

文化产业信息动态

2023年 第14期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023年5月29日

目 录

1. 高强度旅游彰显交通支撑能力
2. 各地文旅探路“流量”变“留量”
3. 跳出旅游抓旅游 风景之外有风景

高强度旅游彰显交通支撑能力

来源：经济日报 2023 年 5 月 16 日 齐慧

今年“五一”期间，旅游市场全面复苏，各地旅游景点都迎来大量客流。其中，“特种兵式”旅游成为热搜，2 天游遍北京、5 天登顶五岳……高强度、长距离的旅游震惊了网友。

这些“特种兵式”旅游的群体大都是年轻人，能够顺利完成这些难度极高的动作，除了自身的良好体力和精准规划，更反映出当前我国交通领域取得的跨越式发展，交通体系已经高度实现了高效、便利、网络化。

高效体现在时效性上。与西方发达国家相比，我国高速交通网络不仅有航空，更有高铁。从 2008 年我国第一条高铁京津城际投入运行以来，截至 2022 年底，不到 15 年时间，中国高铁总里程已经达到 4.2 万公里，在世界上遥遥领先。在高寒、高原等各种复杂情况下均实现技术突破，日行千里成为平常事。高效的运行速度压缩了出行时间，也缩小了各地的时空距离，人流、物流、信息流的流动更加通畅，有效托举了经济社会健康运行。

便利体现在可及性上。当前群众出行除了飞机高铁这样的远距离交通方式，还有普通列车、旅游大巴、公交车、地铁等中短途交通方式，随着数字化信息化与交通的快速融合，网约车、共享单车等新出行方式的出现，更满足了多样化的出行需求。民众可以随时随地根据实际情况选择合理的交通方式，“在家千般好，出门万事

难”的局面有了明显改观。

更为关键的是，我国交通在速度、密度逐渐加大的前提下，更强调了衔接性，更突出交通网络的作用。目前，我国六轴、七廊、八通道的国家综合立体交通网主骨架空间已经初步形成，干线体系完备，支线布局合理，乡村交通“毛细血管”更是覆盖广泛。各种交通场站之间的换乘也更加便捷，货物多式联运比例明显提升，交通运行效率大幅提升。而且，随着信息化的推进，大家可以足不出户，在家中利用网络查询到相关出行信息和运行时刻表，充分利用各种交通方式做好路线规划。

虽然取得了较大的成绩，但我国仍处在“交通大国”向“交通强国”迈进的过程中，还有一些与发展不相适应、未能满足群众需求的地方，仍需要进一步努力。

还需继续加大运力。今年“五一”期间，因疫情阔别多年的火车票难抢的现象又出现了，既反映出群众出行需求恢复的可喜态势，也反映出我国交通运力还有提升的空间。需要各方合理规划、加大建设、适度超前、相机调度，以充足的运力保障经济社会发展需求，满足人民出行期待。

还需继续补齐短板。在一线城市、旅游重点城市交通网络逐步完善的同时，要加大对薄弱环节尤其是农村地区交通基础设施的建设力度，让广大农村有路可通，推动农产品进城、消费品下乡。同时建好更要管好用好，加强对农村公路的维护、保养、使用，加大村村通客车的推广力度，发挥交通更大的功能。

还需继续提升智能化水平。要将智能技术特别是数字技术广泛应用于交通领域，不断提升交通运输信息化数字化发展水平。推动基础设施“感知提质”、交通装备“智能高效”、运输服务“互联便捷”，减少拥堵、梗阻，提升效率、环保，满足人民群众更高质量、更多元化的出行需求。

各地文旅探路“流量”变“留量”

来源：经济参考报 2023年5月15日

严勇 张格 蔡馨逸 王凯 刘恩黎

今年以来，我国文旅业全面升温、强劲复苏。文化和旅游部日前公布的数据显示，2023年一季度，国内旅游总人次12.16亿，比上年同期增加3.86亿，同比增长46.5%。国内旅游收入1.30万亿元，比上年增加0.53万亿元，增长69.5%。

无论是去“有风的地方”体验慢生活节奏，还是到山东淄博感受“滋滋冒油的烟火气”，今年以来，各地文旅也卷出了圈，在探路“流量”变“留量”上各显神通，做出了有效尝试。专家表示，获取流量密码不能仅限于“抄答案”，更应关注“解题过程”。实现“网红”到“长红”的转变，既要苦练内功，又要外塑形象，最终赢得口碑。

花样多新意足 获取流量密码有高招

刚刚过去的这个“五一”，最火的城市非淄博莫属。淄博烧烤的“一座难求”超出了许多游客的想象。假期首日，淄博浅海美食城的烧烤热门区里，一条小街涌入了近4.5万人次游客；“五一”期间，住宿预订量较2019年上涨865%，增幅位居山东第一。当地文旅产业迎来“春天”。

对于“新晋网红”淄博来说，烧烤让这里“一夜爆红”，但也存在昙花一现的隐忧。淄博有关部门意识到这一点后，趁势策划了

一系列“烧烤+文旅”活动，向游客推介红叶柿岩、马踏湖、周村古商城等景区，带动全域旅游发展。

此外，以“一桌一炉一卷饼”烧烤模式跻身网红城市后，淄博迅速抓住机遇，全方位推介齐韵文化、鲁菜风味、山水景色、陶琉工艺等城市名片。淄博市文化和旅游局局长宋爱香介绍，期望借助淄博烧烤热，把更多的游客从烧烤“流量”变为景区“留量”，推动淄博文旅产业的深度融合和提质增效。

作为首批国家级风景名胜区之一，“奇险天下第一山”华山成为越来越多中外游客的神往之地。春节以来，为满足游客多样化、个性化的旅游需求，华山景区不断丰富旅游业态，推出沉浸式侠文化主题“剧本杀”，打造华山冰雪世界。

4月22日，华山冰雪世界开启了“夜游”模式，为游客在夜爬华山之外，提供了在冰雪中感受“速度与激情”、畅快戏雪的新选择，形成“白+黑”全时段文旅消费场景。今年“五一”假期，华山景区共接待游客12.7万人次，同比增长571.46%。企业实现营业收入2403万元，同比增长446.74%。

在长沙五一商圈，春节期间一度出现市场供给和消费需求不匹配的情况，游客在一些地点排队时间过长甚至吃不上饭。“五一”前夕，长沙各大商户做足了准备，通过加大食材采购、增加高峰期用工、延长营业时间、优化排队方式等措施，提升优质产品和服务的供给能力。

近段时间，山城重庆依旧热闹不减，很多人跨越千里只为一睹

风采。以南岸区为例，这个地处长江之滨的不夜城，正从人间烟火气、最贴近民生和老百姓最亲近的集市切入，打造更具活力的夜间消费集群。

这个春节，因热播剧《去有风的地方》，本就是热门旅游地的大理更火了。为持续打造这一顶流 IP，将“流量”转化为发展“留量”，大理不断丰富文旅业态，推动产业升级，焕新城市形象。

赢口碑是王道 服务细心又暖心

梳理网红城市“炼成记”可以发现，和以往不同的是，如今各个城市不再满足于宣传“吃喝玩乐”，而是不断提升城市品质和美誉度，加速整体旅游环境和服务的提升。

爆火之后，淄博没有“头脑发热”，而是站在游客角度充分考虑问题，在“五一”前夕发布《致广大游客朋友的一封信》，建议错峰出游，打出时间差、换得舒适度。这样一封诚意满满的信，再次让淄博赢得了好口碑。

山东大学社会学教授王忠武表示，旅行贵在品质，淄博对流量保持着清醒的态度，文旅等部门乐见流量带来的知名度提升，但更珍惜城市美誉度。

春节以来，潮州、台州、柳州等中小城市的表现也颇为亮眼，这些城市或以螺蛳粉等特色美食，或依托《狂飙》、英歌舞等文化产品和传统艺术的影响力，火爆出圈，吸引了空前的人流。

与旅游“下沉”相适配，包括淄博在内的很多城市，正在通过加强公共服务等方式，实现地方旅游环境和综合环境的“向上”升

级。以淄博为例，通往该市八大局便民市场的道路原来坑洼不平，为了方便游客“打卡”，淄博三天就修好了一条路。同时，为应对“五一”大客流，淄博还发出通知，要求具备开放条件的党政机关、事业单位，免费向社会开放停车场和厕所。

不仅如此，除了提升体验值，各地还在“花样”宠游客上来了了一番较量。

“五一”假期首日，重庆市景区流量大幅增加。4月29日当晚，洪崖洞景区周边道路分时段、分路段实施交通管制，千厮门大桥再次“封桥”宠游客，成为一座横跨嘉陵江的观景平台。

4月以来，昆明蓝花楹竞相盛开，成为春城最美的一道风景线。为了方便游客拍照打卡，昆明交警用锥形桶围成一个个安全区域，专门让出蓝花楹赏花“C位”，还在教场中路等网红路段启动临时交通管制，将原来的双行道改为仅允许机动车单向通行的单行道。这样一来，游客便可以安心赏花。

为了让游客玩得更加舒心，一些旅游城市在推进市场监管等方面也做出有效尝试。近段时间，云南大理、丽江和福建厦门等地相继发布规范餐饮、住宿和旅游服务的提醒告诫书，规范旅游市场价格秩序，要求各经营主体明码标价，不得侵害消费者权益，并开出相应罚单。

释放消费潜力 吸引游客一来再来

吸引“流量”不难，但打造“留量”不易。“网红”变“长红”，一字之差，背后却有很多工作要做。

首先，持续加大业态创新供给，实现量质齐升。中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山表示，“五一”后，要保持旅游消费长期向好的势头，各地必须继续加大业态创新供给。要持续输出文化创意场景，用创新迎战瞬息万变的“流量经济”。

湖南省旅游景区协会会长、湖南华夏投资集团董事长钟飞说，文旅产品要跟着市场走，跟着游客的身心需求走，要及时发现消费新需求，抢抓消费升级，开发新产品、新业态、新消费模式。与此同时，政府部门在守住安全等底线的前提下，对于新产品、新业态要抱有包容和开放的态度，鼓励经营主体持续创新、做大做强。

陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕说，当前“特种兵”旅游比较流行，说明以学生为代表的青年群体旅游需求旺盛，但又存在时间紧、资金紧等现实问题。针对该群体，可推出旅游专线，实现交通、餐饮、住宿的无缝对接，把更多时间留给景区，改变他们“走马观花”的旅游，提升旅游品质，吸引更多人出游。“如果可以抓住每个细分群体的旅游需求，针对不同顾客推出不同的旅游产品，既可以丰富旅游业态，也可以把小众旅游做成大市场。”

其次，以游客为中心，靠口碑树品牌。不可否认，网红城市的旅游消费市场火爆，但随之而来的排队到崩溃、产品和服务跟不上、遭遇“价格刺客”等问题也不可回避。业内人士认为，“网红”城市在享受“流量红利”的同时，应格外做好安全保障、产品供给、市场监管等工作，收获更多的“点赞量”，保持长久吸引力。

重庆工商大学莫远明研究员告诉记者，此外，还应注重旅游行

业的自律和监督机制的建设，建立和完善投诉机制，及时发现和处理各类违规现象，推动旅游行业的健康发展。

莫远明说，要让“网红”变“长红”，政府部门一方面要出台拼经济的惠民惠企举措，另一方面也要出台真金白银的刺激消费复苏的措施，释放消费潜力。

最后，提升城市综合治理能力。从完善社会服务层面持续发力，如规范服务业价格、开放免费停车场、建设更多公厕、推进无障碍设施建设……从神经末梢的改变去积累好的口碑，提升整个文旅产业、地方形象，以及当地百姓的幸福指数。

受访人士表示，“流量”能否变成“留量”，检验的是一个城市的综合治理能力。更细更深的功夫要做在服务 and 监管保障上，真正让人来了不想走，走了还想再来。如何让远道而来的游客乘兴而来，尽兴而返，考的是相关部门的暖心贴心和用心，考的是商家和经营户的热心、诚心和良心，图的是让游客放心、安心和开心。这是真正的内功，须久久为功。

跳出旅游抓旅游 风景之外有风景

来源：内蒙古日报 2023年5月17日 安华祎

好看的皮囊终要以有趣丰富的灵魂来支撑，独具特色的风景固然是重要一环，但耳目一新的产品、熨帖人心的服务、持续创新的业态更是吸引人、留住人的“硬软件”。因地制宜、因势利导，持续创新、不断迭代，大力实施“旅游+”战略，才能不断提升内蒙古旅游吸引力、竞争力，让雪变银、沙变金、草原林海蓝天白云变成“聚宝盆”

作为后疫情时代的首个长假期，今年“五一”内蒙古累计接待游客超1000万人次，同比增长2.4倍；全区304家A级旅游景区累计收入24.06亿元，300余家星级饭店、等级民宿收入增长近1倍，文化和旅游市场呈现发展新活力。可是，借着利好趋势，如何把复苏的船帆张得更满，如何让回血回暖之路走得更顺利，或许还有不少问题值得我们思考。

“颜值”聚人气，“气质”留人心。内蒙古旅游资源丰富，大草原、大森林、大湖泊、大沙漠、大山脉绘就了北疆大地的大美画卷，但在一些景区景点偏重观光游览，缺乏文化的展示和体验，游客仅仅是观景、拍照、买纪念品；一些地方把文物、非遗等“宝贝”藏在库房中、锁在箱子里，游客看不到、听不见；一些优质的文艺作品不能有效对接旅游市场，演出送不到游客身边……好看的皮囊终要以有趣丰富的灵魂来支撑，独具特色的风景固然是重要一环，

但耳目一新的产品、熨帖人心的服务、持续创新的业态更是吸引人、留住人的“硬软件”。这也意味着我们发展旅游业不仅要打造观光的“样板间”，更要跳出旅游抓旅游，让游客看到“比风景更美的风景”。

都说在文旅融合时代，“故事力”就是“影响力”，其实，讲好故事归根结底靠文化的积淀和输出。比如，呼和浩特市打造东乌素图 20 多万株杏林景观，登高远眺满目繁花似锦，还融合了传统武术、古韵服饰表演、诗画交流栏目，让游客尽享文化盛宴；再如，《千古马颂》《诺恩吉雅》《相会敖包》《水韵阿尔山》《套娃景区演艺》等一批文化内涵丰富、艺术水平精湛的演艺剧目的推出，更好地满足了游客多样化体验需求……把好风景讲出好故事，把好故事做成好产品，让文化和旅游“融”得自然、“合”得协调，才能让游客在文旅体验中不仅“悦目”，而且“赏心”。

拼品质也要重服务。最近爆火的淄博，以城市的走心换得游客的舒心、用政府的诚意赢得大众的满意，实现了从“平平无奇”到“最大赢家”的华丽转身。始于烟火，归于真诚。旅游服务质量从来不是只停留在消费层面，而是融入在体验层面，涵盖了设施便利、行为规范、环境氛围、投诉处理等方方面面。我们推动文旅产业高质量发展，归根结底是要创新举措、注重细节，老老实实以服务优化存量、积攒口碑。只有适应市场需求、提升服务质量，才能赢得一席之地；只有引领消费升级、树立行业标准，才能擦亮文旅金字品牌。

好的旅行，不仅能看得到美丽的风景，感受得到不同的文化，更能采撷一路的心情和感悟。而创意十足的多元业态、情景交融的沉浸体验，则是让旅游持续焕彩的“上新秘诀”。从“不倒翁小姐姐”到“石头哥”“喊泉”再到如今的“房玄龄”和“杜如晦”，近年来，不断火出圈的西安大唐不夜城景区的许多做法就很值得我们学习借鉴。因地制宜、因势利导，持续创新、不断迭代，大力实施“旅游+”战略，才能不断提升内蒙古旅游吸引力、竞争力，让雪变银、沙变金、草原林海蓝天白云变成“聚宝盆”。

文博游、露营游、赏花游，各地接续上线丰富多彩、形式多样的旅游产品；短视频、换装秀、视频挑战接龙，各级文旅局长“花样百出”为当地文旅代言；老字号、传统特产、创意设计，既有颜值又有内涵的“内蒙古礼物”颇受游客青睐……“方向对了，再远的路都能到达。”抓好自己的产业带建设，谋划好丰富多样的文旅项目，持续提升景区的吸引力，让旅游景点有“看头”也有“说头”，内蒙古的文旅事业就能点上开花、面上成景。

（编辑 杨珠峰）