

# 展现业界创新成果 发挥推介案例示范引领作用 第五届“中国服务”·旅游产品创新大会在横店召开 以文为本,以旅聚势,以商增值

◎ 记者 章琳

什么样水准的旅游产品能代表“中国服务”展现中国形象?

在各行各业跃马扬鞭推进高质量发展中,旅游业又当如何作为?是百折不挠改革创新,

还是文旅融合激发动能,亦或是淬炼产品提升服务新高度?

11月29日至12月1日在浙江横店影视城召开的第五届“中国服务”·旅游产品创新大会暨2023“中国服务”·旅游产品创新展上,我们找到了答案。

## 推介案例展现“中国服务”内涵

“中国服务”·旅游产品创意案例征集活动是中国旅游协会于2018年首次在全国范围内推出,旨在配合质量强国的国家战略,推动旅游行业供给侧结构性改革,树立一批具有国际水准、本土特色、物超所值的产品标杆,从而持续推动“中国服务”质量的提升,提高服务供给的质量和效益,让“中国服务”像“中国制造”一样具有影响力,成为展示中国形象、弘扬中华文化的重要载体。

2023年,中国旅游协会在全国范围内开展“中国服务”·旅游产品创意案例征集活动,得到业界的广泛认可和热烈响应。由旅游行业相关企业、行业协会以及消费者通过官方渠道进行推荐或自荐,共收到150余个案例。其中乌村乡村微度假目的地、尼山圣境、安仁古镇、沉浸式感官体验剧《声入姑苏》系列、阿者科计划、柯桥古镇十二风雅集、洛邑古城、荻港渔庄等八大推介案例展现了“中国服务”的内涵,在实现文旅融合、传播中华文化、传统与现代结合、科技创新含量等方面特征鲜明,体现了综合性、创新性和文明的深度,在行业乃至全社会都形成了广泛的影响力。

## 打破传统旅游分类 文旅商多业态融合

### ◆浙江柯桥古镇、荻港渔庄两大案例获好评



▲中国旅游协会会长段强在主旨演讲

中国旅游协会会长段强在主旨演讲中表示,与前四届相比,今年收集上来的案例范围广,品质高,模式新,且经济发达、旅游率先恢复的地区数量偏多。从案例中体现了“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”四大特点。并从中提炼出行业发展趋势,既旅游业在转型升级的过程中,成为乡村振兴、促进消费、振兴经济的重要力量;旅游与文化及多种业态深度融合,体现文化的内涵和文明的深度;传统旅游的分类被彻底打破,项目设计与开发综合性创新性日益突出;针对不同年龄段的消费者展开精准服务,吸引更多的回头客,亲子和研学旅游变得不可或缺;房地产

企业转型文旅值得关注,主客共享成为乡村旅游、古镇旅游等目的地旅游的开发理念。

段强会长特别提到了浙江柯桥古镇十二风雅集和荻港渔庄,是150个案例中文旅深度融合,业态充分创新,产品质量比较高的两个案例。由开元文旅设计运营的柯桥古镇十二风雅集,将古镇和市集融合,创造了一个独特的环境,延续江南市集的烟火气息。

获得现场推介的荻港渔庄,在当地专门成立了湖州鱼桑文化研学院,围绕湖州桑基鱼塘历史人文和鱼桑农耕习俗,先后开发了捉鱼、蚕茧手工艺、蚕丝纸、缂丝、湖笔制作、非遗传拓、非遗陈家菜制作、蚌壳画、鱼骨画、包鱼粽、敲渔家乐等40多门研学课程,成为中小学生学习研学课程的热门场地,也为当地富民、为游客与当地民众共同享受旅游成果做出了贡献。

## 不租不售、不引进资本、不破坏传统

### ◆阿者科计划:一个由中国学者创造的旅游减贫共富方案

知识和资本谁才能有效振兴乡村带动村民共富?



▲保继刚讲解阿者科计划

在各地吹起一片村企“相亲风”时,由中山大学经济与管理学部副主任、旅游学院教授、旅游发展与规划研究中心主任,联合国世界旅游组织第16届尤利西斯奖获得者保继刚教授带领的团队发起并执行的“高校技术援助的旅游减贫案例——阿者科计划”,用实践证明知识是在资本之外能激发生产力、优化生产关系,带动乡村完成脱贫攻坚任务,走向乡村振兴的有效途径。

2018年保继刚教授及其研究团队应云南省元阳县县委县政府邀请,到元阳梯田区开展调研与规划工作。调研发现村民人均收入仅2745元,属于贫困型传统村落。村庄空心化突出,劳动力外出打工,如不尽快改善,梯田遗产景观将面临耕作不可持续的风险。而且游客可自由进出村庄,旅游接待散漫无序,不少村落儿童直接向游客乞讨。为解决以上问题,保继刚教授团队编制《阿者科计划》,在当地政府的大力支持下,陆续派驻共20名研究生驻村帮扶,开始了高校技术援助旅游减贫的实践之路。

保继刚教授强调,“阿者科计划”有四条底线,即不租不售不破坏、不引进社会资本、不放任本村农户无序经营、不破坏传统。那么如何在没有资本资金支撑下,“白手”起村呢?

其主要是采用了内源式村集体企业主导的旅游开发模式,这一实践模式正是在保教授近20年来积累的社区旅游学术研究成果的指导下进行的创新,从“社



▲阿者科村

区参与”到“社区增权”,再到“制度性增权”,最后落地为“旅游吸引物权”。首先派遣研究生驻村完成三件要事,一是说服全体村民参与遗产保护和旅游开发,二是筹建村集体旅游公司以统筹全村发展,三是建立和落地实施可持续的产权与分配制度。在首位驻村研究生杨兵与当地政府派驻青年干部王然玄的努力下,2019年2月3日,阿者科村集体旅游公司正式注册营业。按照村民大会召开时的约定,公司建立旅游分红机制,经营利润70%向阿者科全体村民分红,30%作为公司留存发展金。其中村民分红部分再按照“4-3-2-1”的原则,即根据传统民居保护(40%)、梯田种植(30%)、村民居住(20%)、户籍(10%)进行分配,由此有效将经济利益分配和遗产保护责任相绑定,逐步引导村民内化遗产保护意识。

在研究生团队和本地精英干部推动下,村民经营旅游接待的积极性被最大程度调动起来。村民根据自身所长参与旅游分工,包括负责旅游讲解接待、传统手工艺展示与体验、区域清洁等。

截至2023年9月,阿者科村集体旅游公司创收超过300万元,共进行八次分红,从2019年3月8日第一次分红总额的88,960元到2023年8月5日分红总额达到517,080元,村民累计分红金额143.66万,2023年度户均分红已超过万元。

“阿者科计划”是第三方援助下逐渐引导村民生成内生发展动力的典型模式。

2019年“阿者科计划”入选教育部第四届直属高校精准扶贫精准脱贫十大典型项目前三名。教育部官网以“阿者科计划——全球旅游减贫的一个中国解决方案”为题进行报道。

2020年,项目帮助阿者科村入选国家文化和旅游部评选的“全国乡村旅游重点村”和“国内旅游宣传推广典型案例名录”。项目还入选世界旅游联盟“全球百强旅游减贫案例”。

## 以文为本,以旅聚势,以商增值

### ◆柯桥古镇十二风雅集:赋予江南小镇的雅致和烟火



▲柯桥古镇

大会上,中国旅游协会副会长、浙江省旅游协会会长、开元旅业集团创始人陈妙林以“柯桥古镇文旅融合发展的创新与传承”为题,分享开元文旅在文旅融合的实践探索和文旅合作的创新模式。

陈妙林表示,柯桥古镇是文旅融合

探索实践的产物。由开元文旅设计运营的柯桥古镇十二风雅集,通过文商旅三者巧妙结合,在传统文化元素保护和传承的基础上,将三桥四水,一桥两岸的文化技艺和生活方式不断熔炼结合。

开元文旅以宋代十二月市为母本,挖掘柯桥本地染缸文化、日铸茶文化、王星记制扇等古镇特色的文化元素,并以当下年轻客群的审美与消费偏好为业态筛选标准,系统设计全年十二个月主题市场,柯桥十二风雅集由此诞生。

一年十二个月,月月有市集,场场不相同。正如陈妙林所言,这是基于本地历史文化上创新而得来的创新事件。

在开元文旅的运营组织下,集结了一批热爱生活、怀揣理想的民艺从业者、趣物分享者、文创开发者、音乐爱好者。同时也衍生出了柯桥夜泊的活动品牌。

据统计,截止到目前,共举办了市集90余场,吸引游客370余万人次,同比增长135.71%,街区商户实现营业收入达5000万元。

以文为本,以旅聚势,以商增值。柯桥古镇十二风雅集的成功,正是开元文旅在尊重保护文化的基础上,差异化布局业态,提升商业价值,让文化、旅游、商业在古镇内达到和谐统一、互相渗透的局面,让古镇得以“自我造血”形成可持续发展。

### ◆乌镇乌村乡村微度假目的地:以原乡风情为特色为乡村振兴提供新样本



▲乌村

乌镇乌村乡村微度假目的地,是一个定位江南原乡风情,基于传统村落规划改造而成的微度假目的地。

根据村子原本的产业结构和文化特色,设计了渔家、磨坊、酒巷、竹屋、米仓、桃园等主题的江南水乡民宿组团;同时布局了知青年代(餐厅)、村委会(游客服务中心)等体现原乡记忆的公共空间。所谓“旧瓶装新酒”,村落传统习俗、农耕文化,以文化符号形式转化成装饰巧妙地保留下来。

作为一个大乌镇全域旅游的创新景区,乌村颠覆传统经营模式,引入国际领先的一价全包套餐式体验模式,即打包食宿住行和30多项免费体验项目集中销售。客人订一价全包房间,享受一价全包服务。

同时创新运用运营“CCO”模式,为游客提供高级的旅游体验。

随着景区的不断发展,乌村旅游溢出效益也为周边村民带来了经济收入,实现了区域共同富裕。这两年,越来越多的年轻人回乡创业,乌村外围的一排排民宿、餐馆、汽车接送服务,就是这些年轻人的创业项目,而年轻,才代表着乡村的未来。

本次活动由中国旅游协会主办,中共东阳市委、东阳市人民政府支持,横店集团承办。