

# 文化产业信息动态

第 8 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 4 月 28 日

---

## 目 录

- 1、应对“不确定性”，文旅企业在行动推动文化和旅游高质量发展
- 2、发现市场新需求 国内游探索新空间
- 3、“+文化空间”打开文旅消费新可能

## 应对“不确定性”，文旅企业在行动

来源：中国文化报 2022年4月18日 集体采写

随着新冠肺炎疫情在局部地区的反复，2022年国内文旅行业挑战依然艰巨。为全力缓解当下疫情对文旅行业的冲击，从中央到地方通过出台相关纾困政策，用真金白银和真招实招助力文旅服务业“回春”。文旅企业从业者在积极用好用足纾困政策的同时，也在想方设法采取多种方式恢复生产、转型自救，并取得积极成效。

### 积极申请纾困扶持政策，缓解经营压力

2月18日，国家发展和改革委员会、文化和旅游部等14个部门联合印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》（简称《若干政策》），为推动《若干政策》在地方贯彻落实，有效应对疫情的不良影响，各地政府结合当地文旅行业具体情况相应推出纾困政策细则。众多文旅企业根据有关文件精神，积极申请纾困扶持政策，缓解经营压力。

自疫情发生以来，云南旅游行业受损严重，致力于以文旅振兴乡村的大理千宿文化旅游发展有限公司的业务也受到很大影响。“自疫情发生以来，云南省大理白族自治州各级文旅部门高度重视，聚焦公司发展难点，落实帮扶措施，指导企业申请纾困补助等。”大理千宿文化旅游发展有限公司总经理陈代章表示，公司在税务部门指导下，申请了留抵退税款4万余元，今年还会享受“六税两费”减免政策，大

大降低了企业经营成本，缓解了企业经营压力。“虽然疫情给云南文旅行业带来了很大挑战，但是政府对我们企业的纾困帮扶力度越来越大，各项政策落实后，大大提振了我们的信心。”陈代章说。

创立于2012年的灌木文化，致力于开发与传统文化、艺术相融合的文创产品。疫情让公司的业务量、业务范围发生了巨大的改变。灌木文化CEO黎贯宇关注到《若干政策》中的服务业普惠性纾困扶持措施，公司在申请疫情地区房租补贴后，先后又申请了服务业增值税加计抵减以及阶段性降低失业保险、工伤保险费率政策。“虽然较疫情发生之前，公司业务量还未完全恢复，但这些费用的减免及时帮助我们解决了资金周转问题，让新项目得以顺利推进。”黎贯宇说。

近日，湖南省长沙市出台政策，延长旅游服务质量保证金暂退期限至2023年3月31日，对符合条件的旅行社暂退比例提高到了100%。目前湖南省和长沙市正积极调研筹备实施保险代替保证金制度。4月14日，长沙全域调整为低风险地区，长沙的旅游从业者对长沙成功“摘星”和即将迎来的复工而欣喜。湖南华天国际旅行社是湖南省内资质较完备、业务板块较齐全的旅行社企业之一，该公司总经理刘生波告诉记者：“再度获退的这笔保证金额刚好可以用于我们恢复开展业务，弥补一季度停工停产的损失。”刘生波说，保险代替保证金制度可以为旅行社企业释放一笔中长期资金，减轻企业的资金压力。

**结合自身实际和市场变化，调整业务方向**

尽管疫情在局部地区散发让整个文旅行业面对很大的不确定性，但更多企业认为，企业创新发展仍有很大机会。

贵州魔法棒文旅产业开发有限公司副总经理卢钰炫深刻感受到，疫情期间不能“等、靠、要”，还需要积极创新转型。为此，公司先后推出“山里的四季”“淘黔礼”线上平台，精选贵州大山好物，结合时令季节，发挥旅游渠道优势，促进农旅融合、助力乡村振兴。目前公司开发的“四季礼品卡”取得了很好的市场成绩。为适应疫情下的市场需求，公司打造新玩法、推出微旅行。面对客群年轻化趋势，结合沉浸式体验，推出“魔客”品牌，打造新的旅行生活方式，项目一经推出就受到年轻人的追捧。作为贵州本土旅游的创新服务平台，公司在疫情影响下，聚焦旅游商品和人才培养、业态创新，加大对导游人员的培训，特别是结合导游行业发展趋势，提升导游专业化、特色化水平，培养了一批优秀的专业导游。

疫情发生以来，酒店行业面临国际客源断流、跨省旅游不稳定、商务客源骤减等多方面经营压力。中国旅游饭店业协会原秘书长许京生表示：“为了获得新的生机和活力，一些酒店做出了积极的探索并取得成效。有的在餐饮方面取得显著成绩，有的在社区市场发力，有的在线上商城取得不俗业绩，有的在服务创新方面实现新的突破。”

不少酒店企业开始跨界或开发本地微游项目，电竞房、高考房、考研房等应运而生，有的异常火爆，一房难求。近期，为了满足家长陪同、学生舒适上网课的需要，有酒店推

出了“网课房”服务。业内人士认为，“网课房”等新产品、新举措或许还不是规模化、常态化的市场产品与模式，但显示出行业在主动创新和拥抱新的变化。酒店行业应继续拓展思路、顺时而为，打造疫情防控常态化下的新产品和新服务。

在更好满足消费者需求方面，酒店行业还积极加强线上营销，利用社交平台发布内容、信息，增加流量，最终实现客源转化。江苏南京的金陵饭店积极开展线上营销，启动直播带货模式，自主筹划官微、尊享金陵小程序等直播平台，并依托礼盒与外卖，有效提升了酒店经营能力。2022年金陵饭店3款新春礼盒总营收超800万元，同比增长56%。

传统旅行社也在苦练内功、积极转型。疫情发生以来，为生产自救，湖南华天国际旅行社将业务重心由出境游转向省内周边游、研学旅行、会议会展业务等板块，并通过向景区集量采购门票降低成本。此外，公司还发动员工爱心助农，积极代销农副产品，既缓解员工的经济压力，也支持社会公益。

据中国演出行业协会测算，今年一季度全国演出取消或延期的场次约9000场，占专业剧场、新空间演出总场次的30%。对于处在疫情常态化防控下的演艺企业来说，如今面临的形势依然不乐观。为应对危机，国内文旅演艺一站式服务商鼎彝文旅选择降低演艺项目运营成本，并在制作端侧重多元化、特色化。鼎彝文旅品牌负责人介绍，企业在山东运营的项目主要通过缩编来降低成本，该项目目前通过适当调整演员数量，同时提升演员契合度，来保证演出效果。其次

是尽可能提高入园游客观看节目的转化率，即通过现场的促销营销，包括巡游等形式来吸引当天入园的游客观演，提高演出收入。同时，在制作端进一步加大产品研发力度，增加产品吸引力。

实际上，室内外项目结合、沉浸式等多元素交融、虚拟交互一体化……众多旅游演艺企业都在探索尝试业务转型以及产品类型拓展。与此同时，虽然部分演出因疫情暂停，但相关演职人员依然苦练内功、认真打磨提升作品。

### **产品升级、服务前置，文旅企业练好内功**

在业界专家看来，政府鼎力相助的同时，文旅企业自救尤其重要。但要注意的是，自救不是盲目地尝试，而是基于对新形势下文旅行业的难点、痛点和消费者的需求变化做出新的细化业态抉择。

中国社会科学院研究员、中国文化创意产业研究会秘书长意娜认为：“文旅产业需要持续探索创新升级的多重生存路径。文旅产业连续3年受到疫情影响，完全恢复的进程一次次被延缓，恢复国际旅行的进程目前仍难以抵达。在积极争取各界支持的同时，文旅行业需要持续不断地寻求自救的机会，在有余力的情况下转型升级，探索多种生存的可能性。”

意娜建议，首先，行业要尝试进行技术输出。文旅行业近年来探索与科技融合已经有了丰硕的成果，其中对于游客人流或其他的语音、通讯等技术可以探索与疫情防控、城市

管理相结合，扩大文旅技术的应用范围。第二，产品升级。追求更小规模、更个性化的定制旅游路线。为高端游客提供安全性更高、客单价也更高的旅游产品，探寻人迹罕至的景观。第三，服务前置。充分利用自媒体等方式，文旅企业将服务前置，在不能出行的时段与目标客户实现连接，从长远时间段培养目标客户。最后，广泛合作。在因疫情尚不能放开旅游市场获得新的合作对象的情况下，应积极借助相关政策，与各界实现广泛合作。

（统筹：于帆，采写：于帆、王伟杰、刘源隆、李荣坤、张玲、邱慧）

## 发现市场新需求 国内游探索新空间

来源：人民日报海外版 2022年4月22日 赵珊

今春，受疫情影响，出游人次和旅游消费等主要指标低于去年同期。面对严峻考验，旅游业积极寻找生机，增强内生动力，发现市场新需求，开拓发展新空间。

### 线上云游亮点多

4月13日至15日，傣族等少数民族迎来了重要的传统节日泼水节。受疫情影响，云南西双版纳今年在线上举办了2022年“云过泼水节”活动。各地游客通过网络直播，观看象脚鼓舞、章哈展演等傣族特色民俗，参与“云上”赶摆、“云上”泼水等活动，在网络上感受泼水节的氛围。

“唯有牡丹真国色，花开时节动京城。”河南省洛阳市的牡丹花已竞相开放，繁花似锦。一年一度的洛阳牡丹文化节今年开启线上赏花，弥补广大游客不能到洛阳实地赏花的遗憾，人们透过屏幕漫游不一样的花海。

多地旅游景区今春开启实地游和云上游两种模式，线上线下共享春日美景。云赏花、云直播、云观展、云课堂等丰富多彩的线上文旅活动，让人们足不出户遍游四方。扬州多家景区推出“云旅游”活动，本地导游变身网络主播，他们将扬州的美景、历史分享给网友。瘦西湖景区推出湖上梅林打卡季、“春之韵”采风雅集等主题直播活动，邀请网友线上“云赏花”。济南文旅部门推出云赏非遗、云赏经典、艺术在线学、泉城艺术名家秀等内容多样的“线上课堂”。



云旅游是今年春游的新亮点。记者从文化和旅游部获悉，目前，线上旅游产品供给水平进一步提升，各地运用“旅游+科技”推出的线上旅游产品向消费者提供了更具特色、更加便捷的服务，云旅游让游客足不出户即可体验“微旅游”“微度假”。

国务院印发的《“十四五”旅游业发展规划》提出，要充分运用数字化、网络化、智能化科技创新成果，升级传统旅游业态，创新产品和服务方式，推动旅游业从资源驱动向创新驱动转变，并提出发展沉浸式互动体验、虚拟展示、智慧导览等新型旅游服务，推进以“互联网+”为代表的旅游场景化建设。

### 立足现状谋创新

目前国内游市场中的短途游、城市周边游和本地休闲游活跃度最高。中国旅游研究院近日发布的今年第二季度学术成果指出，探亲访友、都市休闲、乡村度假、冰雪休闲、避暑旅游、研学旅行、自驾出行成为市场主流。一线城市领跑休闲旅游新赛道，环球影城、迪士尼、欢乐谷、融创雪乐园等主题公园和度假区在春节期间人气旺。市民休闲和近程出游为定制旅游、本地生活体验和社群经济+旅游等产业创新和业态创新提供了前所未有的商业机遇，并在旅游平台和社交平台上成为现实。

同程旅行相关负责人告诉记者，同程旅行积极开拓本地及周边游场景，创新本地游新玩法，推出了剧本杀航班、酒店电竞房、“宠物酒店”等多种新产品以及“理想周末不宅

家”等周末游专题活动。

旅游投资机构和旅游市场主体正在面向新需求，培育新动能，研发新项目，创造新模式。中国旅游研究院院长戴斌指出，长期以来，旅游投资和产业供给主要以自然资源和历史文化资源的开发为主。疫情让旅游业重新认识到市场的力量，开始以消费的视角重新审视旅游资源开发、项目建设和产业创新。越来越多的旅游企业开始关注近程旅游和本地休闲市场，强调文化引领、科技创新、融合发展，以增量投资带动存量优化。

### 复苏向好可期待

旅游业复苏振兴得到了国家纾困政策的大力帮扶。国家发展改革委等14个部门日前印发了《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，文化和旅游部发布了《关于抓好促进旅游业恢复发展纾困扶持政策贯彻落实工作的通知》，这都为旅游业注入信心和动力。

马蜂窝旅游研究院院长冯饶说：“近期诸多利好的纾困政策是国家对旅游业的长期关注与扶持升级。旅游企业要积极通过业务创新来满足当下人们的旅行休闲需求，配合政府为旅游业的复苏和振兴贡献力量。”途牛旅游网相关负责人告诉记者，途牛将稳定就业，探索创新，加速布局直播业务，优化产品和服务。在保障用户出游安全和体验方面，通过“不约可退”“过期自动退”等预订保障，增强游客的消费信心。

戴斌分析，国内旅游市场在短期和局部可能有波动，但是长期复苏向好的趋势不可逆转。他建议，加大城市现代生

活类旅游资源开发力度，引导和支持街区、商圈、文化场所、奥运场馆、城市公园的旅游利用，为市民和游客营造丰富多样的主客共享美好生活新空间。为适应近程旅游和本地休闲的现实需要，推出一批城市公园和郊野公园旅游线路和休闲项目。旅游集团和中小微企业应以“文化引领+科技创新”“新基建+传统项目”“旅游需求+休闲空间”为导向，在复苏和创新中再造旅游产业价值。

## “+文化空间” 打开文旅消费新可能

来源：中国文化报 2022年4月25日 王彬

刻满沧桑的厂房与现代建筑交融碰撞，美轮美奂的酒店打造出“可以住的艺术馆”，将历史玩出花的“记忆景区”进入人们视野……近年来，工业、农业等领域纷纷将目光投向文化空间建设，加速与文化旅游业融合创新，引领了一波新风潮。

在各个领域的产业竞技场和各项服务的事业发展地，或是建立跨界思维，或是进行跨界运营，或是推出跨界产品，鲜活实例不断涌现，力图以“+文化空间”后的反差感触发更多文旅消费可能性。

### “合柴 1972”：唤醒历史文化资源

近年来，将工业旧址与现代艺术设计相结合，改造成文化创意街区或文化场馆，已成热门“打法”。手握“融合牌”，让大批工业遗产通过保护和再利用“活”起来，具备了观光旅游乃至文化教育等复合功能，大受市民和游客青睐。

“工厂存而不废，还有了这么多新标签，我感到特别自豪。”在安徽合肥“合柴 1972”工业记忆小镇，原合肥柴油机厂的退休职工马屿经常以“导游”的身份，向人们介绍着小镇历史。据不完全统计，每天约有 3000 人到小镇参观游览，寻找和感悟城市记忆。

2019 年 10 月，原合肥柴油机厂经过一番改造，成为“合柴 1972”艺术文创园区（即“合柴 1972”工业记忆小镇，

简称“合柴 1972”），开启了它属于新时代的生命周期。

“‘合柴 1972’是按照工业遗产沉淀保护与文化创意相结合的思路打造的，在保留原有建筑肌理和结构特征的基础上，融入现代元素，让工业遗产与城市人文记忆从沉寂中跃动鲜活起来。”据该园区相关负责人介绍，项目建设中保留了岗楼、穹顶、车间、烟囱等工业遗址，并进行二次设计和改造，让人们仿佛置身于往昔的工厂中，又能从咖啡厅、文创店中品味潮流气息和时空交叠的特殊美感。

除了“颜值”，融合创新的关键还在于内涵。进入“合柴 1972”，步行没多远，就会看到一幢标有“合肥家电故事馆”字样的旧式建筑，由老家电故事馆、智能家电展示馆、合肥情景街、手工艺品区以及凿壁偷光图书城等主题板块组成。“看着这些旧式小卖铺，老式冰箱、收音机，电子维修店、无线电厂流水线，就能想象当年凭票排队购买家电的场景。”游客赵哲在一件件展出的原件前，特意发微信朋友圈称“这次打卡，令人感慨万千”。

据了解，“合柴 1972”正升级打造一个集博览展示、科创办公、都市休闲、时尚生活、配套商业等于一体的科技文化创意区，满足游客多元需求。

### **上海万和昊美艺术酒店：融合空间成文化地标**

不同事物碰撞交互总能带来新奇感受。近年来，文化和旅游的开放程度越来越高，不仅频频与“科技”“社交”联动，也主动参与跨界融合，多行业共同完善文化产品及服务，开辟出一条条新赛道。

“步入酒店大堂，我被眼前的艺术景象惊艳到了。”专注于艺术酒店体验的自媒体人“达子”这样描述自己与上海万和昊美艺术酒店的初次相遇。该酒店历时5年、斥资10亿元精心打造，融合了120位艺术家和顶级设计师的500多件艺术品。占地6万平方米的“昊·艺术社区”融入艺术展览、艺术家驻留项目、艺术酒店、艺术公寓、艺术商店和艺术餐厅等15个核心项目。

其中，昊美术馆（上海）早在2017年就瞄准夜间文旅生活，突破住宿单一功能，将综合服务能力迁移至文化供给，通过举办国际性当代艺术展和艺术活动，突破休闲娱乐为主的酒店模式，拓展为艺术交流展示平台。这种形式也让酒店与美术馆形成双向导流。

无独有偶。被誉为“国内首家艺术收藏酒店”“家居艺术品收藏博物馆”的物与岚·设计收藏酒店，集合欧洲各设计大师的经典单品，有超过60件堪称孤品的艺术佳作。据酒店负责人介绍，多数住客是为欣赏这些中古好物而来。值得一提的是，该酒店与其他艺术酒店展示作品的思路不同，绝大多数中古家具是可售的，因而形成了四时不同的流动风景，持续吸引文化爱好者前来住宿观赏。

业界专家认为，景区或旅游企业打造文化空间的做法由来已久，未来发展重在运营，要通过文化创意植入、高新技术专业应用、节事活动策划等方式，让文化空间真正释放叠加效应，持续带来别具特色的文化体验。

### **螺蛳粉文创作品大赛：打造文旅消费新增长点**

对于文旅融合创新，如果仅做氛围营造，都只算“浅尝”。要想“长红”，还需跨界。而迈出这一步之前，更重要的是做强主业，锻造核心竞争力。

从去年开始，广西柳州面向全国举办螺蛳粉文创作品大赛。据主办方统计，开赛3个月，来自外地的参赛作品占比55%，涵盖生活用品、装饰、动漫、游戏等类别，足见“网红”美食螺蛳粉的影响力。

该大赛以“艺术生活场景类”“卡通动漫IP形象类”“内外包装设计实物类”三大类主题作为评选标准，一方面给予参赛者充足的创作空间，另一方面也便于吸纳优秀作品助力产业。如，获得“内外包装设计实物类”优秀奖的作品“小螺蛳的冒险系列包装盒”，根据螺蛳粉的主食和配料螺蛳、酸豆角、酸笋等的外形特点，用拟人化的手法创作出“小螺蛳的大冒险”IP形象，已被主办方列入动漫开发计划，通过剧本和主题音乐进一步讲好柳州螺蛳粉故事。

再如，获得“艺术生活场景类”银奖的“柳小州爱嗦粉”卡通摇头摆件，以柳州“老市长”柳宗元为原型，历经近一个月的建模、3D打印、精磨、上色、安装摇头弹簧等流程，成品获得一致好评。其作者是52岁的铁路职工潘浩洁。“我的业余爱好就是绘画和设计，这次有幸获奖后，希望自己的这套作品能够投入批量生产，成为柳州螺蛳粉的一款代言产品。”潘浩洁说。

由此可见，融合创新不一定是实体文化空间的再造，也可体现为数字文化产品的衍生。无论哪种形式，均以服务用

户为目标，将精神价值作为品质提升的一把标尺，将文化输出作为拓展市场、增加曝光、稳固粘性的法宝。

值得深思的是，无论是文旅行业的成熟经验转化，还是文旅业与其他行业的通用能力转化，以“跨界”为标配的融合创新都是建立在主业过硬基础上的。可谓先做积淀才有输出，先有文化格调才有文化价值，先重质量才能引来持久流量，先顾大局才能真正入局。摆明文化账的同时做赢经济账，才能真正经得住时间考验。

（编辑 杨珠峰）