

新时代 新征程 新伟业

文旅市场复苏增长探讨

编者按

“五一”假期，外地游客大量涌入贵州，多彩贵州文旅市场加速复苏繁荣再现。在文旅市场爆棚的背后，文旅市场的营销手段、服务质量、接待能力、业态丰富度等都需要我们从飙升的数字中冷静思考，再接再厉，使得贵州文旅市场安全平稳、高效有序、稳步复苏，真正实现健康可持续的高质量发展。

贵州旅游市场向质而行

吴佳妮 黄雅婧

2023年“五一”假期结束，贵州文化和旅游市场强劲复苏，消费潜力加速释放。数据表明，贵州“五一”假期围绕资源、客源、服务三大要素，推动产业融合、数据赋能、服务升级，吸引八方来客，在带动贵州旅游市场强力复苏的同时，也极大释放游客的消费潜力。贵州旅游正从传统的“价值传递”走向“价值创造”，向质而行，行稳致远。

持续营销招商、抢抓市场先机，引流入黔。为抓住机遇抢占消费复苏时机，今年2月以来，贵州政企频频携手，奔赴珠三角、长三角等重点城市客源市场，开展多场多彩贵州文旅宣传推广招商推介会。2月8日在北京举行的2023年多彩贵州文旅“三推介”活动中，贵州聚焦核心景区精心谋划35个重大招商项目，总投资金额达714亿元；发布重点投资项目443个，计划招商引资1757亿元；分类推出了多类型文旅招商项目1042个。一系列持续精准、诚意满满的营销推介和招商发布会，为省内文旅企业及时了解各个客源市场的需求和产品动向、提前制定旺季产品、吸引更多游客入黔提供了平台，也大幅提升了贵州文化和旅游资源在全国的知名度、美誉度，为

“五一”假日旅游市场复苏做好了宣传营销的准备。

普惠施策纾困、政企携手维稳，共襄发展。为支持旅行社、旅游景区、演出机构、宾馆酒店、民宿客栈等市场主体恢复发展，贵州省聚焦资源、客源、服务三大要素，推进旅游产业化“四大行动”，政企携手全面落实省市纾困惠企政策，持续优化营商环境，强化金融专项资金扶持，竭尽全力让旅游市场主体稳得住、回得来，重新激发了旅游从业者干事创业的热情和激情。“五一”假期前3天，全省共举办促消费活动580场次，累计参与41597万人次，发放消费券等消费补贴金额达1435.79万元，带动消费70032.96万元。“五一”期间，省领导赴一线调研，部署推进全省桥旅融

“夜经济”的意义和举措

崔玲

“夜经济”反映出城市的繁荣程度、文化积淀与市民的心理诉求。贵州以“流光溢彩夜贵州”为品牌，加快推进夜间文旅消费集聚区建设，让“夜经济”成为激活城市经济活力的新引擎。

京王府井超过100万人的高峰客流是在夜市，重庆2/3以上的餐饮营业额发生在夜间。2016年以来，中国夜间经济规模快速增长，2020年中国夜间经济规模突破30万亿元，较去年同期增长了50%，2021年中国“夜经济”发展规模增至36万亿元，2022年突破40万亿元。人流大、人气旺是一个地区经济力、竞争力产生的重要基础。我国夜间经济力已经由早期的灯光夜市转变为包括“食、游、购、娱、体、展、演”等在内的多元夜间消费市场，灯火阑珊处的多元和包容，使竞争压力之下的人们在攒动的人流中找到自己的迹象和映射，在文化共情中实现了时代精神的贯通，营造出一种靓丽的创新城市氛围。

超越灯光经济实现多元融合。“夜经济”不只是夜市和灯光秀。第一，“夜经济”已经进入叙事经济时代。“夜经济”的发展先后经历了城市景观照明阶段、夜间文化艺术活动引流阶段和城市夜间经济繁荣阶段。灯光是“夜经济”的基础，但当前的“夜经济”已经由以光影为核心的视觉景观时代进入“夜文化”为核心的叙事经济时代，故事和文化才

是其持久生命力所在；第二，“夜经济”应符合生态环保理念。如果“夜经济”的发展一味地追求高科技、高能耗的视觉冲击效果，会在背离了低碳、环保、节能等绿色理念的同时，更无益于“夜经济”的IP塑造和文脉延续，也是导致各地“夜经济”产品雷同的重要原因。贵州应通过创意设计、文化沙龙、非遗传承、乡土制作、艺术分享等文化活动，凸显“夜经济”地域特色。

打通城市经济实现多点支撑。根据百度地图慧眼发布《2020年第二季度中国城市活力研究报告》显示，贵阳在夜生活指数排行榜中位居第七名，夜间消费占比达57.1%，高于全国平均水平7个百分点。随着遵义市红花岗区红军街1935红色文化街区、六盘水市钟山区水城古镇、安顺市西秀区山里江南景区、毕节市七星关区同心文化旅游景区、铜仁市万山区金街、黔东南州丹寨万达小镇、黔东南州镇远古城、黔南州荔波古镇、黔西南州兴义市乡愁集市等夜间经济集聚区的改造和升级，全省已形成了以夜间经济集聚区、美食街区为主体，商业综合体、特色商业步行街和主题景区

优化重组深度挖掘旅游资源

杨燕

贵州“五一”期间文化和旅游行业复苏势头强劲，各大旅游景区景点展开形式多样、内容丰富的活动，游客亦是人山人海，热闹非凡。如何优化和重组、深度挖掘贵州丰富的旅游资源，持续推动旅游业保持“井喷式”增长势头成为贵州省旅游业亟须解决的核心问题。

少数民族文化吸引大量游客纷至沓来。据报道，“五一”期间贵州山岳型景区梵净山、人文景区西江千户苗寨等成为热门景点，吸引了来自全国各地大批的游客。因此，可以在节假日之前，以国家级4A和3A旅游景区和特色景点为主，大力宣传和营造旅游环境氛围，起到分流和引流作用，从而做大多彩贵州旅游蛋糕。此外，要推动和提升“旅游+”和“+旅游”战略。要围绕乡村振兴战略，依托梯田景观、稻鱼鸭农业文化遗产等重点项目，深度打造富有特色的农业旅游产品体系，加快培育和开发旅游新业态。例如，在农旅融合上，积极

探索多种合作的新型经营模式，以国家地理标志产品为依托，深度挖掘和培育贵州特色文化品牌和金字招牌，以贵州独特的农业资源打造连片观光农业、智慧农业、农事体验、观光旅游、康养和科普研学等为一体的农业产业。

挖掘制造话题热点、持续输出。去年7月和今年3月，黔东南州台江县的“村BA”火爆全网，而在“五一”期间，台江县万人空巷，万人身着少数民族盛装、载歌载舞欢度苗族姊妹节。可见，从3月火爆的“村BA”到5月姊妹节，在接近两个月的时间里，台江县获得了省内外外的广泛关注。贵州应该要抓住类似

提升服务软实力

徐刚

“五一”期间淄博等地旅游火出圈，政府的加持、市民的支持让这座非旅游城市成为游客所向往的具有烟火气的旅游目的地，对旅游业高质量发展带来了启示。

旅游全网预警机制，及时处置旅游乱象。

营造全民服务氛围。全域旅游背景下的贵州世界旅游目的地建设，需要包括旅游从业人员在内的全社会参与，营造全社会服务旅游的热情氛围，让良好服务氛围在贵州蔚然成风。

注重旅游市场细分。淄博旅游火出圈的起

因是大学生这个年轻的消费群体，依托的技术手段是新媒体力量，成功的关键是淄博全社会的极致服务。贵州旅游要高度重视旅游市场细分，积极引导新媒体力量，在旅游推广和营销上根据不同的消费年龄、消费习惯、消费层次定制不同的消费产品，进行市场培育。

大家理论

树立生态旅游新标杆

周晓

目前，世界级旅游目的地尚没有明确的标准体系，纵观国外，大都从品牌、产业、效益、政策等方面进行界定。总体而言，世界级旅游目的地的应具备优质的旅游基础设施；世界级、高品质的旅游资源和产品；与市民生活场景融为一体的国际化开放空间；完善旅游信息系统、便捷的出入境程序；友好/文明的旅游氛围、现代化的预订/结算方式和高效科学的旅游监管体系等。为此，贵州省打造世界级旅游目的地的，可着力开展下述六项任务。

世界级规划。打造世界级旅游目的地，应在谋篇布局中注入世界级思维理念，进行世界级规划。综合考虑国际市场接受度和游客群体特殊性等因素，国内传统旅游规划难以满足实际需求，应引入联合国世界旅游组织(UNWTO)规划编制理念，作为“世界级旅游目的地”的保障前提。

世界级产品。尽可能利用和发挥本土资源，开发世界级旅游产品组合。打造世界级节庆活动，需要权威认证。可在安顺和黔南两地率先试点，主动对接国际山地旅游联盟、国际洞穴联合会、国际慢城联盟等组织机构，创办系列国际赛事、会议、展览，在“一带一路”国家和地区逐步推广贵州旅游产品。此外，还需与国际组织机构联合举办传承悠久的旅游文化节庆活动，使之成为新的文化符号和投资热点，实现“薪火相传”的旅游产品突围。

世界级设施与服务。完善机场、铁路、高速公路、国/省道等交通设施提升，努力建设国际空港，打造“一带一路”国家地区的旅游交通枢纽，配套“一带一路”国家地区的旅游运输体系。逐步实现世界级服务水平，推进旅游厕所、标识牌、道路指南、通信网络的应用场景多元化和现代化，用多语种文字、音频、视频覆盖相关涉旅设施。

世界级营销。在国内营销宣传上，利用今日头条、快手、哔哩哔哩、小红书、抖音等撰写、制作国内游客喜闻乐见的推文和短视频，营造市场热度。在国际营销宣传上，充分考虑当地传统文化与表达习惯，组织专业背景扎实、精通多国语言、积极拥护中国现代化的职业宣介团队，与知名社交平台合作，进行旅游目的地的推广。

世界级互动。加强各州市与全球知名旅游目的地城市及地区的互动合作，建立与深化各州市同国外城市的友好关系，培养与挖掘中外民间友好力量，在“一带一路”沿线国家和地区建立友好团体，保持各国对华友好团体的紧密联系，分享并汲取建设世界级旅游目的地的经验。同时，巩固和加强与世界级旅游组织的合作交往，引进知名旅行社、品牌连锁酒店、品牌连锁餐饮店落户贵州。

世界级评价。邀请世界旅游联盟(WTA)、UNWTO、世界旅游联合会等知名国际组织，参与“贵州省打造世界级旅游目的地”建设规划和评估，提升世界级旅游目的地的质量、效益、知名度和影响力。

(作者单位：贵州大学旅游与文化产业学院)

走乡村绿色发展之路

周晓秋 李宇平

党的二十大报告指出，尊重自然、顺应自然、保护自然，是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。必须牢固树立和践行“绿水青山就是金山银山”的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展。因此，要推动发展方式绿色转型，在发展“含绿量”、产业“含新量”、生态“含金量”三位一体稳步前进中推动乡村振兴，为中国式现代化稳健前行保驾护航。

坚持人与自然和谐共生，提高乡村发展“含绿量”。提高乡村发展“含绿量”，要以绿色发展为引领，让绿色生态成为乡村振兴支撑点。在产业布局上，更加注重农林牧渔结合，粮食主产区有序发展养殖业，使农业主产品和副产物形成生态循环链，取得了经济生态多重效益。通过农业绿色发展增加农民收入，更好地满足了消费者对农产品的高质量需求，同时减轻了农业面源污染，促进了农民生产生活环境的改善。

坚持人与自然和谐共生，提高乡村产业“含新量”。推进产业兴旺是实施乡村振兴战略的首要任务，人才是实施乡村振兴战略的基础支撑。提高乡村产业“含新量”，既要开发创新型产业，也要注入创新型人才。以产业创新促乡村振兴，需要乡村因地制宜，产业结构不断优化，构建现代产业体系，绿色经济加快发展，挖掘特色产业、发展优势产业。同时，高校要积极参与到乡村振兴中，以乡村振兴人才定向培养专项和乡村产业振兴专项项目，让人才能够引进、能留住、能用好、能发展，推动乡村产业振兴和人才振兴，有力支撑创新驱动发展。

坚持人与自然和谐共生，提高乡村生态“含金量”。提高乡村生态“含金量”，要加快农业转型升级，减量增效有效利用农业化学投入品，实现农作物秸秆、畜禽粪污等资源化利用和农用薄膜回收利用，充分发挥农业特有的生态功能，让农业成为生态产品的重要供给者。通过在乡村建设示范基地，协助拓展销售渠道，帮助合作农户率先发展，辐射带动一大批农户增收致富。此外，要加强农村污水、垃圾等突出环境问题综合治理，改善农村人居环境，推进农村“厕所革命”，完善农村生活垃圾设施，补齐农村生态环境建设短板，让乡村成为生态涵养的主体区。我国已实行农村人居环境整治行动，通过治理农村垃圾和污水，推进乡村绿化，促进农村人居环境的提升，能让生态文明成为乡村最大的发展优势。

生态兴则文明兴。推动经济高质量发展，绝不能以牺牲生态环境为代价，应在产业“含新量”、发展“含绿量”和生态“含金量”同步提升中推动乡村振兴，谱写乡村振兴壮美画卷。

(作者单位：贵州师范学院)