

# 两会

2019



浙江省十三届人大二次会议  
浙江省政协十二届二次会议

## 文化魅力与旅游提升

宁波市镇海区图书馆

浙江省公共图书馆信息服务联盟

## 目 录

<b>文旅融合的政策设计</b> .....	4
1、文旅融合由政府推动.....	4
2、文化遗产与旅游的专家观点.....	5
3、城市文化遗产保护的国外模式.....	8
<b>文旅融合的产业实践</b> .....	10
杭州：全域旅游的“杭州样本”.....	10
广州：“智游广州 文化名城”文旅大数据发布.....	11
遵化：文化与旅游“巧融”添魅力.....	12
<b>文旅融合提升新趋向</b> .....	14
1、行业案例：马蜂窝自由行大数据.....	14
2、行业发展：乡村旅游与文化提升.....	15
3、国际旅游：竞争领域扩展到文化建设.....	15
4、文旅提升融入国家战略.....	16

**免责声明:**

浙江“两会”专题信息产品由浙江省公共图书馆信息服务联盟各成员单位联合编辑。信息内容采自公开的报纸、图书、期刊、数据库资源以及各大主流网站,每份专题我们都准确标明来源和出处,摘选信息内容的真实性、准确性和合法性由发布单位负责。

本期专题由宁波市镇海区图书馆编辑,如您需要更为详细的内容及跟踪报道,请与该馆联络。

## 文化魅力与旅游提升



随着文化和旅游部的组建，文化和旅游的融合成为各方关注的焦点。如何用独特的文化内涵和文化魅力诠释旅游，又如何用旅游更好地传播特色文化、提升文化软实力，值得探索。

我们看到，文化和旅游融合推动旅游业新一轮发展。政府文化和旅游主管部门加快转变文化事业、文化产业和旅游业发展思路，更加重视产业工作、市场主体建设和商业环境培育。2018年以来，各级文化和旅游部门的机构改革各项工作顺利进行，持续研究摸索文化和旅游融合道路，初步进行了文化和旅游融合发展的政策实践。文化和旅游融合发展的目标更加清晰。文化建设和旅游发展均把人民美好生活需要作为出发点和落脚点。围绕学习贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作重要论述，以人民为中心，以美好生活为导向，将系统推进文化和旅游融合发展的理论构建、政策设计和产业实践。

## 文旅融合的政策设计

### 1、文旅融合由政府推动

从遗产丰富到氛围浓厚、从特色鲜明到民众受益，文化和旅游部近日出台的《国家级文化生态保护区管理办法》将于2019年3月1日起正式施行。据介绍，目前文化和旅游部已批准设立了21个国家级文化生态保护实验区，各省区市也设立了146个特色鲜明的省级文化生态保护区。

业内专家表示，设立文化生态保护区，对历史文化积淀丰厚、存续状态良好，具有重要价值和鲜明特色的文化形态进行区域性整体保护，是我国独具特色的非遗保护制度。（来源：千龙网2018-12-25）

**全域旅游成文旅领域新供给。**2017年，“全域旅游”首次被写入当年《政府工作报告》。2018年《政府工作报告》明确指出，要创建全域旅游示范区。3月22日，《关于促进全域旅游发展的指导意见》的出台，再次使全域旅游成为产业升级的一个焦点。

居民消费形态的革新与出行方式的变化，是全域旅游需求增长的内生动力。也是文化旅游领域供给侧结构性改革的实现路径之一。全域旅游是在新常态下旅游业发展的一种创新形态和模式，其主要特征体现为“五全”，即：旅游景观全域优化、旅游服务全域配套、旅游治理全域覆盖、旅游产业全域联动、旅游成果全民共享。多年来，某些地方公共文化服务建设推进乏力。全域旅游建设的全面铺开，使得传统村落、文物遗迹及博物馆、纪念馆、美术馆、艺术馆、世界文化遗产、非物质文化遗产展示馆等文化场所建设具备了现实基础。《关于促进全域旅游发展的指导意见》提出了“四个融合发展”的要求，即推动旅游与城镇化、工业化和商贸业融合发展；推动旅游与农业、林业、水利融合发展；推动旅游与交通、环保、国土、海洋、气象融

合发展；推动旅游与科技、教育、文化、卫生、体育融合发展。多方面要素共同作用，多类业态融合发展，地方公共文化将迎来全新局面。

（来源：《经济日报》2018-05-07）

**全域旅游大势下文旅融合与创新。**就文旅融合与创新，原国家旅游局副局长吴学文认为，全域旅游是发展的战略，是发展的目标。只有战略是不够的，还需要战术，才能够得到落实。在战术的运用方面，我们提出从“经典景区建设管理”向“综合服务管理”进行转变，从“门票经济”向“产业经济”进行转变，从“粗放低效”向“精细高效”进行转变，从“封闭旅游自我循环”向“高效的旅游家”进行转变，从“旅游企业单打独行”向“社会共享共建”进行转变，从“围墙离团式管理”向“全面依法治国”进行转变，从“部门行为”向“党政统筹推进”进行转变，这是战术运用的工作层面。

其次，把握文旅融合趋势。文化被认为是软实力。其实文旅融合最终要实现的是“文化旅游的生产力”，文化的繁荣是无止境的，旅游的发展也是无穷期的，文旅融合是规律使然。文旅融合形在“融”、利在“合”。文旅融合必须克服“泛文化”“泛旅游”的方式，同时也要避免“八宝粥”“隔空喊话”式的融合，融合要实现社会效益和企业效益。（来源：《山西日报》2018-9-22）

## 2、文化遗产与旅游的专家观点

中国古迹遗址保护协会理事长童明康说，文化遗产和旅游是一种相互包容、相互融合、共同繁荣的关系。文化遗产需要旅游实现和发挥其价值，而旅游需要文化遗产作为它的资源。相关数据显示，2017年文化遗产类景区总体预订情况呈火热态势，同比2016年增长高达1.3倍。游客出行高峰期集中于下半年，8月与10月客流量达到顶峰，分别占全年旅客流量的15.52%和16.30%。2018年1—5月，赴世界

文化遗产类景区出游人次较去年同期增长 17%，文化遗产类景区已经成为新的热点。（来源：《人民日报》2018-06-21）

北京大学中文系教授张颐武表示，地方经济发展到一定程度就会存在一定的文化焦虑，挖掘当地的文化渊源、文化古迹成为内在动力和需求。近年来，依托文物、建筑群、遗址等文化遗产，通过节庆、研讨、演出、展览、交流合作等形式，各地纷纷借助文化遗产地，打造文化名片。文化和旅游部的成立，也带来新的发展契机。随着我国旅游休闲经济的发展，文化遗产的优势日渐凸显，文化遗产地拥有丰富的文化资源，成为文化和旅游深度融合的良好载体。（来源：《人民日报》2018-06-21）

中山大学旅游学院教授张朝枝说，文化遗产保护与旅游的矛盾碰撞主要表现在几个层面，一是旅游性碰撞，即游客的旅游活动对文化遗产造成的影响，如乱刻乱画、乱扔垃圾、超载等；二是管理性碰撞，主要是指由于管理手段与方法不当造成的遗产保护问题，如清洁、清洗、维护方法不当；三是开发性问题，主要是指对遗产及其周边环境的开发建设造成的毁灭性破坏；四是观念碰撞，主要是指利用方式与遗产保护的价值观差异导致的文化遗产利用矛盾。“这几个问题在旅游发展的不同阶段有着不同的表现形式，但其中遗产价值认识的矛盾碰撞贯穿始终。”（来源：《人民日报》2018-06-21）

中国文化遗产研究院院长柴晓明认为，如何在文化遗产的保护和利用之间达成平衡，需要凝聚政府、社会、民众等各方智慧。保护和利用并不是一对矛盾，而是一种相辅相成的关系。“如果处理好了，既可以促进文化遗产的保护，又可以发挥文化遗产应有的社会、文化、经济、情感等价值，也可以让文化遗产更好地传递给子孙后代。”（来源：《人民日报》2018-06-21）

中国旅游研究院宋子千博士，就《国家级文化生态保护区管理办法》出台，撰写“建好文化生态保护区对文旅融合意义重大”评论文

章，认为《办法》提出了文化生态概念，这是对自然生态的借鉴。过去我们对自然生态保护相对比较重视，而对于文化生态保护关注较少。生产生活中的每一种文化都有其形成的理由，有其自身的价值。这种价值不仅仅是纸面上和研究上的价值，也是生产生活中实实在在的价值。大众旅游时代，进行休闲度假的旅游者越来越多，文化体验在旅游动机中所占比重越来越高，国民旅游诉求正在从美丽风景转向美好生活。很多人去一个地方旅游，主要目的不再是观光，而是品尝当地的美食、欣赏地方戏曲表演，甚至是到当地的老茶馆点上一壶茗茶，听当地人用方言摆龙门阵，这就是所谓分享他人的生活方式。这几年兴起的民宿很多也是以怀旧、传统的文化情调吸引人。

《办法》提出的几个重要理念值得关注。一是尊重人民群众的主体地位。非物质文化遗产，从根本上说就是人的文化行为。对非物质文化遗产的保护传承，一方面要加强对传承人的保护和支持，另一方面要提高包括旅游者在内的民众参与程度，增加他们的获得感、幸福感、安全感。二是整体保护、见人见物见生活。在文明社会、信息社会，对文化环境的保护，无法像自然保护区一样圈起来以减少外界的干扰，必须通过强壮非物质文化遗产本身的基因，让其在一个开放的环境中得到传承和发展。这就要求我们加强对非物质文化遗产形成和发展机理的研究，加强对开放环境下文化冲突和演化研究。三是创造性转化、创新性发展。时代是进步的，物质条件和精神文明都在向前发展，将优秀传统文化和现代时尚相结合，创造更多符合人民群众需要的文化形式和文化作品，这是非物质文化遗产保护传承的根本出路。如吉林的查干湖冬捕，本来只是一种传统的渔业生产方式，但凭借其奇特、壮观的场面和神秘的仪式，早已开发为东北地区冬季旅游的重要吸引物，成为吉林新八景之一；江西婺源的篁岭晒秋，本来是一个秋季晾晒收获农作物的常见习俗，但经过开发，五颜六色的作物衬托

着层层叠叠的民居村落，构成了一种动人心魄的美，现在已经成为婺源旅游的一张名片。（来源：《中国旅游报》2019-01-02）

### 3、城市文化遗产保护的国外模式

国外的历史城市，尤其是欧洲等国家的城市，在传统保护与城市发展的协调处理上，在“原生态核心”原则的基础上，做了很多有益的探索和努力，提供了多种可供借鉴的方法与模式。

（1）“不发展”保护模式。威尼斯不仅以“水城”著称，更以对历史文化遗存、建筑及艺术杰作、文化名城的整体性保护而驰名，是意大利、乃至全世界城市文化遗产保护的典范。首先，威尼斯的城市保护规则的严格到了无以复加的地步。如意大利政府于1971年制定、1984年修改了威尼斯特别法，明确规定了威尼斯的城市改造问题。同时以法律和价格等手段控制游客人数，有效地保护了威尼斯自然与人文环境，实现了社会效益与经济效益的可持续发展。在城市建设中，几乎不允许加进任何新的建筑。这种将城市轮廓线和街景个性特征合而为一的保护，保存了城市独特的文化生态系统。其次，服从于城市保护的交通。威尼斯独特的城市风貌吸引了无数的游客。为避免如织游人带来的环境破坏，又让游人留下美好的印象。在交通上，威尼斯充分发挥其“水”的特色，规定其唯一的交通工具是既环保又有情调的船，此外不允许有任何交通工具的使用，包括自行车。在路边插着“taxi”的牌子，指的是汽艇，公共交通工具是汽船。威尼斯现有轮船、汽艇5000余艘，穿行于S形水巷间的凤尾船，又称“贡多拉”，则充当了自行车的地位。这种造型奇特的浪漫之舟的历史可上溯到公元697年。威尼斯政府规定：贡多拉须漆成黑色，用榆木、酸橙木、橡木、冷杉木、樱桃木、胡桃木、落叶松木、桃花心木8种不同质地的木头制造，船身雕刻着各种小图案，船头和船尾高高翘起。贡多拉成为威尼斯这座城市不可或缺的一道华丽风景线。再次，融入

城市生态系统的文化遗产保护。受工业化、城市化引发的“温室效应”等诸因素的影响，几个世纪以来威尼斯一直在缓慢下沉。20世纪威尼斯多次受水患侵扰。威尼斯政府适时推出了一项工程浩大的“摩西计划”，即当海潮的高度超过1米时，79个水下闸门将会升高，将威尼斯泻湖与亚得里亚海隔开。为保护建筑物免遭酸雨腐蚀，威尼斯政府还明文规定：只能以电和煤气作为民用能源。威尼斯通过生态保护这样一种制衡机制，有效地将城市的整体风貌保存了下来。

(2) “旧城之外另建新城”模式。这种保护模式的代表城市有罗马、巴塞罗那等。罗马是意大利的首都，古代罗马帝国的起源地，文物古迹比比皆是。几乎任何一项大规模工程建设，都会碰到是否要拆毁古迹的问题。经过一番思索和争论，罗马人决定：新的经济建设必须避开罗马古城。在罗马古城的南郊进行新城建设。新城以充实完善旧城的现代功能、维持城市的运转为目标，在城市形态、空间尺度上基本上不按旧城的形态复古，完全按功能要求建设实施。而古城则保留不动，仅对其进行局部维护与整修。

(3) “多中心”保护模式，代表城市有巴黎、东京等。一、巴黎，世界文化名城。即在城市规划引导下，巴黎旧城只进行改良，在旧城边缘部分延伸为新城。该保护模式将不同职能分散布局于“多中心”，形成了“老区-副中心-卫星城-平衡城市”的城市格局，避免了各项职能在内城的高度集中所可能带来的破坏和发展压力，较好地处理了古城保护与更新的整体协调，成功实现了“文化遗产保护和创新”统一，成为了历史城市建设与保护的经典模式。这一模式的成功，得益于城市规划始终相伴于城市的文化遗产保护的左右。二、东京，世界大都市之一。东京坚持了这样一种理念，即城市发展既不能采取“摊大饼”的方式疯狂地扩张外延，也不能采取威尼斯完全不发展的方式原封不动，更不能采取“以新换旧”破坏传统的方式让旧城风貌荡然无存。为此，1960年，东京提出了“以城市轴为骨干”的城市

结构改革方案。该方案将东京的城市中心功能展开在城市轴上，东南方向从东京湾延伸到梗津市，西北方向到达大宫潮霞。城市轴上建设副中心、新城市、新镇，通过链状交通系统相连，构成具有发展潜力的开放结构。这种多中心的方案，达到了既把现代化的功能从古城区分离出去，又保护了旧城东京文化遗产的目的。

在保护古都风貌方面，日本采取了与欧美“修旧如旧”的原则截然不同的方式，他们更为看重文化遗产的“社会价值”，采取了“存形髓换骨架”的模式，既通过拆除旧建筑达到保护旧建筑物的目的。如日本从古代就形成了一个不成文的惯例：每隔60—70年左右就把旧房拆掉，然后盖新房。这种定期或不定期将有价值的传统建筑物拆除然后按照原样重新翻建的做法成为惯行，极为普遍。这种保护方式通常仅意味“材质”上的变化，而不是“改变模样”，因此完美地保留了旧城风貌。（来源：南京社科网2018-05-21）

## 文旅融合的产业实践

### 杭州：全域旅游的“杭州样本”

杭州旅游的发展一直走在全国前列，先后提出了景区免费、主客共享、城旅融合等全域旅游理念，已被多个城市借鉴。杭州积极围绕旅游全产业链融合，全域化产品，全领域营销和全方位服务四大体系，有效推进旅游业向观光旅游、休闲旅游、文化体验、商务会展“四位一体”转变，推动杭州城市发展。

“杭州样本”的精髓可以概括为：“双轮驱动、城旅一体、产业融合、国际引领、共建共享”，主要内容包括：发挥有为政府和有效市场两个主体作用，形成发展合力；坚持城市与旅游融合发展，从旅游城市向城市旅游、从花园城市向城市花园转变，将城市建成大景区、大花园；加快旅游与一二三产业融合发展，推动十大特色潜力行业向旅游产业转化，开发国际社资源访问点，打造精品民宿、健康养生、

商务会展等新业态；围绕建设“独特韵味别样精彩世界名城”为中心，以旅游国际化带动城市国际化发展；旅游基础设施和公共服务要兼顾当地居民和游客利益。

杭州旅游注重挖掘文化内涵，加快旅游与文化融合的深度和广度，打造了两个世界历史文化遗产西湖和大运河，文化旅游表演《最忆是杭州》、《宋城千古情》获得了海内外游客的一致好评。杭州把握大众旅游时代游客需求多元化、个性化、时尚化、品质化和国际化的特点，对景区、老街等传统旅游产品提档升级，将图书馆、菜市场、法院等众多社会资源打造成国际旅游访问点，涵盖文体教育、司法机构、特色街区、农贸市场、社区家庭等 27 类社会资源。

文化和旅游融合发展是杭州持续推进产业融合的一个缩影。实现了旅游全域化联动式发展，逐步形成了以西湖、千岛湖、大运河、西溪湿地为代表的龙头旅游产品，以“东南佛国”“水韵杭州”为主打的文化旅游产品，以银泰都市综合体为依托的主题娱乐产品，以景区村庄、风情小镇、精品民宿为示范的乡村旅游产品等多元化产品体系，有效推动了杭州旅游业转型升级。（来源《人民日报海外版》2018-11-12）

## 广州：“智游广州 文化名城”文旅大数据发布

中国旅游研究院与联通大数据有限公司双方专家团队基于联通运营商海量数据，选取了广州比较有代表性的 22 个景点，从旅游类、文化旅游类、文化类三类景点进行了客流量、游客画像、客流来源、停留时长、游客轨迹等几个基础维度的综合大数据分析，结合广州 4 个商圈数据，通过 58 个数据指标的交叉分析，深度解析广州城市的文化旅游特色，形成文商旅融合专题分析。

报告显示，2018 年 1-11 月份，广州市旅游接待总人数 1.97 亿人次，同比增长 9.51%；2018 年 1-11 月份，广州市旅游业总收入

3379.84亿元,同比增长10.79%;预计全年接待游客超过2.2亿人次,旅游业总收入突破4000亿元,同比增长11%。

其中,文旅融合成破局增长点。文化旅游作为一种全新的体验形式成为现代旅游业发展的新亮点。报告显示,在分析周期三个月内,广州市最受欢迎景点的前三甲分别是广州塔、白云山风景名胜区、长隆欢乐世界。广州市最重要的地标性建筑广州塔稳居榜首。“羊城第一秀”白云山风景名胜区占地面积大且风景优美,位居第二。

越秀公园自然风景优美,保存了各种历史文物和遗迹,上百年的历史积淀和独特的文化意象吸引了众多游客,荣登全周期最受欢迎“文化旅游类”景点排行榜榜首,成为文旅融合生动范本,独占了统计范围内广州市文旅景点全部游客流量的71.2%。

广州的文化类景点涵盖主题文化、红色文化、艺术文化等多种文化,粤剧艺术博物馆凭借粤剧这一世界级非遗项目的中国戏种,依托广州独特的文化根脉成为最受欢迎“文化类”景点之最。

报告得出,文旅融合路线市场接受度更高,得到游客的喜爱。而文化类与旅游类资源应通过资源整合优化,为文化类景点注入更多舒适的游玩体验,提升游客游玩兴趣。(来源:中国旅游研究院2018-12-28)

### 遵化:文化与旅游“巧融”添魅力

坚持以文化为媒、旅游为体,与故宫博物院、中国满族文化协会、天津大学、山东蓬莱等组织和地区建立友好合作关系;组织宣传、文化、旅游发展等部门,到平谷、宝坻、蓟州、兴隆、三河以及东淄博、烟台等地深入学习调研,引导本地各景区景点挖掘文化特色,谋划精品路线;吸引金融街、碧桂园、恒大、北大资源等一大批央企、国企、大型民企投资遵化文旅项目,进一步拓展京津市场、吸引京津客源,努力打造京津周末游的首选之地。

今年以来，遵化共接待游客 496.7 万人次，同比增长 21%；综合旅游收入 44.9 亿元，同比增长 17.6%。遵化坚持以文点睛、以文强旅，全面梳理皇家文化、长城文化、红色文化等具有遵化特色的文化元素，“巧融”到游、购、娱、吃、住、行等旅游产业各个环节，凸显遵化个性魅力。

打造“文化游”板块，以皇家文化、满族文化、长城文化、红色文化、温泉文化等文化脉络为载体，推出了清东陵“祭祀大典”实景表演、汤泉温泉养生、卧龙山二月二庙会等一批文化体验与遗产旅游、研学旅游、节庆旅游相结合的旅游产品。不仅如此，遵化还正在加紧赶制“戚继光汤泉大阅兵”、西铺影视基地等丰富多彩的文旅产品，文化饕餮盛宴即将来袭。

打造“文化购”板块，组团推出了传承 300 多年制作工艺的皇家金银器，“京作”红木家具、被誉为“国礼石”送给 80 多个国家和地区的沙石峪“千层石”等 5 大系列 100 多个品种的特色旅游商品，实现了厚植区域文化与滋养文旅产业的双赢。

打造“文化娱”板块，打造了清东陵“用脚步丈量历史”徒步大会、中国·遵化第三届栗花节等一批民俗、休闲、运动、体验式的文化娱乐项目。今年 6 月举办的“悠然南山·杏好有你”娘娘贡杏采摘节活动，不仅成功吸引 10 万游客来遵体验观光，还让“娘娘贡杏”成为畅销的特色旅游商品，价格从往年每公斤 2.8 元上涨到 10 元，得到了群众的称赞。

打造“文化餐”板块，推出了满族八大碗、“总理套餐”等特色餐饮系列，让游客美味享受与文化感受兼得，赢得一致赞誉。该市凯歌集团挖掘的“老佛耶”大饅饅、孔明包、十四王爺燒雞等特色禮品，一個春節就賣了近萬盒，純利潤達幾十萬元。

打造“文化宿”板块，打造了汤泉宫温泉养生文化主题酒店和知青小院、红领巾小院、葡萄公社、鹿圈沟等一批饱含特色文化的精品

民宿，升温“过夜经济”，为游客在休憩之余能够品位独特的地域文化。

打造“文化行”板块，创新投融资机制，实施了总投资 25.6 亿元的 16 条旅游道路工程，将红色旅游、皇家旅游、山水旅游、乡村旅游的景点串联起来，设计出了 10 多条“一日游”“两日游”精品旅游线路，满足了不同时期、不同人群的旅游需求。（来源：天津北方网 2018-09-09）

## 文旅融合提升新趋向

### 1、行业案例：马蜂窝自由行大数据

在大众化、散客化的自由行时代，马蜂窝的游记、攻略是人们出行的必备参考之一，如今已家喻户晓。记得有一次我在欧洲巴尔干半岛的波黑地区出差时，从马蜂窝网站获得了包括预订、满意度等当地的各种旅游信息。今年陈罡总在中国旅游科学年会演讲时，提出马蜂窝的内容生产模式，以展示人为中心，鼓励人人创作自己的生活剧本，传递爱、时尚与个性追求，也是文化和旅游融合的典型案列。不仅企业交易额、市值超过百亿，各种出版发行的游记文学作品反响很大，而且可以准确地预测到新媒体、新技术等对旅游市场、目的地的影响。例如今年“五一”前，中国旅游研究院与马蜂窝自由行大数据联合实验室预测，受抖音的影响重庆洪崖洞热度与故宫并列，得到市场的验证。

以马蜂窝为代表的互联网自由行企业，探索了从“游”到“旅”、从内容到交易的新型产业链模式，既着眼增量市场，推动产业迭代升级，又为“旅而不游”、由出行驱动到文化驱动等问题提供了重要解决方案。在此过程中，以游记、攻略为特色的网络内容和出版发行大众读物，将大众文化和大众旅游、自由行和文化行、优质旅游产品和优秀文化作品、文化圈和旅游圈、文化人和旅游人、艺术家和旅行家

等等初步结合起来。游客评价更是把旅游发展与美丽中国、美好生活紧紧连接起来，既展示中国，也点评中国。我国古代有《徐霞客游记》等文化瑰宝，国内外旅游业有《玩法》、《孤独的星球》等产业合作模式，相信在文化和科技的推动下，在广大新旅游电商的共同努力下，有中国特色的新的旅游产业生态圈和供应链已经开始成长。（来源：中国旅游研究院 2018-12-24）

## 2、行业发展：乡村旅游与文化提升

2017 年，我国人均出游已达 3.7 次，旅游已经从过去的奢侈品变为人们生活的常态和刚需。新消费主力军崛起后，他们对旅游产品的需求也提出来更高要求，在旅行方式上，自驾、自由行正在兴起，互联网移动预定比例持续上升；在旅行体验方面，从观光旅游走向休闲度假深度体验式旅游，对旅游的文化内涵越来越重视。

面对新的消费群体，乡村旅游市场也需要因时而变，进行供应链升级，促进乡村旅游从平淡无奇向现代创意转变。乡村旅游从业者需要思考如何结合当下的社会文化发展趋势，在乡村旅游场景中进行产品业态创新、内容创新，满足新消费群体的多元、个性化体验需求，针对千禧一代，可以因地制宜在古村落里策划组织一些新活动，诸如迷你马拉松、周末主题聚会趴；针对家庭亲子客群，可以组织策划一些文创小集市，乡村博物馆，夜宿古宅等主题活动；针对学生群体，则可以在美丽的田园里开展户外营地、创作写生、研学旅行等活动，增强青少年对大自然的了解与热爱。（来源：《经济参考报》2018-4-27）

## 3、国际旅游：竞争领域扩展到文化建设

世界旅游持续增长，国际旅游的内容体验更受重视，市场竞争加剧。2017 年，全球国际游客总数达到 12 亿人次，比上年增长 7%；国际旅游收入 1.33 万亿美元，比上年增长 5%，连续 8 年实现正增长；

预计2030年全球国际游客总数达到18亿人次。随着全球经济整体进入复苏通道，多家机构预测今明两年全球经济在3%以上，新兴市场和发展中经济体甚至可以达到4-5%的增速，这些都进一步夯实旅游持续发展的基础。与此同时，世界各国特别是发达国家对旅游业特别是入境旅游的重视程度逐渐增强，持续出台促进旅游市场和产业发展的系列政策，竞争领域也从争夺境外客源市场逐步扩展到文化建设、共享空间、综合服务与设施配套等。近年来已有越来越多的国家和地区以强化人文交流、海外宣传促销、签证便利化、购物免退税、航权开放、廉价航线、区域合作、多语种服务等各种方式全面深入参与国际旅游市场竞争与客源市场争夺。(来源：中国旅游研究院2018-12-24)

#### 4、文旅提升融入国家战略

美丽中国 and 美好生活建设、小康社会全面建成、深化改革扩大开放，新型城镇化、乡村振兴、交通基础设施不断完善，特别是文化和旅游融合、新一轮科技革命、旅游发展动力转换、世界经济和旅游增长、我国全球治理体系逐步建立等为旅游发展带来更大机遇。

“前进，向着文化的方向。”旅游企业要落实好供给侧结构性改革战略部署，助力推动文化产业成为国民经济支柱性产业，进一步巩固旅游业的战略性支柱产业地位。要自觉面对国家层面的文化事业、文化产业和旅游业综合竞争压力，自觉担负国家文化软实力、国际旅游竞争力提升的历史使命。结合游客走出去，投资走出去，文化走出去，讲好中国故事。引领性的市场理念最终要落实到项目和产品上，而项目的研发和产品的销售，最终还是依靠优秀的企业家、创业者 and 专业技术领域的高素质从业人员。旅游企业家既要懂旅游、休闲、度假，也要懂文化、艺术、娱乐，并能够对接资本市场。可以把艺术创作、公共文化提供、旅游项目开发等存量资源，运用市场看不见的手聚合起来，产生全新的价值。意识形态则是包括企业在内的每个机构、

每个人的责任，旅游企业还要自觉抵制一些缺乏正确的思想引导，唯利是图的产品和服务，把旅游行业建成精神文明的窗口和提升文化自信、传播科学知识的重要阵地，在安全、负责任、可持续、无障碍、文明、慈善、研学、健康等领域有担当和作为。

（来源：中国旅游研究院 2018-12-24）