生态智慧，守好保寨林，敬畏老古树，弘扬农耕文化，重视山水林田树，善用苗族古歌古谚、村规榔约，开展生态教育与保护；用蝴蝶、牛角、银饰、铜鼓、芦笙等苗族文化元素对游方街、古街、广场等进行铺设、点缀、装饰，使苗寨在保持原有风貌、自然之美的基础上，不断增添新的美丽。

为打造高品质的美丽乡村，提升村寨的颜值和看点，雷山县委、县政府不断对苗寨进行提升改造，通过万家灯火工程、园区绿化、“厕所革命”、拓展发展空间等办法举措，基本实现了村寨夜景亮化、村寨环境绿色化、生活污水处理化、传统旱厕冲水化和公共文化场所扩大化，使得村寨更加宜居宜游宜业。

2008年以来，因为旅游利益的出现，各种社会痛点难点增多，西江生活性纠纷、生产性纠纷、经营性纠

纷、旅游性纠纷不断。为此在社会治理中，西江治理主体积极挖掘传统文化，不断从中汲取村寨治理的民间智慧。

“寨老制”是苗族传统社会的管理制度，旅游开发后，村民将其再造为“老年协会”，并与行政执法主体一道，共同参与旅游秩序的维护、建筑风貌的管理；“议榔”原是苗族传统的议事制度，旅游开发后，由理老、族老、寨老等人共同参与的西江“议榔调解”应运而生，每年有效调解村民纠纷几十起。

村寨防火是村寨治理中最重要的部分，除了建设消防设施设备，组建消防队伍，西江村民将“四个一百二”村规民约、“扫寨习俗”“鸣锣喊寨”等传统习俗融入现代消防的“预防、控制、处罚”等环节中，最大限度地确保寨子的防火安全。

民间治理智慧的充分运用，大大地促进德治法治自治的融合。多年来，整个西江苗寨社会运行平稳，各主体结成了休戚与共的共同体，整个苗寨总体呈现村民乐居、经营者乐业和旅游者乐游的局面。

2024江苏·兴化品蟹赏菊旅游季推介活动在上海举办

袅袅秋风起，蟹肥菊黄时。江苏兴化千垛菊花热烈盛放，兴化大闸蟹也将“登陆”食客的餐桌。为全面提升兴化品蟹赏菊旅游季文旅产品的知名度与美誉度，推动兴化与上海文旅行业的交流与合作，9月13日，2024江苏·兴化品蟹赏菊旅游季推介活动在上海举办。

水乡四季花海盛 打造农文旅融合兴化样板

活动中，兴化市委常委、副市长张岳军致辞。他从秋天的千垛花海、兴化的“十足好蟹”，以及2024江苏·兴化品蟹赏菊旅游季系列活动三方面推介兴化，热忱邀约四海宾朋、八方贵客前来观光考察、投资兴业，一同邂逅兴化千垛的金秋盛景，共赴蟹肥菊黄的秋实之约。华东师范大学教授、休闲与旅游研究中心主任楼嘉军作《四季兴化，心花怒放》主旨演讲。

兴化地处江苏省中部，里下河地区腹部，是中国县域经济百强市、国家级生态示范区。近年来，兴化依托原真天然的生态条件、富有特色的旅游资源、厚重深远的人文底蕴，大力发展文旅产业，入选首批江苏省级全域旅游示范区、首批江苏省文化和旅游产业融合发展示范区、江苏省历史文化名城。

水润兴化秋正浓 解锁品蟹赏菊新玩法

活动现场，知名旅游达人“羊荨呀”带来兴化秋季品蟹赏菊旅游产品推介。登高赏五彩斑斓的千垛菊海、下湖捉“横行霸道”的兴化大闸蟹……她以年轻化视角分享了自己的打卡体验，并为与会嘉宾解锁自驾兴化新攻略。

兴化大闸蟹肉质玉白爽嫩，蟹黄饱满醇厚，是星级大厨们眼中的好风味。现场，兴化市餐饮协会副秘

书长刘毅、高级烹饪师张华在台上搭起灶台，以兴化大闸蟹为原材料分别展示了蟹黄包、蟹豆腐羹的制作。两位大厨一边烹制一边介绍。很快，用料扎实、鲜香扑鼻的蟹制美食新鲜出炉，让来宾既饱眼福也饱口福。

千垛之城，悠悠水韵，承载了薪火相传的水乡文化。《有一种幸福叫品蟹》、国家级非遗代表性项目《茅山号子》、江苏省级非遗代表性项目《板桥道情》等节目接续上演，呈现热情澎湃的水乡风情，生动描绘新时代鱼米之乡新图景。舞台之外，千垛农夫市集热闹“开张”，一系列兴化“千垛百味”名特优农产品展陈，更有“蟹肥菊黄”主题墙吸引来宾拍照打卡。现场还邀请了中国书法家协会会员赵志阳带来“书蟹”表演。

为进一步增强兴化秋季旅游市场活力，积极响应上海市民旅游消费需求，兴化市整合资源推出秋季

旅游政策。兴化市文化旅游发展有限公司与上海昀博旅游发展有限公司等6家重点旅行社举办“兴化—上海组团社”游客团队合作签约仪式。

专家论道汇良策 献计文旅产业高质量发展

9月13日上午，2024兴化市文旅产业高质量发展座谈会同步在上海举办。来自北京、浙江、上海、江苏等地的知名文旅企业负责人、文旅行业专家、学者，以及兴化市各部门各乡镇代表、涉旅企业负责人等齐聚一堂，共商兴化文旅产业发展良策。

座谈会上，兴化方面深入推介兴化市农文旅融合发展、李中水上森林建设提升、民宿产业发展、沙沟古镇发展情况，参会嘉宾围绕创新文旅业态、拓宽渠道推广、提升服务质量、促进旅游消费等方面进行交流发言，提供了多元实质性意见建议，共同推动兴化文旅产业高质量发展。

2024广西智慧文旅行业交流活动举办

9月20日，2024广西智慧文旅行业交流活动在广西壮族自治区南宁市举办。来自全国知名文旅企业、科技企业负责人，文旅行业专家、学者，以及媒体代表围绕“科技引流文旅新境”主题展开深入交流，共话数字技术赋能文旅产业高质量发展新篇章，以科技创新助推广西建设文化旅游强区和世界级旅游目的地。

广西旅游发展集团在文旅产业数字化转型过程中，以科技创新为翼，推动文旅产业向数字化、智能化方向迈进，建设运营了“一键游广西”平台，打造“一云一池三平台”，深化“文旅+元宇宙”，打造崇左花山、贺州紫云洞等多个元宇宙示范项目。广西旅集团致力于将广西旅发科技股份有限公司建设成为适宜文化旅游创新发展的科技服务平台，以及助力行业发展的智慧旅游解决方案供应商。

活动现场体验区设置了“智慧文旅”“智慧农业”“智慧康养”“元境空间博物馆”四大板块，集中展示了广西旅发科技股份有限公司数字化技术新成果、数字化实践新案例。

在智慧文旅板块，游客可以通过手机，实现“游前、游中、游后”全程覆盖，而景区企业则通过大数据精准分析用户画像，提升旅游服务质量和游客体验，实现精准营销。在智慧农业展区，打造“一平台三中心”，以数字底座驱动农业升级。在智慧康养展区，通过一块数据屏就能实现城市社区数字化转型，提升城市居民生活幸福指数。在“元境空间博物馆”展区，戴上VR眼镜，观众就能穿越到桂林赏漓江风光，与“骆越人”一起绘制花山岩画，搭乘星际电梯漫步月球，沉浸式的科技体验进一步丰富了文旅消费新场景。