

# 文旅已成提振消费、引领复苏的先锋 文旅供给侧改革,不断寻找“出圈”新密码

◎ 记者 贾露

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,我国文化旅游深度融合发展,新业态不断涌现,新动能带动作用全面凸显。

在不久前举行的中央经济工作会议提出,“积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点。”

当前,我国文旅供给侧结构性改革不断深化,推动文化休闲、旅游出行等需求集中释放。面对新趋势、新方向,文旅市场该如何实现文化和旅游的深度融合?如何实现“以文促旅,以旅彰文”,以激发文旅消费新动能?



## 供给升级 业态多元

“今年,我们制定实施若干政策措施,积极推动国家级夜间文化和旅游消费集聚区提质扩容,引导旅游业态创新发展。”文化和旅游部产业发展司副司长马力表示。他说,与此同时,也推进文化产业、旅游业与体育、健康、商业、餐饮等深度融合发展,培育健康文旅、文体旅、茶文旅等融合发展新业态。

“文旅消费已成为一个提振消费、引领复苏的先锋领域。”中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋表示,文旅业要通过新的消费业态、新的消费场景和新的体验空间,用新型增量性内容把消费链条拉长,提振人均消费,进一步解决旅游业“旺丁不旺财”等问题。

“当前,很多城市十分重视马拉松赛事的举办,将体育赛事与城市品牌打造紧密结合。以‘村超’为典型的具有乡村气息的体育赛事也成为乡村体育旅游发展的亮点和切入点。”在北京体育大学体

育休闲与旅游学院副院长蒋依依看来,体育旅游产业链中最核心的要素是赛事,游客往往因一个体育赛事奔赴一座城,如2022年北京冬奥会、杭州第19届亚运会、成都大运会等国际赛事本身就是个IP。蒋依依认为,各地如何建立体育赛事体系,常态化举办赛事活动,持续性吸引游客,以及差异化打造体育赛事是需要思考的地方。

近年,各地争相举办的各种音乐节无疑成为最火爆的业态之一。作为音乐节中的领军者,音悦文化科技创始人CEO、迷笛音乐传媒CEO尹龙表示,“各地如果想通过举办音乐节来高效推动旅游消费扩容、提高音乐节综合效益、促进地方旅游经济发展就需要在机制和创新上发力。”尹龙介绍说,我国音乐节大部分依靠政府补贴,收入主要来源是门票,而国外很多成功的音乐节大概50%的收入来自于门票,30%的收入

来自于赞助商,20%的收入来自衍生品。这就需要专业机构、景区、政府等多方协同,让音乐节的收入比例更加合理。此外,也要创新。各地、各景区要结合当地的特色,打造属于自己的产品,做出可以吸引游客的演出内容,包括音乐、地方戏等。

另一方面,随着素质教育理念的深入和旅游产业跨界融合,研学旅行市场需求不断释放,研学旅行行业规模和市场空间广阔。研学旅行以参观、学习和交流为目的,以“游”为核心,注重体验。《2023年版研学旅行产业规划专项研究报告》显示,我国研学旅行发展较晚,然而发展速度很快。特别是随着研学旅行成为在校学生的刚需,同时,寓教于乐的研学产品需求也将大大上升,以家庭亲子为主体的研学旅行市场规模或将进一步扩容。预计未来5年,研学旅行的市场规模可达到千亿元。

## 迭代更新 激发活力

中国旅游研究院最新发布的《中国冰雪旅游发展报告》显示,得益于政策红利、需求释放和产品创新等因素,2023—2024冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望实现25%—30%的增长,将有超过4亿人次体验冰雪休闲,冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。

文旅市场热,得益于供给创新。当前,许多景区和文旅相关企业紧跟文旅消费新趋势,打造文旅新产品、新业态、新场景,推出更多符合游客需求的优质产品和服务,激发文旅市场更加强劲的活力。



“现在能明显感受到文旅市场热度回升。”浙江杭州西湖满觉陇“澜舍”民宿的负责人陆珊说。她经营民宿12年多,紧跟文旅消费升级不断推出新服务。从以前以住宿为主,到现在打造更加丰富、多元、有文化味的住宿体验。“民宿的一楼改造成了茶室和会议室,不仅可以为游客提供服务,也能承接小型的团建业务。入冬以来,民宿推出的围炉煮茶项目受到很多客人的欢迎。”

陆珊说,随着文旅消费升级,游客不再只是看风景,而是想深入当地生活、品味当地文化,享受更有文化味的旅行。为满足消费新需求,民宿将发挥西湖龙井茶核心产区的优势,推出新产品和新服务,让更多客人在体验西湖美景的同时,感受茶文化魅力。

## 智慧文旅 活力十足



《2023中国旅游产业影响力指数报告》显示,数字技术在文旅产品、演艺服务、文博机构中的应用已经越来越广泛,AI、VR/AR等为数字文旅的发展增加了十足的活力,文旅元宇宙产品和服务也陆续上市,成为数字赋能文旅产业的重要趋势和未来持续的增长热点。

作为刚刚举办了亚运会的杭州,一直在数字化、智能化运行方面走在全国前列。

杭州市文化广电旅游局文旅发展

中心主任周围说,数字化是近几年杭州旅游业发展关注的重点,杭州成立了专门的机构做旅游信息数据收集。根据数据分析,除了发展夜经济,杭州围绕早茶早餐、早市早集、早起运动,提出发展“晨经济”,并拓展数字化沉浸式空间,丰富供给。

“在杭州停车场有一句标语——‘先离场后付费’。杭州通过大数据等技术,优化城市旅游资源配置,让游客在杭州逗留时间不增加的情况下‘多游一小时’。杭州停车场就是其中的应用场景之一,我们希望将时间价值转变为经济价值和社会责任。”周围说,“我们还将政府数据面向全社会公开,上线‘杭州文化和旅游数据在线’平台,平台支持实时文旅数据在线查询、即时下载。我们希望能够为文化和旅游从业者、研究者、公众提供丰富多元的可视化数据,更好地为游客服务。”

“近年来,中国电信在文旅消费新体验层面也进行了很多尝试,如5G飞跃九寨沟项目、元宇宙烟花表演等。”中国电信集团有限公司文宣产业研究院高级专家张从龙认为,AIGC(生成式人工智能)是当前智慧旅游绕不开的话题,可以提供个性化旅游线路推荐以及定制化服务,提供旅游景区智能导览或对客服务,通过数字人推动创新智慧营销,还可以分析游客游览的兴趣点,助力推动旅游项目产品迭代升级。

“文化和旅游复苏是中国经济高质量发展、健康发展、可持续发展的一个关键着力点。”中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举认为,文化科技融合非常重要,要做好国家文化大数据建设,积淀人文数字资产,着眼于中国文化认同的文化自信的整体消费,促进数字文化贸易基地建设。