

文化产业信息动态

2023年 第7期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年3月6日

目 录

- 1、文旅“拼”创意更要重服务
- 2、文旅产业高开稳增持续回暖

文旅“拼”创意更要重服务

来源：安徽日报 2023年3月2日 第五版 韩小乔

最近，各地文旅局长频频“出圈”。为宣传家乡，文旅局长们走到镜头前各显身手：有的在马背上发出邀约，有的在零下20摄氏度环境里穿上民族服饰演绎“森林的主人”，有的中英文无缝切换介绍家乡美景，还有的不怕“出丑”走谐星路线，网友评价“卷翻了”。

“拼”创意不是目的，为的是打响知名度，为地方引流。事实证明，文旅局长们的“吆喝”“代言”收到一定成效。短视频在社交媒体广泛传播，带动一些不知名小城火起来，不仅充分展示了地方特色文旅资源，而且拉动投资、丰富业态、提高收入、促进乡村振兴、推动经济发展。比如，四川甘孜州文化广播电视和旅游局局长刘洪手牵骏马的短视频，让不少网友慕名前往甘孜。春节假期，全州共接待游客45.66万人次，实现旅游综合收入50224万元，较去年同期分别增长106.33%和107.42%。

视频“出圈”，一方面因为契合游客需求，随着文旅行业复苏和发展，不少人都想来一趟“说走就走的旅行”，尤其对不了解、不熟悉的“远方”心生向往，希望看到精彩丰富的旅游推介；另一方面，地方文旅部门负责人主动站出来，改变“酒香不怕巷子深”思维定式，突破传统宣传模式，拉近了与游客的距离，让网友感受到地方开放好客的诚心与真心。

有竞争才有进步，有比拼才有突破。虽然不乏一些质量不高、扮相不好、身份不妥等不理解之声，但文旅局长们在做好本职工作基础上，为家乡发展进行的探索和尝试，应得到包容和鼓励。其实，每一次惊艳“出圈”背后，都凝聚着很多人的心血和智慧。互联网信息纷繁，网友的审美和眼光越来越高，如果文旅局长们只是抱着跟风糊弄的浮躁心态，是不可能收获长久关注的。只有从实际出发，认真调研策划，顺应互联网传播规律，融合地方优势和特色旅游资源，出新招、走新路，才能打动游客、引来游客。

“拼”创意更要重服务。旅游需要“网红”，但“网红”并非旅游的全部。把线上流量转化为游客线下行动还不够。局长们“代言”的不仅是当地的自然风光、人文景观，更是服务质量、管理水平。游客慕名而来，希望看到的是视频里承诺的各种美好能一一“兑现”。如果旅游设施不完善、景区服务跟不上、游客观光体验差，那无论局长们怎么变着法子“吆喝”，都吸引不了“回头客”。从这个角度说，无论宣传如何出新出彩，落脚点都应在完善旅游基础设施、提升旅游服务质量上。以高品质旅游产品供给，让游客愿意来、留得下、多消费，为当地带来“流量红利”、为百姓带来实在收益，形成文旅发展良性循环，这应是文旅部门努力的目标和方向。

文旅局长们身体力行推介旅游，是一种进步。从县长“直播带货”到局长“跨界代言”，人们看到党员干部站风口、赶潮流、勇创新的作为。带着为民情怀，多些思路转变，多些胆识担当，就能始终掌握发展的主动权，加速释放发展活力，不断满足人民对美好生活的向往。

文旅产业高开稳增持续回暖

来源：光明日报 2023年3月2日 第三版 记者 鲁元珍

【强信心 看优势】

近日的陕西榆林古城老街，一场非遗大集热闹非凡，市民游客沿着老街一路前行，地道秦腔、凤翔木版年画、西秦刺绣、安塞腰鼓，原汁原味的秦风秦韵扑面而来。

来一次说走就走的旅行，看一场心仪已久的电影，走进博物馆感受文化，来到古村镇品味乡愁……寒冬已过，春回大地，今年以来文旅产业复苏发展新气象令人振奋。“蛰伏”许久的人们纷纷走出家门，追寻久违的诗和远方。

文旅产业是人民群众喜闻乐见、参与度高的幸福产业，凝聚着人们对美好生活的向往。党的二十大报告提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的重大任务，就“繁荣发展文化事业和文化产业”作出部署安排，为下一阶段文化和旅游产业的发展明确了前进方向。文化和旅游产业快速发展、转型升级，将释放更多消费潜力，为经济高质量发展再添新动能。

加速复苏，文旅消费信心强劲

“终于等到了这一天！”2月6日凌晨0点15分，近50名游客从广州新白云国际机场出发，开启了前往阿联酋迪拜、阿布扎比和埃及的旅程。时隔3年，这支出境旅游团队标志着我国出境团队旅游业务正式重启。

“每天都满员，非常忙碌，但也十分开心。”对于刚刚过去的春节假期，海南三亚的民宿老板刘惟斯说起游客的回归，难掩喜悦之情，看着远道而来的游客住进民宿，相约看海景、逛古街，他知道旅游业的春天就要来了。

今年春节，是旅游复苏的一个新起点——全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%；国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。其中，云南、江苏、浙江等多个省份接待游客数量已经超过疫情之前。

亮眼的数字，提振了旅游行业的信心，唤起了更多人的出游意愿。暖春将至，节后旅游市场淡季不淡，错峰出游的人们意兴正浓——云南罗平的油菜花进入花期，骑行爱好者穿梭在油菜花海，踏青赏春的游人络绎不绝；从河南郑州出发的“红旗渠号”列车载着红色教育主题旅游团驶向林州，开启特别的红色文化之旅；在四川成都，灯会、光影节、火花节等夜游活动绚丽多彩、点亮夜色……

“疫情积压的出游需求集中释放，出游规模、消费结构、服务质量、市场主体获得感等指标全面上升，奠定了全年旅游经济‘高开稳增、持续回暖’的市场基础。”中国旅游研究院院长戴斌表示，业界预测，今年旅游市场有望在暑期迎来全面复苏。

为迎接即将到来的文旅消费热潮，文旅行业摩拳擦掌、积极准备，各地纷纷推出丰富的旅游产品和线路，实施景区门票减免打折、发放消费券等促消费惠民举措，进一步提振人们出游消费信心。

百花齐放，文化产业新业态涌现

今年以来，天津滨海新区的文化馆里活动不断，新春送“福”字，非遗展示，戏曲演出，精彩连连。“家门口就能欣赏这么好看的评剧演出，让我们过足了戏瘾。”市民张女士在看完折子戏《茶瓶计》后高兴地说。

春节期间，一部部高口碑影片为电影市场带来“开门红”——截至1月31日18时，2023年度电影票房破100亿元，刷新我国电影市场年度票房最快破百亿元纪录。

逛一逛展览，看一场演出，与家人朋友相约影院，在图书馆里潜心阅读……如今，丰富多彩的文化活动百花齐放，旺起来的文化消费展现着我国文化市场巨大潜力。

习近平总书记指出，衡量文化产业发展质量和水平，最重要的不是看经济效益，而是看能不能提供更多既能满足人民文化需求、又能增强人民精神力量的文化产品。

随着文化产业持续转型升级，新产品、新业态不断涌现，文化和旅游深度融合，不断满足人们日趋多样化的精神文化需求。近年来，科技与文化的融合让数字文化产业应运而生，沉浸式戏剧、特色书店、文创商店、数字展览等新形式走进生活，深刻改变着人们的文化休闲方式。

“文化新业态催生出文化消费新模式，激活了文化消费新体验，期待更多力量加入新型文化业态培育，不断激发文化创新创造活力。”中共中央党校（国家行政学院）教授祁述裕说。

2022年，全国文化产业保持平稳增长态势，文化新业态行业发展韧性持续增强。数据显示，2022年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入121805亿元，比上年增长0.9%。文化产业的高质量发展，提供了更加丰富的文化产品，也为人们增强了更多文化获得感、幸福感。

品味乡愁，文旅产业赋能乡村振兴

“一直想来北方看冰雪，官方推荐肯定少不了！”广东游客周先生第一次来到黑龙江鸡西，练习滑雪，看二人转表演，品尝农家菜，独特的乡土气息令他心情无比舒畅。日前，文化和旅游部推出128条“乡村四时好风光——瑞雪红梅 欢喜过年”全国乡村旅游精品线路，“鸡西冰雪逍遥游”乡村冰雪之旅就是其中之一。

赏花踏青、田园观光、民俗体验、农事采摘……走在青山绿水间，感受乡村烟火气。截至目前，我国共有1399个全国乡村旅游重点村、198个全国乡村旅游重点镇（乡），有4个乡村入选世界“最佳旅游乡村”。乡村旅游日渐成为人们休闲放松的好方式，也打开了讲述中国故事、展示中国形象的新路径。

原生态的乡土韵味、传统民俗和非遗技艺，让乡村拥有独特的文化魅力。一间间旅游民宿将创意设计、康养休闲、露营体验等多种业态结合起来，一批批非遗工坊为非遗手艺人提供了增收致富的路径，文化产业的发展正为乡村振兴持续赋能。

留得住青山绿水，记得住悠悠乡愁。一个个生态美、生产美、生活美的乡村成为游客们的向往之地，也吸引更多年轻人回到家乡，

投身乡村建设的浪潮。

在四川成都市新津区宝墩镇龙马村，85后成都女青年周曼返乡创办的餐厅坐落在金色的油菜花海间，白墙青瓦，甚是亮眼，不同主题的装潢、口味丰富的菜品使其很快成了远近闻名的“网红”打卡点。“家乡变得更加美丽宜居，我的民宿和餐厅也迎来更多客人，一座小院，四季春秋，这就是梦想的生活。”周曼感慨。

绿水青山就是金山银山，环境美起来，产业兴起来，文化味浓起来，文旅产业成为富民产业，为村民们增收致富，为乡村振兴添砖加瓦。随着文旅产业持续高质量发展，人们美好生活的愿景正在一步步成为现实。

（编辑 杨珠峰）