

# 文化产业信息动态

2024年 第32期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024年 11月 22日

---

## 目 录

- 1.短视频直播成文旅消费入口
- 2.形成文旅互促的良性循环

# 短视频直播成文旅消费入口

来源：经济日报 2024年11月20日 黄鑫

塘厦碌鹅、冼沙鱼丸的烹饪技巧，观音山的徒步路线，东莞的各色美食、美景成为短视频直播平台的“流量密码”，本地商家、景区纷纷注册账号发布短视频。复旦大学媒介素质研究中心、深圳大学城市传播创新研究中心日前发布的《短视频直播与东莞文旅研究报告》提出，短视频和直播正成为大众了解地方的新途径，不断吸引游客前往打卡消费，文旅消费实现了从线上种草、下单到线下体验的转化。报告分析，短视频和直播以游客体验、市民生活为切片，将历史故事等文化元素融入山川街巷，实现地域文化、自然风光、人文景观的破圈传播。

中国传媒大学本科生院院长、网络视频研究中心主任王晓红表示，短视频直播重塑了文旅生态，让线下旅行变成日常生活中可以随时随地展开的多媒介作用、多形态叠加、多功能交织且虚实相生、线上线下连通的活动。实现了人们无需远行也可以远游，无法在场也可以同场的跨媒介活动，是数字时代文化流通的主导模式，而跨媒介旅行就是数字时代文旅产业的新常态。

复旦大学新闻学院教授张志安分析，在短视频直播平台，多主体参与文旅资源挖掘，助力中小城市增加曝光度，各类美食探店、自然风光打卡等短视频直播成为游客了解一座城市的新方式。这些真实展现的人间烟火，不断吸引游客线下打卡，促进了餐饮景区消费的增长，使得景区商家直接获得用户反馈和新客群，也能帮助地

方沉淀文旅资源、提升服务，使城市文旅从符号化的表浅传播走向对城市实体经济发展的助力。

王晓红认为，直播所具有的生产个体化、传播过程化、营销短链化、应用界面化的突出优势，重构了旅游生产与消费形态，加速了文化和旅游的深度融合。同时，共时体验、即时消费的直播缩短了文旅产品的供应链和商业转化的价值链，助力形成“短链”文旅经济。

“短视频促进了文旅宣传的人格化、情感化传播。短视频把最精彩的内容进行聚焦和盘点式提炼，配合真实故事和独特景点，强化了情感体验，放大了情绪价值。”中国社会科学院新闻与传播研究所世界传媒研究中心秘书长、研究员冷凇说。

此前，与大城市相比，中小城市缺少知名景观，较难吸引游客。对此，张志安分析，在短视频直播语境下，景观因素正在消退，不再成为城市文旅最吸引人的地方，取而代之的是崛起的场景。美食餐饮、城市生活、自然景观都可以通过短视频直播进行连接，一座可接近、可吃、可看、可玩的城市形象瞬间立体起来。年轻人能够消费得起的、能互动和体验的、可以获得情绪价值的场景，是当前城市文旅的魅力所在。

王晓红认为，过去，旅游地的商务资讯与游客是脱节的，双方信息只能在交易环节才能对接，且通常伴随着第三方中介。如今，大众可直接在直播中体验风土人情，实地探店、欣赏观景的意愿被激发。景区、主播、游客、商家共同参与的直播生态，不仅让旅游地的商品和服务在成行前可直抵消费端，也激发了消费意愿，还带

动线下客流转化，有助于拓宽文旅消费场景。

文旅产业的深刻变革仍在继续，只有多方协同发力，才能带动文旅产业创新发展。王晓红表示，文旅主播要提升综合素养，助力打造精品文旅品牌；旅游地要鼓励在地居民利用直播推广当地特色产品，调动在地居民的参与和创造力；直播平台要加强内容规范，建立内容创作者、平台和在地服务商的良性互动链条，保障消费者获取真实可信的信息并获得良好体验。

# 形成文旅互促的良性循环

来源：光明日报 2024年11月22日 岳富贵

近日，河北张家口崇礼的几个滑雪场陆续开板并迎来开门红。各滑雪场全方位提质扩容，丰富场地类型，扩大雪具租赁区并增加索道、魔毯运力，更注重滑雪游客的体验感。后冬奥时代，崇礼依托优越的自然条件以及丰富的人文景观，“搭乘”京张高铁，对接京津资源，加速文旅融合，成为京张文化旅游带上的一颗璀璨明珠。放眼全国，还有很多地方在探索文旅融合的过程中积累了有益经验。

推进文旅深度融合，是促进我国高质量发展的重要一环。习近平总书记指出，推进文化和旅游深度融合，把文化旅游业培育成为支柱产业。这为我们加快推进旅游强国建设指明了方向、明确了任务。推进文化和旅游深度融合，可以为数字技术提供广阔的应用场景和海量数据，促进数字经济快速发展，同时文旅产业能耗低、污染小，也是大有可为的绿色产业。此外，伴随着人们对生活品质的要求不断提高，提升旅游的文化品位和文化的旅游体验十分必要。人们对个性化、创意化生活不断追求，特别是年轻人参与、互动、体验消费需求日益增长，需要我们积极推进文化旅游业的多样化发展，创造丰富多彩、寓教于乐的文化旅游产品。

文化产业蕴含着巨大发展空间。我国旅游及其相关产业增加值对 GDP 的贡献已超过 10%。文化和旅游部数据中心测算的数据显

示，2024年国庆假期国内旅游出游7.65亿人次，按可比口径同比增长5.9%，较2019年同期增长10.2%；国内游客出游总花费7008.17亿元，按可比口径同比增长6.3%，较2019年同期增长7.9%。文化和旅游深度融合催生的新技术、新产业、新业态、新模式、新产品开辟出发展新空间，如农文旅融合发展，推动全国乡村旅游人次年均增速超过20%。也要看到，文化和旅游融合发展增长前景可观，形成文化和旅游相互促进的良性循环，将产生1+1>2的放大效应。

深挖文化内涵，筑牢文化之根。工文旅、农文旅、商文旅、研学旅、红色旅等形式，可以让消费者在享受自然之美的过程中更好地认识中国、了解中国、感知中国、热爱中国；把博物馆、图书馆、美术馆、文化馆、非遗中心等融入旅游发展中，可以让消费者在旅游过程中了解和认知中华优秀传统文化，把历史和现实贯通起来，树立正确的历史观、文化观。文化和旅游的融合发展，要深入挖掘中华优秀传统文化，以此为基础开发文创产品、旅游项目，提升服务产品的质量与水平。

激发消费意愿，挖掘消费潜力。通过创造新的消费形式，推动文旅产业快速发展，进而创造更多的就业机会，增加居民收入。比如，一部电影、一场演出、一个展览、一档节目，都会吸引众多游客前往打卡，带动当地住宿、餐饮、娱乐、特色产品的销售，带来可观的旅游收入。动画电影《长安三万里》上映后10天，来西安的外地游客到店堂食订单量同比增长387%，外地游客酒店和民宿订单量同比增长339%，外地游客门票订单量同比增长28倍。这些都显示了文化产品对旅游消费的巨大带动效应。

文旅融合，既要发挥市场在资源配置中的决定性作用，又要更好发挥政府在整个规划布局、营商环境优化等方面的重要作用，形成政府搭台、企业唱戏、群众受益的多向互利发展模式。比如，湖北宜昌文旅部门坚持“宜荆荆都市圈文旅产业发展联盟”轮值制度，深化博物馆联盟、文化馆联盟、图书馆联盟交流合作，加强节庆赛事活动合作等，让政府与市场双向奔赴，为宜荆荆都市圈文旅融合发展作出更多贡献。此外，还需健全文化和旅游融合发展的统筹协调机制，提高政策精准性、协调性、有效性，推动多要素在区域间顺畅流动，加快形成统一的文旅大市场。

（作者：岳富贵，系中央民族大学中国兴边富民战略研究院研究员）

（编辑 杨珠峰）