

本期关注

文旅产业高质量发展

到成都东郊记忆逛“潮物相因集”，去云南乡村感受“诗和远方”，赴广西尽享南方夜市的“烟火气”……今年“十一”假期，文旅市场持续火热。文旅消费是扩大内需的有效途径，也是满足人民群众美好生活需求的重要载体。近年来，我国文旅供给侧结构性改革不断深化，文化和旅游深度融合，新业态、新模式、新供给加快涌现，推动文化休闲、旅游出行等需求集中释放。

文化旅游产业是国民经济的重要组成部分。当下文旅消费的火热，一方面折射出消费市场的蓬勃活力和巨大潜力，彰显了我国经济强大的内生动力；另一方面也触发了国内文旅产业转型升级，催化出一场产业淘汰赛。当我们关注到文化旅游产业保持高“流量”的同时，也应高度关注其背后蕴藏的诸多挑战。当前成都文旅产业发展面临哪些政策支持和科技赋能？如何破解产品同质化、游客承载等压力，推动成都文化旅游产业高质量发展？如何把握好游客在旅游中的参与感、体验感，精准对接人民群众的文旅需求？围绕这些议题，本期《理论周刊》专题解答。

推动成都文旅产业繁荣发展与迭代提升

陈睿

刚刚过去的国庆黄金周，成都文化旅游市场呈现出天气好、秋意浓、人气旺、消费热、市场火的良好态势。统计数据显示，今年国庆黄金周，成都接待游客总量2378.9万人次，同比增长5.1%；实现旅游收入226.5亿元，同比增长8.9%。接待入境游团队287个，同比增长198.2%；全市A级旅游景区接待游客1135.5万人次，同比增长9.5%。成都积极丰富节日期间文化旅游产品供给，除了传统的武侯祠、杜甫草堂、大熊猫基地、宽窄巷子、锦里、夜游锦江、特色小镇等旅游项目，成都今年国庆推出的围绕“共唱一首歌”“共绘一幅画”“共吟一首诗”“共奏一首曲”四大主题而设置的75个场景点备受青睐，用上千场的文旅活动，吸引全国和世界各地游客到成都街头走一走，解锁古朴优雅、现代活力的成都。当前，发展文化旅游产业领域新质生产力，实现产业升级和高质量发展，成都面临着新的发展机遇。

时代机遇：政策引领与科技赋能

一是政策引领。9月27日，国务院正式批复了《成都市国土空间总体规划(2021—2035年)》，对成都的城市性质进行明确定位：“四川省省会、西部地区重要的中心城市、国家历史文化名城、国际性综合交通枢纽城市”，要求成都发挥“西部经济中心、西部科技创新中心、西部对外交往中心、全国先进制造业基地”的城市功能，建设成为“践行新发展理念的公园城市示范区”。

批复明确提出：“彰显城乡自然与文化特色，健全文化遗产与自然资源空间保护机制，加强青城山—都江堰世界文化遗产、四川大熊猫栖息地世界自然遗产、通济堰世界灌溉工程遗产和金沙遗址等古蜀文化遗产保护。加强对城市建筑高度、体量、色彩等空间要素的管控引导，保护好历史城区和历史文化街区。构建文化资源、自然资源、景观资源整体保护的空间体系，塑造古城风貌与现代文明交相辉映的城市特色风貌。”

《成都市国土空间总体规划(2021—2035年)》为成都未来的发展提供了巨大的政策支持 and 明确的愿景。“公园城市”“文化名城”“历史与现代交汇”是成都的城市特色和品牌标签，是成都文旅产业发展的历史机遇与时代使命。

二是科技赋能。当前，新一轮科技革命正在深入发展，以人工智能、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、区块链、大数据、云计算等为代表的数智技术，正在成为推动新质生产力发展的核心动力。成都文旅产业在这场科技浪潮中积极探索“科技+文化”“科技+旅游”的新路径，打造新模式、新业态、新消费场景，满足全年龄段消费者的多元化消费需求，通过科技赋能推动成都文旅产业转型升级。

大数据与智慧旅游。借助大数据分析技术，成都正在加速推动旅游业的智慧

化转型，以实现“城市智慧化、旅游现代化”的目标。不仅提升了景区管理的效率与精细化水平，也为游客提供了更为便捷和个性化的旅游体验。例如，6月刚刚上线的“云游锦城”智慧文旅平台集成了多种智能功能，包括个性化定制游、全景漫游体验、语音导览和一键导航等。这些功能涵盖了成都市各类旅游及文化资源，如景区、文博场馆、美食、酒店和购物商圈等，通过大数据和人工智能技术，能够为消费者提供智能化、个性化、精准化的深度旅游服务。

元宇宙技术与文化的深度融合。通过元宇宙相关技术与成都历史文化遗产的深度融合，打造全新的旅游模式。例如，通过AR技术可以让游客在手机屏幕上看到历史建筑的原貌，应用VR设备可以让游客身临其境地体验古蜀文化，大大提升了游客的体验感和互动性。例如，四川博物院和四川省文物考古研究院联合主办的全国首场“重返三星堆——古蜀王国奇幻之旅VR沉浸式展”，通过VR技术，将古蜀王国的神秘与辉煌以数字化的形式重现于世人面前，为游客带来了一场前所未有的古蜀文明探索之旅。

区块链技术与文旅的创新结合。区块链技术应用于文化旅游产业有着巨大的应用潜力。成都文旅行业正在探索利用区块链技术来记录和管理游客的行为数据，提升旅游服务的安全性及透明度。例如，通过区块链，游客的个人信息、消费记录等数据可以得到更安全的管理与存储，有效避免数据泄露和不当使用。同时，区块链技术还能应用于文物及工艺品的溯源，为文旅产品的真伪提供可靠的认证机制，增强游客的信任感，也促进文化产品和创意产品的交易升值，从而深入推进成都数字文创品牌的开发和传播推广。

旅体商资源要素整合，可以升级文旅产品开发、服务供给、品牌IP打造等，在资源和设施共享中实现供给和消费的升级。通过举办具有国际影响力的文化节庆和体育赛事，提升成都国际知名度和旅游吸引力。世界科幻大会、大运会的成功举办，不仅展示了成都的城市形象，还带动了旅游消费的持续增长。可以继续策划和举办此类活动，利用它们的溢出效应，推动文旅产业快速发展。

第三，全方位拓展“文旅+”模式，打造成都文旅品牌。创新文化旅游产品形态，满足游客的个性化、多样性需求。积极适应当前旅游消费多元化、个性化、定制化的需求，成都应积极推进“文旅+科技”“文旅+教育”“文旅+康养”“文旅+影视”“文旅+动漫”“文旅+游戏”等多元化业态发展模式。同时，适应当前假日经济的新趋势，通过打造主题化、智能化、数字化的消费场景，为游客提供更加便捷、智能的全新消费体验。同时，强化文化创意产品的开发，将成都的文化元素向影视、游戏、动漫等周边领域拓展，逐步打造成成都数字文创的品牌体系。通过文旅核心业态与周边业态的有机联动与协同作用，逐步将“成都文化旅游”打造为具有极高美誉度和知名度的国际品牌。

(作者系西华大学文学与新闻传播学院文化产业管理系主任)

中央精神：推动旅游业高质量发展行稳致远

今年5月，习近平总书记对旅游工作作出重要指示指出，改革开放特别是党的十八大以来，我国旅游发展步入快车道，形成全球最大国内旅游市场，成为国际旅游最大客源国和主要目的地，旅游业从小到大、由弱渐强，日益成为新兴的战略性新兴产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业，成功走出了一条独具特色的中国旅游发展之路。

1 要以新时代中国特色社会主义思想为指导，完整准确全面贯彻新发展理念，坚持守正创新、提质增效、融合发展，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全，着力完善现代旅游产业体系，加快建设旅游强国，让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。

2 各地区各部门要切实增强工作责任感使命感，分工协作、狠抓落实，推动旅游业高质量发展行稳致远。

省委部署：把发展文化旅游摆在重要位置

9月27日，2024四川省文化和旅游发展大会暨第十届中国(四川)国际旅游投资大会在雅安举行。省委书记、省人大常委会主任王晓晖在致辞中指出，近年来我们坚持把发展文化旅游摆在重要位置，打造天府旅游名县，丰富文旅产品供给，挖掘文旅消费潜力，全省文旅经济呈现良好发展态势，文旅发展水平稳居全国第一方阵，建设世界重要旅游目的地迈出坚实步伐。

1 我们愿与大家一起来优化场景供给，共同推出一批精品旅游线路和文旅产品，大力发展“文旅+”新业态新赛道，共建百里百景的“天府之国”。

2 我们愿与大家一起来优化生态供给，持续创建一批国家级生态旅游示范区，推动自然保护地体系建设与生态旅游协调发展，打造和谐共生的“熊猫家园”。

3 我们愿与大家一起来优化文化供给，创作一批独具地方特色的文艺作品，共同开展考古发掘、研究与保护利用，探秘深邃厚重的“古蜀文明”。

4 我们愿与大家一起来优化服务供给，持续提升软硬件水平，共享舒适悠然的“安逸四川”。

成都落实：全面加强文化遗产保护传承

前不久，全市文化遗产保护传承座谈会召开，市委强调，要深入学习贯彻习近平文化思想，全面落实党中央和省委部署要求，全面加强文化遗产保护传承，更好担负起新的文化使命，为成都高质量发展注入强大文化力量。

1 要注重统筹兼顾，强化物质文化遗产和非物质文化遗产系统保护。

2 要注重专业高效，提高文化遗产保护水平。

3 要注重活态利用，释放文化遗产综合价值。

4 要注重开放包容，拓展文化遗产交流合作。

5 要注重法治保障，筑牢文化遗产安全防线。

文字来源：四川日报、成都日报

当前文旅发展已迎来量质齐升、大有可为的重要窗口期。今年5月，党中央首次召开全国旅游发展大会，对加快建设旅游强国作出全面部署；党的二十届三中全会强调，要健全文化和旅游融合发展体制机制；9月26日召开的中共中央政治局会议指出，“要把促消费和惠民生结合起来，促进中低收入群体增收，提升消费结构”，为文旅行业的未来发展指明了方向。鉴于此，文旅行业应当紧跟国家政策导向，敏锐捕捉市场需求的动态变化趋势，创新消费模式，提升服务质量，以期精准对接人民群众对于个性化、高品质、多元化文旅服务的深切期待。

如何精准对接人民群众的文旅需求

鲁力

把握好游客在旅游中的参与感、体验感

随着国民经济持续稳健的增长态势和居民生活质量的显著提升，大众文旅消费市场展现出蓬勃生机与巨大潜力，不仅成为拉动经济增长的重要引擎，更是满足人民群众日益增长的精神文化需求的关键途径。

整体而言，我国大众文旅消费的市场空间仍然非常广阔，据文化和旅游部数据中心测算，2024年中秋节假日，全国国内出游1.07亿人次，按可比口径较2019年同期增长6.3%；国内游客出游总花费510.47亿元，较2019年同期增长8.0%。据交通运输部数据显示，2024年10月1日(国庆节假期第1日)，全社会跨区域人员流动量33126.8万人次，环比增长48.1%。中秋国庆假日期间个性化出游频频亮相、国潮文博热持续破圈、宝藏小城游拉满性价比……

首先，在游客体验需求升级的背景下，游客由满足于传统的观光式旅游转向青睐个性化的旅游体验，如《我的阿勒泰》掀起新疆旅游热、2024阿拉善英雄会集结全国各地的越野爱好者，可见游客消费的重点正逐渐从“购买商品”向“购买体验”过渡，因此也不难理解亲子游、夜

间文旅、体育赛事等旅游模式的火爆，而旅游作为典型的“悦己经济”与“体验经济”的融合体，在当下更应把握住游客在旅游中的参与感与体验感，与游客建立情感链接，提供充足的情绪价值。

其次，随着国民文化自信的提升和传统文化的认同感增强，文化正成为旅游火爆的最强引擎，民俗体验游、古镇古镇游、文博展览游等旅游模式引领了文旅消费的新方向，传统技艺、国潮文创、古风服饰等成了文旅消费的新时尚，相关旅游目的地浓郁的传统氛围或独特的国潮旅游产品成为吸引用户的“流量密码”，如国庆假期期间红色旅游持续升温，游客在游览中传承红色基因、赓续红色血脉、厚植家国情怀。

最后，消费者在节假日出游中的消费选择趋于理性，文旅消费的性价比正成为主流趋势，四川阿坝、江西婺源、新疆阿勒泰等地旅游热度高涨，年轻人奔赴“宝藏小城”游正在成为文旅消费新宠，一方面带动国内酒店、租车、门票等预订量上涨，另一方面却也使得其价格有所回落，最终呈现出旅游市场“价跌量升”的趋势。

发挥好文旅行业促消费、惠民生的作用

围绕当前经济形势和经济工作，结合文旅发展个性化、品质化、多样化新需求和新业态，可以从以下四个方面重点发力，发挥好文旅行业促消费、惠民生的作用。

一是丰富消费惠民活动，提升文旅产品质量。积极鼓励各地区因地制宜实施消费惠民多样化举措，如景区门票折扣、文旅消费券、满减减免优惠等，把服务消费作为消费扩容提质的重要抓手，确保民众切实享受到实惠，且为文旅行业带来可观利益增长；以“城市有机更新”为策略，盘活特色街区、高架桥下等“金角银边”，推进口袋公园、社区广场、老旧小区临街街区等建设，同时整合剧本杀、房车露营、低空飞行、展览展示等新兴元素，建设创新多样化精致化微场景，提供差异化文旅产品供给；统筹兼顾文化遗产保护与开发，促进文旅行业服务模式的革新与业态的多元化发展；加强监管力度，鼓励景区、平台、社区、商场等设立消费维权服务站，确保各项服务活动遵循高标准、严要求的原则进行；积极推动公共服务体系高质量发展，提升文旅公共服务的覆盖面、便捷度和可持续性，促进社会整体福祉的增进与和谐社会的构建。对外而言，有效利用免签政策优势，实行多渠道、多平台、多语言的综合营销策略，拓宽入境旅游市场；同时注重提升旅游服务的专业性与人文化，如提升支付便利化水平，强化旅游从业人员培训等，确保能够为入境游客提供高质量、高效率的服务体验。

二是驱动内外两端发力，优化文旅消费环境。对内而言，通过优化服务流程，引入先进服务理念与技术手段等多维度措施，全面提升服务品质与效能，促进文旅行业服务模式的革新与业态的多元化发展；加强监管力度，鼓励景区、平台、社区、商场等设立消费维权服务站，确保各项服务活动遵循高标准、严要求的原则进行；积极推动公共服务体系高质量发展，提升文旅公共服务的覆盖面、便捷度和可持续性，促进社会整体福祉的增进与和谐社会的构建。对外而言，有效利用免签政策优势，实行多渠道、多平台、多语言的综合营销策略，拓宽入境旅游市场；同时注重提升旅游服务的专业性与人文化，如提升支付便利化水平，强化旅游从业人员培训等，确保能够为入境游客提供高质量、高效率的服务体验。

三是加强“三全”体验建设，激发市场消费活力。从单项体验走向沉浸式体验，将展现本土文化品牌的优质内容嵌入户外大屏等

公共空间和媒体客户端，在城市地标建筑、文化街巷等文旅新空间，结合5G、VR等科技，创新设计“听、视、嗅、触、味”五觉体验的沉浸式、互动式、个性化、高品质、多语言、多平台、多语言的综合营销策略，拓宽入境旅游市场；同时注重提升旅游服务的专业性与人文化，如提升支付便利化水平，强化旅游从业人员培训等，确保能够为入境游客提供高质量、高效率的服务体验。

四是联名+KOL培育，打造文旅吸引力外部引擎。打破传统行业界限，与知名品牌、热门IP、特色文化等跨界联名，通过主题节庆、限量版文创、盲盒等形式，借助双方的市场影响力与粉丝基础，强化旅游目的地的外部吸引力，拓宽文旅产业的营销渠道和受众群体；打通抖音、快手、微博等新媒体网红商业合作渠道，深度连接博主流量池，运用城市标签+个性标签吸引外部流量，以外引促内培；发掘城市人物影响力，促进本地KOL的潜在挖掘与资质培养，进一步提高本地市场动员力，联合KOL孵化企业、培训机构、旅游品牌方与旅游企业打造“文旅KOL”培育生态圈，培育垂直KOL，促进文旅信息高效传递。

文旅消费市场的繁荣与发展，既得益于国家经济政策的科学引领与宏观指导，也离不开文旅行业内部的持续创新与自我提升。借助丰富的消费惠民活动，优化文旅消费环境，加强“三全”体验建设以及联名+KOL培育等措施，文旅行业正稳步前行，致力于满足人民群众对个性化、多样化、高品质服务消费的深切需求。展望未来，随着科技的日新月异和市场的持续拓展，文旅消费市场将迎来更加广阔的发展空间和更加美好的发展前景，期待其能够继续发挥促消费、惠民生的重要作用，为人民群众的美好生活贡献更多力量。

(作者系四川大学旅游学院副教授)