用新场景新体验把握“幸福产业”的强劲脉搏

——来自辽宁文体旅融合发展大会上的“头脑风暴”

从淄博烧烤的破圈到“尔滨现象”的出圈，从天水麻辣烫的爆火到大连港东五街的顶流……去年以来，国内多地相继捧得“旅游明星”桂冠，不仅尝到了流量带来的“甜头”，更意识到旅游作为民生产业、幸福产业，为经济社会发展注入的强劲动能。

5月24日至25日，2024辽宁省高品质文体旅融合发展大会在大连举行，来自全国各地的1000余名文化、体育、旅游产业从业者代表齐聚大会。记者采访了中国旅游研究院院长戴斌、中奥体育集团董事长吴振绵、携程集团高级副总裁王韦、飞猪旅行副总裁仝腾、华住集团高级副总裁尤炜、无忧传媒首席战略官刘甜、复星旅文集团业务发展总监章鹏、策想院院长苏良雄等知名专家和行业大咖，就文旅产业的新趋势、新特点、新业态，如何让文旅“网红”变“长红”等话题进行了“头脑风暴”。

新趋势孕育新机遇

研学游持续火爆、出入境游稳步恢复、旅游主理人成为新潮……谈及当下的国内旅游市场，飞猪旅行副总裁仝腾细数了不少变化。他表示，以研学游为例，我国历史文化资源丰富、场景众多，例如辽宁朝阳的红山文化、化石资源，都为研学游提供了广阔空间。

从假日旅游“热辣滚烫”，到休闲街区人山人海，再到“网红”景点层出不穷，今年以来，国内旅游产业持续火热。作为新兴的战略性支柱产业，旅游业日益成为各地培育经济新增长点的有效途径。在本次大会上，总投资532亿元的30个文化、体育、旅游项目集中签约。目前，辽宁各地已积累文化、体育、旅游产业招商合作项目115个，总投资达1596.3亿元。

国内旅游的持续火爆催生了文化游、红色游、研学游、非遗游等新业态、新模式不断丰富。复星旅文集团业务发展总监章鹏说，旅游正在成为一种生活方式，客群的个性化需求推动消费场景的拓展。

在辽宁，文旅新玩法的不断升级迭代，改变着人们对“老工业基地”的刻板印象。围绕“夜游”一个主题，沈阳已开发出浑河夜航、西塔烟火、文创市集、24小时书店、深夜食堂等多种“打开方式”；大连熊洞街，近百年历史的大连冰山集团旧址改造成“网红”景点，汇聚上百家游乐、电玩、研学商户。

“酒香也怕巷子深。”在章鹏看来，当前各地都在持续挖掘文旅资源、打造好的文旅项目，各地旅游产业供给日益丰富的同时，也需要从营销创新、优化服务环境等多维度发力，突破“网红”，实现“长红”。

如何在网络上打造文旅新爆款？无忧传媒首席战略官刘甜认为，各地应该重视新媒体阵地的布局，就像贵州“村超”的火热背后，少有人知的是每一个乡镇前1到2年都在进行新媒体账号的建设，为贵州“村超”的影响力奠定了基础。

“面对当前的流量时代，谁也不知道哪里可能一夜之间就火了。要有流量，还要有接得住‘泼天的富贵’的能力。”刘甜说，面对流量来袭，各地需进一步提升服务水平和承载能力，进一步完善的服务设施、提升游客体验。

文体旅融合方兴未艾

“体育和旅游是亲兄弟，两者的结合是多元的，不仅是对参与者个人来讲，还是对地方经济社会发展而言，都能起到‘一加一大于二’的效果。”中奥体育集团董事长吴振绵说，体育和文旅深度融合、有机结合，将成为新文旅的发展方向。

当前，消费需求日趋多样化，餐饮、旅游、文娱、数字化消费等需求持续释放，让旅游业态日益多元化。仝腾说，越来越多地方已经意识到，以文塑旅、以旅彰文的同时，体育与文化、旅游的深度融合，让旅游业既服务美好生活，又促进经济发展，是抢占产业发展新赛道的好机会。携程集团高级副总裁王韦表示，体育产业将是未来旅游的吸引点，“比如马拉松以及一些国际赛事，会吸引大量用户前往赛事举办地，这对旅游本身也是一种增量”。

吴振绵表示，发展体育旅游要在体育赛事和文旅融合、体育场馆设施和文旅融合两方面发力，“参加山地马拉松、登山、定向越野、公路自行车、攀岩等户外项目，参赛者既可欣赏沿途美景，还能提高身体素质”。他表示，除了参赛者个人的收获，大型、高水平体育比赛还会进行电视转播，可以快速提高景区和城市的知名度，将当地的美景展现给全国人民。

例如在辽宁鞍山千山景区举办的定向越野赛，比赛当天，千山门票销售量创历史纪录，景区内人数翻了好几倍。这次比赛通过电视转播，既扩大了比赛的知名度，也将千山的知名度扩大到全国。

此外，体育和文旅融合还体现在场馆设施方面。吴振绵认为，大力发展体育旅游，可以在旅游景区、酒店增加一定体育设施，让来度假的老百姓既能游览景区，考察文物古迹，又能有机会每天进行2到3小时的体育训练，半个月掌握一项受用终生的体育技能，让体育运动伴随终生。

前不久，辽宁锦州将帆船训练基地改造为旅游景区，新增体验场景，吸引游客与大海亲密接触，体验乘风破浪的激情。大连市今年启动石灰石矿区改造项目，通过投资15.8亿元进行生态治理、基础设施建设，建设水上运动中心、马术俱乐部、荒野乐园等，打造城市文体旅的新地标。

“工业辽宁”发力文旅“长红”的样本意义

冬天里的“一把火”，一直“烧”到初夏。去年冬季以来，辽宁抓住冰雪旅游人声鼎沸、热气腾腾势头，乘势而上创新文旅场景、制造流行时尚，吸引游客来“工业摇篮”玩转“诗和远方”。

今年一季度，辽宁省接待游客1.71亿人次，同比增长68.2%；旅游收入1902.1亿元，同比增长89.4%。华住集团高级副总裁尤炜认为，在激烈的文旅竞争中，辽宁从“网红”向“长红”发力，靠的不是“一招鲜”“一阵风”，而是持续优化基础设施、提升公共服务，完善现代旅游业体系。

从高品质产品供给到高品质旅游服务，辽宁用“创意”“文意”“诚意”，吸引宾客从“到此一游”到流连忘返。策想院院长、“90后”青年文旅策划专家苏良雄说，“高品质”的“高”体现在高维度、高质量、高价值，辽宁面向全国、东北亚乃至全球市场去擘画文旅产业发展，紧跟时代，与时俱进，引领潮流。

跟着赛事去旅行、寻着文博去旅行、体验民俗去旅行……以“高品质”引领文旅产业发展的同时，辽宁还在文体旅深度融合上下功夫。“以前提起辽宁，更多想到的是老工业基地，人们对整个东北旅游的印象也更集中于冰雪，这次来东北，发现夏天也很好玩。”仝腾说，与以往参与的同类大会不同，此次2024辽宁省高品质文体旅融合发展大会突出“文体旅”，展现了辽宁开发旅游市场的新思路、新作为，“工业辽宁”的文旅转型具有样板意义。

吴振绵表示，文体旅融合发展已经走上快车道，成为新潮流，2024辽宁省高品质文体旅融合发展大会起到了很好的示范作用。“资源的整合、品牌的联合、市场的混合，将把辽宁全省变成一个文旅的‘直播间’，产生厚积‘喷’发的化学反应，重塑形象、吸引人气、打出口碑、产生效益。”苏良雄说。

对于辽宁省明确提出的“打造高品质文体旅融合发展示范地”目标定位，不少业内人士充满期待。尤炜表示，通过本次大会，他感受到辽宁在文体旅产业方面有巨大的潜力优势，辽宁可联合更多的互联网平台公司，共同开发丰富资源，放大传播影响力。

“山海相映的辽宁不仅冬季冰雪资源丰富，而且春可赏花、夏可避暑，同时历史文化底蕴深厚，期待辽宁文旅持续增强供给，推出更多优秀的文旅产品，推出爆点、引领时尚，让文旅真正做到四季常青。”刘甜说。

（记者蔡拥军 王炳坤 郭翔 李明辉 洪可润 张博群 转自《新华每日电讯》）

长春有轨电车：诗意在城市中穿行

新华社长春电 初夏清晨，记者漫步于长春市的红旗街，感受着历史与活力。红旗街，一条承载着长春人回忆的老街，不仅保留着长春电影制片厂旧址，还孕育出时尚商场、潮流地标。

在这条历史悠久的街道上，一条铁轨静静伸展，它被精心装扮，轨道边涂上了绚烂的色彩。一辆54路有轨电车在轨道上停着，等待乘客或游人搭乘，来一次城市中的诗意穿行。

连接热门商圈红旗街和老城住宅区，线路单程7.64公里，设16座车站，走过80多年的风雨历程，电车车型几经换代……长春54路有轨电车，沿着缓缓岁月的轨迹，见证着城市的脉动。

如今，这趟电车不断以新装亮相，开行咖啡酒吧专列、文旅专列，为运行车次注入了新的特色。深绿色车身搭配着金色线条，点缀上五彩缤纷的氛围灯，咖啡酒吧专列焕然一新，吸引了众多市民、游客拍照留念。“造型典雅而不失现代感”“是长春一道流动的风景线”……这趟电车成为不少人的“心头好”。

进到车内，只见怀旧元素满满：木质车窗、暗绿色窗帘、老电话、留声机等，让人仿佛穿越回旧时光。吧台边，咖啡师正研磨咖啡，浓郁的香气在车里氤氲；货架上，明信片、车票等文创产品琳琅满目；木制座椅上铺着柔软的垫子，摆放着抱枕；座位间设有小桌，供乘客品尝咖啡，欣赏沿途风光。

在这趟电车之旅中，透过车窗望去，首先映入眼帘的是红旗街上的文旅商场“这有山”。在这里，山丘和古色古香的建筑被搬到商场室内，为游客带来一场别开生面的视觉体验。“这有山”逐渐成为长春的新兴文旅地标，也成为了年轻人的聚集地。咖啡、书吧、小吃、主题影厅……在这里的每一家店铺，都可能遇见惊喜。

长影旧址博物馆与“这有山”隔街相望。作为“新中国电影的摇篮”，这里诞生过《五朵金花》《英雄儿女》等大批脍炙人口的影片，书写了不朽的电影传奇。在这座博物馆里，拍摄道具、手稿、海报、剧照等展品，让游人在光影交错中，感受时间雕刻的痕迹。

“不少游客在节假日选择乘坐有轨电车，感受历史底蕴和城市气息交织的魅力。”长春公共交通（集团）有限责任公司电车公司营运处处长王春晖说，“在今年的‘五一’假期，有轨电车客流量大幅增长，单日增加约5000人次。”

电车沿着轨道，穿过了闹市，高楼大厦逐渐远去，取而代之的是一片充满绿意与生活气息的住宅区，南阳路站就坐落于此。郁郁葱葱的树木掩映着街道，岁月在建筑上留下痕迹，自行车和汽车在轨道一侧穿行，眼前景色共同勾勒出一幅和谐而生动的城市生活画卷。

“电视剧《人世间》的热播，也让取景地附近的南阳路站成为新晋打卡地。”王春晖说。据他回忆，在去年十月，金黄的叶子在南阳路站簌簌落下，层层叠叠地铺在轨道上，为电车之旅增添了诗意，“市民和游客们会提前到轨道旁架起相机，就为等电车穿越树林的那一刻，按下快门键，捕捉‘秋日限定浪漫’”。

54路有轨电车连接着诗意与忙碌，文化与生活，既为乘客提供了文旅体验，也一直承载着市民的日常交通需求。2014年，55路有轨电车开通运营，作为54路的延长线，连接了西部城区和红旗街商圈，方便了沿线市民的出行。据统计，在工作日期间，通过有轨电车满足日常工作、生活需求的乘客约占八成。王春晖说，在确保电车正常运营的基础上，他们正逐步探索将电车与文旅相结合的新路径。

随着电车的每一次停靠，乘客们带着各自的故事上下车，有的前往工作地点，有的体验着城市底蕴，有的享受着闲暇时光……有轨电车，就像连接过去与现在的纽带，见证着长春的一个个瞬间，正成为这座城市不可或缺的一部分。

（记者胡戈 颜麟蕴 转自《新华每日电讯》）

第十三届中国舞蹈『荷花奖』颁奖典礼在南京举行

5月25日，第十三届中国舞蹈“荷花奖”颁奖典礼暨“繁花竞放”2024年中国舞蹈“荷花奖”巡演（南京站）在江苏省南京市江苏大剧院举行。本次颁奖盛典对舞剧、民族民间舞、古典舞、当代舞、现代舞5个项目的获奖作品，进行了集中颁奖。专场巡演于5月25日至26日连续两晚在南京进行演出。

新华社记者 李博 摄

第十三届中国舞蹈“荷花奖”当代舞、现代舞的获奖代表和嘉宾在活动现场合影留念。

演员在活动现场表演舞蹈“秋熟”。

演员在活动现场表演舞蹈“塑骨”。

汉风起兮裙飞扬 “小”县城涌动“大”流量

新华社济南/罗马5月28日电 “这件衣服上绣着寓意祝福的神兽，我第一次穿带有这种寓意的衣服！”近日，在意大利罗马举办的一场汉服体验活动上，意大利女孩阿里安娜·萨尔瓦蒂和同伴们仔细观赏汉服纹样细节、试穿拍照，兴致盎然。

让萨尔瓦蒂爱不释手的是一条“优雅、轻盈、舒适且由手工制作”的马面裙，它产自万里之外的一个中国县城——山东曹县。

作为曹县汉服界代表，原创汉服设计师孟晓霞受邀前往罗马展销。“带去的汉服火速销售一空，就连我自己在现场穿的展示服最后也被当地顾客买走了。”孟晓霞说。

“虽然文化背景不同，但当地人对汉服蕴含的中华传统文化元素兴趣浓厚，”孟晓霞说，“我在介绍一件马面裙的设计灵感时，讲述了‘白娘子盗仙草’的中国民间故事，大家被深深地吸引。”

伴随国潮文化兴起和文旅市场升温，曹县汉服产业近年迎来井喷式发展，这里也成为中国汉服主要生产销售基地之一。据曹县电子商务服务中心统计，截至2024年第一季度，曹县汉服从业者近10万人，汉服上下游企业逾2200家，相关网店逾1.39万家。

“我们是中国最大的原创汉服产业集群。”曹县电子商务服务中心副主任刘霞说，“从原创设计到裁剪打版，再到绣花、印花、辅料辅具、网络营销和售后，我们在方圆5公里内打造了一个完整的汉服产业链。”

电商经济和直播模式的兴起，打通了县城产业销售端的“任督二脉”，让曹县汉服生意向全世界扩展。2024年第一季度，曹县汉服销售额达19.8亿元人民币，其中马面裙成为畅销海内外的“单品冠军”，一季度网络销售额近9亿元人民币。

汉服的国际认可度正不断提升。法国博衍汉章传统研习会会长仲巾函介绍说，目前该机构每年举办约90场与汉服相关的活动，“汉服不再只是挂在家里用于欣赏的服装。不少法国当地会员还会带着十几套汉服回到家乡，成立小型汉服社，创造更多穿汉服的文化场景”。

孟晓霞曾赴意大利、法国、瑞士等国参加汉服展销活动。在与外国服装设计师的交流中，她深刻体会到不同文化碰撞与交融的重要意义。“汉服走出国门，获得了大家的认可。这彰显了文化自信，也在借鉴与交流中推动了中西文化的双向互动。”

“非常高兴能在意大利欣赏到汉服这一传统服饰。”意大利罗马国际跨国文化协会主席利贝拉托·米伦纳说，这是双方进行旅游文化和经济对话的一部分。

文明因互鉴而精彩。如今，曹县推动在全球十多个国家成立青少年汉服社，希望推动汉服走向全球，也期待海外友人通过汉服走近中国传统文化。

端午及暑期旅游热潮将至 各地多措并举加大优质产品供给力度

随着端午小长假火车票于近日陆续开售，旅游市场再度进入小长假预热期。多个平台披露的数据显示，今年端午假期文旅市场热度可期。同时，已有不少消费者提前筹备暑期旅游计划，预订相关旅游产品。受访专家认为，我国文旅市场的火爆态势有望在暑期延续。

旅游市场仍将火热

“今年以来，无论是春节、清明还是‘五一’假期，人们出游的意愿都非常强烈。可以预见，端午假期旅游市场依然会延续火热态势。”星图金融研究院高级研究员付一夫说。

中国城市发展研究院·农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅也认为，国内游持续火爆这一趋势在端午假期和暑期将会持续。同时，人们的出游将向智能化、品质化方向发展，通过App、在线平台等渠道，实现门票预订、住宿预订、交通查询等一站式服务，提高旅游出行的便捷性和舒适度。

多个平台披露的数据也显示，端午假期及暑期文旅市场将延续火爆态势。

端午假期方面，木鸟民宿5月24日发布的《2024端午假期民宿预订趋势报告》显示，截至目前，端午假期民宿订单同比增长76%，乡村民宿订单同比增长116%。

暑期方面，美团数据显示，5月1日至5月23日，暑期文旅预订单量（含门票、住宿、交通等）同比增长63%。

另外，从去哪儿火车票预约情况来看，端午假期出行仍以周边游、短途游为主。2小时高铁圈内仍是旅客出游的主要目的地。

付一夫表示，中小城市文旅市场可能将在端午假期表现火热。最近的旅游市场表现显示，中小城市游客量和旅游收入增速比大城市更快，这反映出很多消费者在假期期间寻求高性价比的旅游方式的偏好。预计端午假期也将会有部分消费者倾向于中小城市。

丰富旅游市场供给

随着端午假期、暑期旅游热潮即将到来，各地也积极发展文旅产业，加大优质旅游产品供给力度，并通过举办推介会、文旅活动等方式，吸引更多游客，推动当地文旅市场升温。

例如，近日，山东省文化和旅游厅在山西、青海等地举办推介会，发布了夏季主题产品，推介夏季文旅资源，充分展示“好客山东”的魅力。贵州省文化和旅游厅在天津举办的“多彩贵州”夏季文旅推广暨招商推介会上，发布了景区免票优惠、“一票多日使用制”优惠等在内的入黔旅游优惠政策，启动贵州避暑旅游季。

同时，为深入开展旅游服务质量提升行动，各地积极推进未经许可经营旅行社业务和“不合理低价游”的专项整治工作，并建立常态化的暗访评估机制。

受访专家认为，随着端午假期、暑期旅游市场即将开启，进一步优化文旅消费环境、满足人民群众多样化、高品质的旅游需求成为各地文旅部门的必修课。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示，建议各地推出更多消费刺激政策，如旅游补贴、减免景点门票、发放旅游消费券等，激发群众出行意愿。

袁帅表示，各地可以出台相关政策，鼓励旅游企业进行创新和产品开发，提供资金扶持、税收优惠等措施，支持旅游企业开发具有地方特色的旅游产品和文化活动，丰富旅游市场供给。同时，完善旅游投诉处理机制，及时解决游客在旅游过程中遇到的问题和纠纷，保障游客的合法权益。

“针对当前消费升级趋势，各地应积极设计包装有特色、富有吸引力的旅游产品和路线，并配以贴心优质的服务。”付一夫表示，各地可以进一步发扬资源优势，深入挖掘不同区域的自然风景、文化古韵及风土人情；创新文旅融合方式，加强构筑文化场景，引入新的文化元素，积极打造当地旅游品牌。 （转自《证券日报》）

发行：辽源日报发行总站 印刷：辽源日报印刷厂 地址：辽源市文宁路33号 新闻热线：3249118 编辑部电话：6662152 广告部电话：3226506 发行部电话：3229788 印务电话:3226245 广告发布登记号：2204001030680 零售价：每份2.00元