

文化产业信息动态

2024 年 第 33 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024 年 11 月 28 日

目 录

1. 山东青岛：以信用为市场主体“画像” 打造文旅服务品牌
2. 网络文学实现文旅再生式传播

山东青岛：以信用为市场主体“画像” 打造文旅服务品牌

来源：中国文化报 2024 年 11 月 28 日 于 帆

国内热门目的地 TOP10、民宿预订热门目的地 TOP10、亲子家庭热门出游目的地、入境游热门目的地……继端午节、“五一”、暑期等文旅消费旺季后，山东青岛在国庆期间再次登上多个平台发布的国内旅游市场榜单。凭借得天独厚的自然资源禀赋，青岛正以丰富的文旅服务供给、诚信经营的良好行业氛围、不断提升的旅游品质，成功吸引八方游客。

“来青岛，建议你一定要来逛逛大鲍岛文化休闲街区，这里有历史与时尚的碰撞、美学与美食的融合。”某社交平台上一位网友向大家推介青岛知名旅游“打卡地”大鲍岛。近年来，大鲍岛文化休闲街区持续推动“潮玩”“复合式业态”“场景化体验”等新消费场景落地，吸引当地市民和全国各地消费者纷至沓来。

据青岛环海湾文化旅游发展有限公司副总经理王萌婕介绍，作为国家级旅游休闲街区，大鲍岛文化休闲街区秉持“诚信为本、顾客至上”的经营理念，新商户入驻时首先需要签署诚信经营倡议书。自 2022 年开街以来，该街区运营公司每月组织商铺进行诚信经营培训，帮助经营者树立规范有序的管理理念，提升商品质量和服务品质。“我们以诚信搭建起连通经营者和消费者的信任之桥。目前，大鲍岛文化休闲街区节假日全天平均客流量近 6 万人次，持续为市

民和游客提供诚信消费体验。”王萌婕说。

作为全国社会信用体系建设示范城市、国家级文化和旅游消费示范城市，2023年9月，青岛成为山东省唯一一个入选国家文化和旅游市场信用经济发展试点的城市。一年来，青岛在信用机制体制建设、信用消费场景打造、诚信文化宣传等方面进行了探索和实践，为文旅市场信用经济建设奠定了坚实的基础。围绕优化信用消费环境这一试点任务，青岛市运用信用手段释放消费潜力，推出以信用为基础的产品和服务，推动信用惠民便企，优化消费体验。

青岛市文化和旅游局市场管理处处长苏宏伟表示，青岛市着力打造“数据互通+监管服务+消费场景”三位一体的文化和旅游信用服务管理平台，通过平台归集涉旅企业的基础信息、良好信息、失信信息和其他信息，形成信用档案，逐步构建文旅市场主体“全景画像”。同时，建设了“信游青岛”专区，为游客提供行前、行中、行后的全流程信用服务，帮助游客放心出游。

记者了解到，青岛从公共信用、综合能力、遵纪守法、服务质量等维度对全市849家旅行社进行信用评价，并依据评价结果实施差异化监管，对诚信较好的旅行社及产品进行推介，对信用较差的旅行社进行靶向监管。游客抵达青岛后，如有旅行社消费需求，可通过扫描旅行社显著位置张贴的“信用码”，查看该旅行社的基本信息及其是否有处罚等警示信息、是否获得A级信用评价等。

“一旦旅行社存在警示信息，页面上方会变成红色，游客可以‘码’上知晓、心中有数，从而实现‘先关注信用再决定消费’，享受‘查得准、看得懂’的安心消费体验。对于消费者而言，这一

‘信用码’为其打造了安全的消费新场景，提供放心的消费新体验；对于商家而言，通过‘明码’经营，在‘亮身份、亮承诺、亮责任、亮荣誉’的同时，也进一步增强了自律意识，树立诚信意识、品牌意识。”苏宏伟说。

为不断擦亮青岛诚信与文明旅游的金招牌，青岛市各行业积极行动，加强监管，倡导联动，不断优化游有诚、食有信、宿有规、购有章的旅游环境。日前，青岛市精品旅游促进会与青岛旅游集团联合发起成立“青岛文旅企业诚信经营联盟”，首批吸纳 126 家文旅企业和商户，并发布《青岛市文化旅游行业诚信经营公约》。加入联盟的商户表示，诚信经营不只是落在纸面上的承诺，更需要在日常经营中切实让消费者感受到真诚服务。

为了更好地提升游客消费体验，今年青岛旅游集团全面启动先行赔付机制，并覆盖旗下各旅游景区、场馆、街区的各类文旅产品，第一时间响应市民及游客诉求，满足条件全额退款、免单，以更大力度提升旅游服务品质。“文旅产业是青岛重点发展的现代服务业之一，加快推动旅游服务质量提升，是构建优质高效服务业新体系、加快文化和旅游高质量发展的重要推动力。对于文旅企业而言，诚信经营就是要让游客在常态化的消费体验中切实感受到真诚，让消费更放心，体验更舒心。”青岛旅游集团党委副书记、总经理谭鹏说。

网络文学实现文旅再生式传播

来源：科技日报 2024 年 11 月 22 日 王旭辉

近年来，网络文学频频跨界“出圈”。其更新快速、题材广泛、形式多样的特点，能不断产生吸引公众的新内容，将文化资源转化为文旅商机。文旅部门也把握文旅消费升级新趋势，正将网络文学 IP 优势融入到本地旅游场景中，着力打造沉浸体验展、IP 主题乐园、IP 主题酒店等兼具文化特色、沉浸感、互动性的文旅新业态新场景，不断满足游客需求，提高主题文旅项目的社会价值和经济效益。如小说《长安十二时辰》在网络化传播与影视化改编之下，成为知名潮流文化 IP。2022 年，西安更是打造了大型沉浸式实景旅游景区——长安十二时辰主题街区，成为当年全国最火热的旅游景点之一。

文旅融合由来已久，人们因旅而文，亦因文而旅。如今，诗与远方不再是独属于文人墨客的雅致，而是大众对于美好生活的普遍追求。在数字媒介时代，网络文学崛起及 IP 化展现了新的传播特征，数字化的文化空间勾连“屏幕”与“旅途”，助力文学打开时空之门、走进文旅地点。然而，在“一屏万卷”的数字时代，我们得以在字里行间“一日看尽长安花”，又为何还渴望在现实生活的旅途中寻遍笔墨情致中的山河画卷？

如果说阅读文学作品是读者与某片土地的对话，而旅行则是这场对话的身体力行。作者在文学作品中所描绘的风景、历史和文化，

早已在读者心中种下了好奇与渴望的种子，而当读者踏上书中描绘的那片土地，当纸上的风物跃然眼前，读者便仿佛真切地穿入了小说的世界。

数字媒介时代，数字传播赋予了文学前所未有的“可见性”，使其在读者的评论、分享等二次创作中，通过平台和网络迅速扩散，使特定文旅地点获得新的文化内涵，实现文旅的再生式传播。

在数字技术可供性之下，网络文学成为赋予旅行意义的文化介质，与影视“联姻”所带来的媒介想象力则深化了景点的文旅意涵，所形成的文化 IP 化身成为景区“流量密码”，引领读者在旅行中虚实融合，打破想象与现实的“次元壁”。可以说，这是一种追求与文学“共鸣”的旅行，读者在沉浸式体验中获得深刻的情感共鸣。这种感性体验也重塑了他们对地方文化的认同。行走于文学作品中描述的土地，读者从局外人转为与地方文化共鸣共生的鲜活主体。通过真实体验，个体与作品中的文字不再割裂，而是被唤醒文化记忆，产生深刻认同。

以文促旅，以旅彰文，文旅融合的意义便在于此。景区所承载的是中华大好河山的自然风光，更是泱泱大国源远流长的民族文化，传承与传播文化是文旅活动的“天赋”，若想将其最大化，就离不开文学等优秀文化作品的活化赋能。《水浒传》于龙虎山，正如《长安十二时辰》于西安，网络文学正成为带动并赋予文旅价值的新载体。

如尼葛洛庞蒂在《数字化生存》中所言：“我们已经进入了一个艺术表现方式得以更生动和更具参与性的新时代。”数字时代，

网络文学将众多美景带到读者眼前，为山河画卷赋予了新的生命，让读者“身体”和“灵魂”的双重旅程交织互嵌。

让我们一起跟着网文去旅行，重新发现文学和生活、虚构和真实在特定地点里的共生吧。

（作者系中央民族大学民族学与社会学学院副教授）

（编辑 杨珠峰）