

# 文化产业信息动态

第 9 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 5 月 11 日

---

## 目 录

- 1、5500 万人追随刘畊宏，对文旅行业有何启示
- 2、在旅游中学习成长
- 3、疫情之下旅游业如何危中寻机

# 5500 万人追随刘畊宏，对文旅行业有何启示

来源：人民日报人民文旅 2022 年 4 月 29 日

“抬脚！拍脚！人鱼线马甲线我都要！”魔性的声音配上《本草纲目》的 BGM，健身博主刘畊宏突然火了，变成和李佳琦平起平坐的男人，跟着他跳操的女孩也不计其数。

刘畊宏直播、刘畊宏回应穿羽绒服跳操、刘畊宏健身、刘畊宏自编本草纲目版毬子操等话题，接连数日冲上热搜。甚至连国台办都在记者会上为其打“Call”。

## 国台办回应“刘畊宏”

人民日报 2022-04-27 18:36:05 手机阅读

4月27日，国台办举行例行记者会，发言人马晓光答记者问。

有记者问，在沪生活的台湾艺人刘畊宏近来通过新媒体带动两岸民众健身热潮，请问发言人如何看待这一现象？绿媒借机疯狂抹黑打压台湾艺人，对此如何看待？



刘畊宏与妻子开健身直播（视频截图）

马晓光表示，在当前疫情防控形势下，互联网、新媒体为两岸同胞相互了解、开展交流，提供了方便路径和新的平台。你提到的这个现象就是最好的说明。开展交流是基于血脉相连的亲情，也符合两岸同胞共同利益，越来越多的台湾同胞通过两岸交流合作，获得实实在在的好处。大家可能也都注意到，凡是两岸同胞齐声喝彩的，必然是民进党当局“骂”的、“台独”势力“黑”的、绿媒“酸”的，这一点也不奇怪。相反，这只能说明两岸同胞走亲走近是民心所向、大势所趋，是任何人都阻挡不了的。

据短视频直播平台新抖的数据，近一个月，其抖音账号已经涨粉超过4000万，截至4月29日，粉丝数达到5590.6万，而刘畊宏于4月28日的直播，累计观看人数达4338.78万，单场人气峰341.83万。

刘畊宏走红背后，健身经济何以击中当代年轻人的心？  
爆发背后，是健身行业的五年高速增长

## 后疫情时代

### 越年轻，健康焦虑感越强

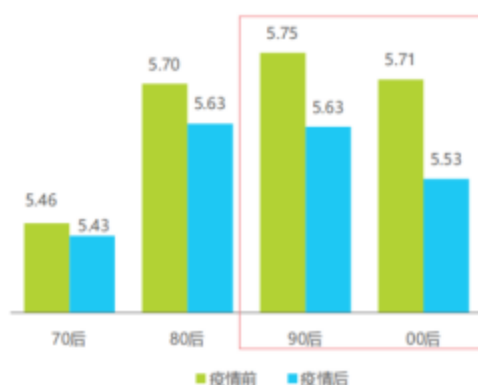


在疫情影响下，人们重新审视自身的健康状况，对健康现状的总体满意度下降，焦虑感变强。健康条件最为富足的00后、90后，疫情前后的总体健康满意度评分差值最大，成为当下最焦虑自身健康状况的群体。

总体健康满意度评分



不同代际人群总体健康满意度评分



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。  
注：满意度自评分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。  
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。  
注：满意度自评分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。  
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

刘畊宏的走红和特殊时期大家的需求息息相关。艾瑞咨询相关研究报告指出，后疫情时代，越年轻，人们的健康焦虑感越强。而在经历新一轮新冠肺炎疫情影响下，居家隔离让不少人关注如何在家也能更好地运动出汗，而跟着直播锻炼，有专业的人指导以外，也能够克服掉一定的惰性。

或许就像一位粉丝在刘畊宏评论区的留言：“太快乐了！上海隔离的日子里你们是精神动力！”与这位粉丝有相同感受的不在少数，他们普遍反馈：自己感受到正面情绪。

相关报道指出，刘畊宏之所以能带动一波健身热潮，更是基于线上健身趋势愈发明显的大前提。统计数据显示，2017至2021年线上健身行业复合增速高达24.1%，同期线下健身行业复合增速仅为6.6%，并预计未来5年仍将保持高速增长。

根据中国社会科学院财经战略研究院研究员、教授魏翔的分析，刘畊宏的走红反映的是健身经济的“出圈”。

诸如健身经济一类的休闲经济通常是一种逆经济风向的行业，经济逾不好的时候逾容易出现。在美国，从1960年开始，健身房以及收费健身开始出现，健身行业成为一种经济业态。

它之所以能成为一种经济业态，是因为当时美国正在经历文凭竞争，雇主无法从文凭上完全看出来一个人的能力，但是雇主却可以从一个人的身材判断这个人的自控能力、学习能力、性格等等，这也承担了一个人能力的信号发射功能，所以说，健身行业能从某种程度上折射人们的人力资本的高低问题。

1990年代以后，亚洲国家也开始出现了各种各样的休闲经济业态，包括健身经济，它和美国的健身经济能够传递能力信号不同，这时的健身经济不仅能够提高人的健康资本，

还可以提高人的社会资本，通过健身我们可以拥有更强健的身体，也可以认识更多的人，而这些都是现代人力资本最重要的部分，它甚至超过了我们说的文凭。从这个角度看，健身经济是人力资本投资的一种回报。

在他看来，刘畊宏的走红恰恰符合了三个条件：第一，经济在下行空间当中，健身经济是逆经济风向的行业；第二，现阶段，人们面临的竞争越来越大，我们需要其他方式来展现、提高人力资本，健身经济就是新发出的信号，也直接提高我们的人力资本；第三，健身经济通过互联网和直播的方式，大大降低了成本，提高了生产效率，以及传播效率，所以，它与之前美国、东南亚的健身经济相比，可以得到更迅速甚至是井喷式的发展。

魏翔表示，“刘畊宏的出圈很典型，但并不独特。从健身行业本身来说，非正式化、个人化、灵活化等特征已经呈现很长时间。所以，我们认为未来还可能有更多个‘刘畊宏’发展起来。”

近年基本靠“蹭”，文旅跨界能否突围？

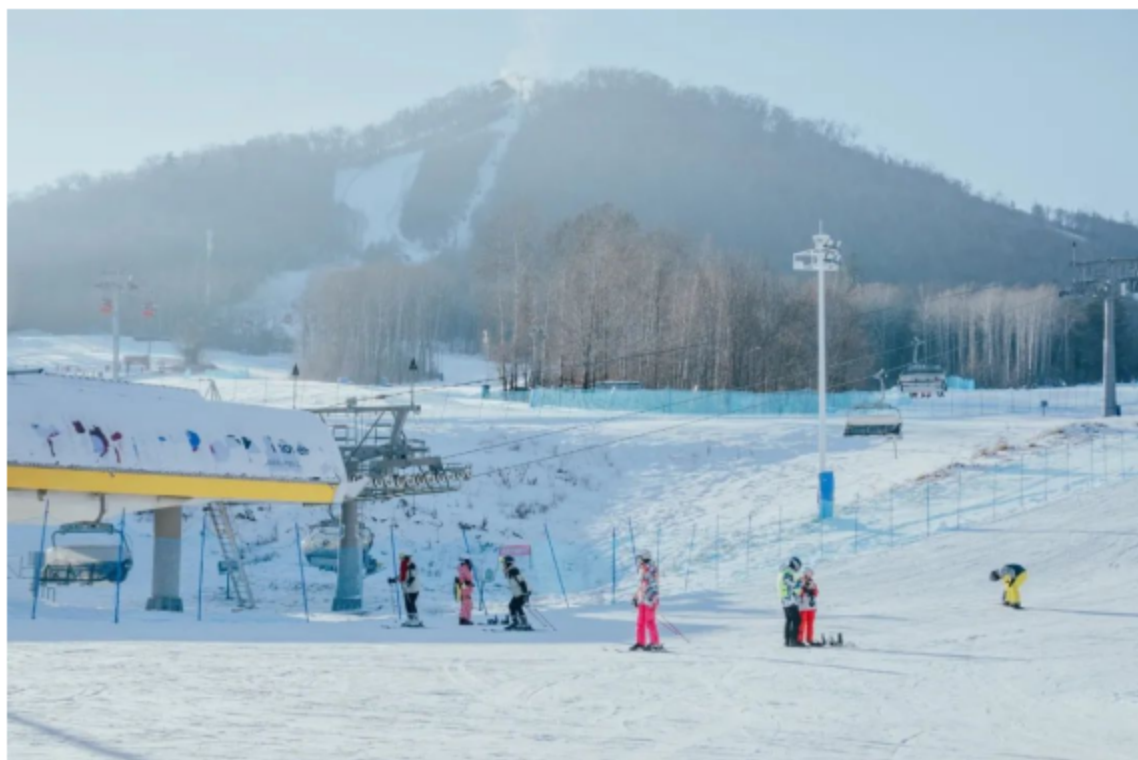
正如魏翔所说，当代年轻人对运动的追求，并不仅仅体现在对“刘畊宏”的追寻中。与其说是刘畊宏火了，不如说是民众对健康、多元生活方式的追求，终于找到了爆发口。

95后女孩六六的朋友圈里记录她的生活日常，冬季滑雪，春夏徒步登山，最近又迷恋上了飞盘运动“这是我玩飞盘的第一周，但今天已经是我第四次打飞盘了……”六六告诉人



民文旅，“对于我来说，保持运动习惯不仅是一种自律的生活习惯，甚至已经成为了我们的一种社交方式。”而在她的朋友圈里，和她一样的年轻人也不在少数，有人每日坚持去健身房打卡，苦练肌肉；有人每天早晚坚持去公园跑步；有人约着下班骑行绕北京中轴线一周；有人每周坚持登山、远足……

这样的趋势不仅仅体现在健身产业，在文旅产业中也逐渐显现。冰雪旅游的火爆即是最好的例证，国家统计局数据显示，截至2021年10月，中国冰雪运动参与人数达3.46亿。如此庞大的参与人口，为冰雪运动产业的未来发展创造了巨大的想象空间。



长白山滑雪场 图源：摄图网

冰雪旅游的爆发很典型，却也并不独特，越来越多的跨

界组合显现。一些文旅项目开始尝试各种跨界突围，例如：赛事+旅游、体育培训+旅游等等。

世界旅游城市联合会特聘专家、旅游经济学博士后研究员王笑宇表示，当人们的收入提高，文化资本增加，文化消费能力也随之提升，消费也会更加多元化。以中产阶层引领的需求分层、消费细化、多元正成为趋势，而运动正是这众多多元需求中重要的一类特色主题需求。体育产业的兴起实际上是扩大文化自信、消费自信、多元化消费的一种趋势。

然而，王笑宇告诉人民文旅，目前体育旅游市场份额占比并不大。根据某在线旅游平台的《体育旅游报告》，体育旅游线路目前只占旅游市场的5%左右，与国外体育旅游占比总产值的20%相比还有很大的空间。

“这主要是现阶段国内体育旅游市场供需两侧的不对称性所导致的。”王笑宇认为，“从供给侧看，目前体育与旅游融合还有很大的提升空间，市场供给未能满足消费需求，即要么旅游要素不足且体育技能要求过高，用户参与有一定门槛；要么缺乏特色的体育旅游主题体验内容，使得产品同质化严重且网红项目较多，不利于常态化持续发展。”

世界旅游城市联合会专家委员会副主任张辉早已观察到这样的现象，他表示，“冰雪旅游的火爆也代表了一个趋势，那就是体能型的旅游逐渐被技能型旅游所替代，旅游者需要通过掌握一门特定技术获得旅游体验，除了冰雪之外，还有登山、马拉松、滑翔、游艇等等。技能型旅游虽然属于

小众群体，但消费水平高，频率高，占用资源少，可以带动相关装备制造产业的发展，是旅游高质量发展的一个重要形态。”

健身带来的自我提升，文旅可以做到吗？

在魏翔的观点里，刘畊宏走红，健身经济出圈，带给文旅行业的启示远不止于表面。“旅游行业的最初阶段，它的目的是要促进内需，提高人们的收入，但当社会发展到成熟阶段时，旅游会进入到观光和休闲时代，观光休闲时代下，旅游宏观经济的调控作用在下降，它更大的作用是对个体素质进行提高。换句话说，我们应该思考的是旅游能不能像健身一样来提高人们的人力资本，我们说的‘行万里路，读万卷书’，如果旅游能达到这种功能，旅游行业就不会受到经济下行的影响。”

“我认为旅游行业的转型不应纠结于形式上的‘我要去哪儿玩’、‘我能不能出去玩’，而应该把它聚焦于旅游行业能不能通过移动、活动的方式来提高人的素养。而这种素养的提升，并不是通过正规的教育途径，而是通过观影、观鸟、健身、运动等多种形式。”魏翔以日本曾经开发的以旅游为形式的观影团举例，“看完电影以后写影评，通过写影评来提升人的鉴赏能力和文学能力。未来的旅游也很可能变成一种非正式的学习方式，这是我认为休闲经济能够给带给旅游经济未来转型升级的机会和启示。”

王笑宇与魏翔的观点不谋而合，“我认为机会不止停留



于表面，不是说今天露营火了，我就去搞营地，明天健身火了，我就在项目里搞个健身房。文旅行业正在经历的是从观光旅游到主题休闲度假的转型，即功能型消费到体验型消费的转型。”

“约瑟夫·派恩在 2000 年就提出了体验经济理论，其核心就是审美、娱乐、教育、互动、差异化的过程体验消费。体育休闲、健身娱乐等文化即是体验经济中的一种表现形式。未来，只要是符合主题化 IP 化、消费场景多元化、个性化消费的体验经济产品都有机会。”王笑宇如是说。

# 在旅游中学习成长

来源：人民日报海外版 2022年4月25日 罗兰 鞠立新

“读万卷书，行万里路”，旅游也是修身养性之道。许多人背起行囊去旅行，不仅为了游山玩水、放飞自我，还有更深层的需求：通过在旅途中不断学习，使自我获得成长。

现代旅游业除了满足大众休闲娱乐的需求之外，更将旅游视为一种重要的学习和成长方式，不断创新产品供给，满足人们的新需求。

## 一、满足大众需求

见多才能识广。旅行中，人们结识新的人物、风景和文化，增长才干和勇气，在不知不觉中成长。随着人们消费需求的提升，旅游的学习性与发展性日益受到重视，传统旅游业纷纷改革创新，开发和推出更注重学习与发展内容的产品。

“现在许多旅游目的地都在打造一些新型业态产品，可以让游客在旅行中的学习更有体验感、沉浸感。”中国传媒大学旅游传播研究中心主任张婷婷说，比如开发以满足人们求知欲为主题的乐园，像北京门头沟有个谷山村农耕文化园，园内全部围绕农耕文化做文章，小朋友们既可以游山玩水，也可以学习农耕文化的知识和历史。现在，侧重学习和成长的主题公园越来越多了。

文化和自然遗产地、国家文化公园以其拥有的独特自然和文化资源，成为人们喜欢的旅游学习目的地。新冠肺炎疫情

情尽管对客流产生了一定影响，但这些地方依然利用空窗期，策划出新的创意产品。

4月的黄山，春光明媚，不能前去登山看松的游客依然能够探秘黄山的奥妙。

“亲爱的朋友们大家好，又到了每天与黄山日出见面的时候……”镜头里，黄山玉屏楼宾馆的主播正与粉丝们互动。今年以来，该宾馆建立了一支由8位员工组成的直播队伍，每天通过镜头向各地网友展示黄山秀丽风光，截至目前，已进行了超过100场直播，吸粉近万人。“我们每天直播时间基本固定，日出、日落时分准时与网友‘云’端见面，遇上云海的时候还会加播。”主播团队之一的小侯介绍，在直播软件后台，网友们常发来私信咨询有关黄山的信息，主播团队都会一一解答。很多网友感叹：“云”观黄山也很美了，希望今后可以实地去看看黄山，感受这座天下奇山的魅力。

“如果我们改变以生活方式为核心的旅游体系，构建集学习、生活和成长方式于一体的旅游体系，中国旅游的发展空间将会更大。”世界旅游城市联合会专家委员会副主任张辉说。

## 二、立足本土文化

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。专家指出，通过旅游这种方式，可以弥补书本教育内容的缺失，特别是可以帮助青少年了解国家的历史文化、地理形态和发展进程，增强文化自信和民族自豪感。

与过去热衷于吸纳外来文化相比，现在各地开发本土文化的热情越来越高。

去年底，在北京皇城根遗址公园内建起的“文化东城”会客厅首次加入网络直播，专家线上讲解皇城根的过去、现在和未来，受到文物爱好者的欢迎。“文化东城”会客厅就是把北京东城这种在地文化 IP 进行深入开发，然后把每一个 IP 变成可体验、可互动的旅游项目。

最近，在位于四川德阳的三星堆博物馆展示厅内，络绎不绝的游客挤在透明的玻璃前，全程观看玻璃对面修复师对文物的修复过程。与此同时，玻璃外的电视屏幕正在播放考古发掘的视频。博物馆的工作人员说，将文物修复向游客开放，可以让人们更近距离地感受古蜀文明的博大精深和中华文明的源远流长。这种方式很受欢迎，吸引了很多游客前来。

三星堆青少年教育中心还为青少年量身打造了一处学习乐园，在建筑面积近 1000 平方米的乐园里，孩子们可以观看《穿越古蜀国》，感受 3000 多年前古蜀人的一天；可以玩“拼拼乐园”和“虚拟换装”游戏，做一回小小文物修复师，秒变 3000 年前的古蜀人；可以参加“趣味考古”活动，体验考古学家的乐趣……

“过去，我们吸纳别人的东西比较多，比如迪士尼和环球影城这些外来主题乐园，但像北京门头沟的农耕文化乐园和三星堆教育中心，虽然规模或成熟度还不如迪士尼和环球影城，但其立足于中国传统文化。”张婷婷说，未来，这类

旅游产品会越来越多地进入市场。

### 三、发展新型业态

在文旅融合发展进程中，越是有文化底蕴的旅游目的地，越受到年轻人的喜爱。如何让青少年在研学旅行中更好地增长见闻，茁壮成长？对此，张婷婷认为，研学旅游的课程跟简单的导游景点介绍是完全不一样的，它应该有一套更加成熟的体系，甚至可以变成素质教育课堂。比如在武汉地质大学里有一个展馆，是4A级景区，人们在这里既能得到专业系统的地质文化学习，也可以游览景区的风光。

发展具有学习方式和成长方式的旅游形态，是中国旅游新阶段的一项重要任务。

张辉建议，就当前来说，业界应以世界文化遗产和自然遗产以及长城、大运河、长征、黄河国家文化公园建设为依托，通过对中国文化遗产地、自然遗产地和国家文化公园不同的文化元素、文化遗产、文化基因、文化形态、历史事件、重大工程、标志性景观和地理形态进行深入挖掘、提炼和系统组合，形成具有文化目的之旅游体系。



# 疫情之下旅游业如何危中寻机

来源：法治日报 2022年4月26日 朱宁宁

受疫情影响，今年“五一”假期期间，许多地方的跨省游甚至跨市游都无奈受限，这无疑让旅游业雪上加霜。

为支持旅行社行业纾困发展，文化和旅游部办公厅近日印发《关于进一步调整暂退旅游服务质量保证金相关政策的通知》，提出符合相关要求，享受暂退旅游服务质量保证金政策的旅行社，可申请将暂退比例提高至100%，补足保证金期限延至2023年3月31日。业内普遍认为，此举将有效缓解旅行社面临的资金压力。

应当看到，为了解决当前旅行社遭受疫情重创的现实难题，国家及地方政府对于旅游业的纾困出台了一系列政策措施，除暂退旅游质保金外，还有暂缓缴纳员工社保、金融支持等。但一些专业人士在接受《法治日报》记者采访时指出，国家及地方政府出台的各项支持措施仍属于政策层面，应当考虑将成熟的行之有效的政策经验做法上升为法律，为旅游业提供更为稳定、可靠、长远的保障，更好地帮助旅游业走出困境。

## 纾困帮扶仍需多方发力

拿什么来拯救旅游业？文化和旅游部法治专家委员会委员、浙江大学城市学院文化和旅游法治研究中心执行主任胡斌认为，应当从降低企业成本和增加企业收入两方面出台

更多积极的扶持政策。一方面，可以出台多个降低成本的政策，包括暂缓缴纳员工社保，减少旅行社裁员；适当减免办公场所租金；整合责任险、意外险和保证保险产品，降低旅行社综合保险费率等。另一方面，出台增加企业收入的政策，比如，根据旅行社等级和规范经营情况直接给予资金补助，协调相关部门开放旅行社发票事项等。此外，有条件的地方政府还可以发放周边游短途游消费券，帮助旅行社提前锁定消费需求。

除了中高风险地区之外，国内大部分低风险地区的景区、主题公园仍正常营业，但受疫情影响，出游者明显减少。对此，胡斌给出了更为具体的建议。

在胡斌看来，政府可以考虑适当减少部分景区的特许经营权费用，降低景区运营成本，并将景区纳入公共基础设施投资的对象，提升景区周边环境。同时，将景区作为旅游目的地营销的重要内容，降低景区的营销成本。此外，景区自身也可以采取一些“自救”措施，比如，各个景区之间可以“抱团取暖”，通过产品组合让利给旅游者，吸引周边旅游者开展短途短时休闲游，还可以利用直播、虚拟现实等新技术，创新旅游产品，增加景区对游客的吸引力。

### **需要加大政策落实力度**

值得一提的是，为了提振旅游业，不久前，国家发展改革委、财政部、文化和旅游部等十四部门印发《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，针对包括旅游业

在内的服务业领域困难行业，提出了3个方面43项具体政策措施，可谓“力度空前”。

一系列政策为文旅市场注入了信心与力量，被视为助力旅游业复苏的“及时雨”，但也有一些业内人士对此表示谨慎乐观。

“目前发布的纾困政策通知都不具有强制性，并且需要财政、金融、旅游、商务等各部门具体落实。在没有法律规定以及在现有法律、法规或者部门规章没有修订或通过法定程序暂缓、调整适用情况下，各相关部门仍必须按照既有法律规定执行。这在一程度上会影响纾困政策的落地执行。”北京市法学会旅游法学研究会副会长李广认为，仅仅是政策呼吁和倡导很难切实将相关纾困举措落到实处。比如，目前的纾困政策中，有通知要求“政府采购住宿、会议、餐饮等服务项目时，不得以星级、所有制等为门槛限制相关企业参与政府采购”，但由于该通知并不具有法律约束力，有关部门在采购时仍坚持星级酒店不得采购、旅行社开具发票不得报销等“土政策”。

在李广看来，疫情已进入常态化背景下，只有把目前纾困政策的“红头文件”固化为法律，给相关管理部门以政策落地的权限，并规定违反有关政策的责任，才能使相关政策真正落地，给企业以明确的信心和预期。

### **发挥法治稳定预期作用**

新冠肺炎疫情席卷全球，给全球旅游业造成了极大冲

击。据了解，目前一些旅游业发达的国家已经通过立法手段助力旅游业纾困。比如，印度尼西亚通过立法的方式对在疫情期间不解雇员工的企业给予财政补贴，支持旅游企业留住骨干员工。又如，日本政府根据紧急立法明确规定，如果饭店愿意在疫情期间对饭店进行数字化改造提升智能化程度，愿意进行绿色节能改造降低饭店的碳排放，政府将依法给予财政补贴，从而提升日本旅游业的竞争力，为日本旅游业的低碳化奠定基础。希腊、意大利、西班牙、德国等国家也采取了类似措施。

“从上述国家应对疫情采取的措施及方式来看，通过立法的方式将纾困、扶持措施法定化，使得旅游经营者产生稳定的预期，可以最大限度地让旅游经营者安心经营，坚定信心，从而渡过难关。”文化和旅游部法治专家委员会委员、北京第二外国语学院文化旅游法律法规研究中心副主任王天星说。

王天星指出，由于政策、措施从启动、研究、协调、出台到落地见效会存在时间差，将导致很多实力较弱的市场主体还来不及享受相关的政策利好，就可能已经被迫退出旅游市场，这显然不利于旅游业的健康发展。

“疫情常态化的大背景下，必须通过法治的方式来提升旅游业治理体系和治理能力现代化。提升旅游业应对危机能力，是建设法治中国进程中应当认真对待的问题。”王天星指出，旅游业因疫情而遭受的冲击、面临的困难不是临时、

短暂的，而是具有长期性。因此，对于旅游业的纾困扶持帮助不能仅仅依靠政策，应通过立法将行之有效的政策固定下来，上升为法律，赋予其约束力、强制力，依法启动对旅游业的救助、纾困措施，方能为旅游业提供更为坚实的保障。

（编辑 杨珠峰）