

总书记的话

要深化文旅体融合,丰富旅游业态,打造“多彩贵州”文旅新品牌。

——2025年3月17日至18日,习近平总书记在贵州考察时强调

加快打造“多彩贵州”文旅新品牌

【编者按】

习近平总书记对贵州文旅发展十分关心关注,2021年在贵州考察时叮嘱要把包括苗绣在内的民族传统文化传承好、发展好,2025年在贵州考察时强调要打造“多彩贵州”文旅新品牌。近年来,贵州深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,围绕“资源、客源、服务”三大要素实施“四大行动”,坚持以文塑旅、以旅彰文、以体促旅,不断丰富文旅体融合新业态、新场景、新供给,持续推动旅游业提质增效。本期专刊,聚焦贵州大力推动文旅体融合发展,持续打造“多彩贵州”文旅新品牌的生动实践。

我们的实践

“赏好风景,享烟火气。贵州旅游大变样了!”说起在贵州的11年旅居时光,今年70多岁的四川老人何天琼,语气里满是感慨。

贵州旅游的变化,绝非景区大门的简单翻新,也不是游客数量的单纯增长。而是景区品质的持续提升,是旅游业态的全面焕新,是旅游服务的提档升级。

从“卖风景”到“卖生活方式”:把流量变成留量

“咿咿呀、咿咿呀……”第二次来到“村BA”现场的“00后”湖南游客夏苑,和三位同伴一道在人群里使劲呐喊、助威。

“我其实不太懂篮球规则,但就是超爱这股热辣滚烫、接地气的人间烟火气。”夏苑激动地笑着说。4月10日晚8点,黔东南州台江县台盘村,贵州省第四届“美丽乡村”篮球联赛(贵州“村BA”)总决赛现场,不锈钢盆撞击声、清脆的锣鼓声、观众的呐喊声此起彼伏。

这一刻,一场乡村篮球赛早已超越单纯的体育竞技,变成了无数人向往的生活方式。2022年,台盘村一场没有明星、不收门票、全民参与的乡村篮球赛意外火遍全网。流量来了,如何变“留量”?

“那时候大家心里也没底,怕游客看腻了。”台盘村驻村第一书记赵之友坦言,“后来想通了,游客来台盘看球赛,找的是那份接地气的乡土味。”现在的台盘村,俨然是全国篮球爱好者的打卡聚集地、交流乐园。

球场周边,曾经的旧仓库,改成“村BA”主题餐厅。闲置民房变身篮球研学基地、非遗体验馆、网红民宿,一条充满活力的乡村文旅商业街,顺着球场慢慢延伸开来。

赏风景 享生活

贵州日报天眼新闻记者 周章龙

自2022年出圈以来,“村BA”全网曝光量超1200亿次,带动台江县接待游客1100余万人次。

热气腾腾的生活,本身就是贵州最美的风景。台盘村以小见大,折射出贵州旅游业的全面焕新;不再只满足于“卖风景”,更着力于卖体验、卖氛围、卖生活方式,走出了一条有温度、有特色、有活力的乡村文旅振兴之路。

从“看风景”到“入风景”:把旅途过成日子

4月9日,毕节市百里杜鹃景区,绵延百里的杜鹃花正开得烂漫。“走过很多地方,还是觉得贵州最舒心、最养人。”何阿姨一边赏花,一边闲聊。

何阿姨来自四川泸州,退休后就开启了四处旅居的生活,云南、海南,国外都去过,一心想寻一处气候宜人、风景优美的养老之地。2015年4月,她第一次来到贵州百里杜鹃,便被这里凉爽舒适的气候和绚烂花海打动,第二年就在附近的小区买房安家。

“赏春花,夏避暑,每年3月来,10月底走,一住就是8个月。”何阿姨语里满是归属感,“现在啊,我已经是‘三分之二’个贵州人啰!”数据显示,百里杜鹃景区旅居房已销售15万余套,各类民宿、酒店达700余家,避暑旺季一房难求。

贵州持续打响“旅居在贵州,生活更多彩”品牌,“候鸟式”旅居成为新时尚。中国旅游研究院发布的《贵州旅居研究报告》显示,2025年,到贵州旅居15天以上的人群规模达238万人次。

从“人找服务”到“服务找人”:把舒心送到游客身边

“你好哩,黄小西!明天我一个人去黄果树瀑布,请给我规划一下行程。”

陕西游客李洪伟已在贵州玩了4天,刚逛完安顺古城,便又拿出手机,点开“一码游贵州”平台,与身着苗绣的数字人“黄小西”,共同规划明天的行程。

短短几秒钟,“黄小西”便推出详细的行程规划。从安顺市区到黄果树景区的交通路线、行程耗时、景区周边美食推荐,甚至连景区内的最佳观景点,都一目了然。

“贵州这个‘黄小西’,聊两句就把事儿弄咧,省心得很!”李洪伟笑着说。

“以前是游客找服务,现在是服务找游客。”安顺旅游集团古城运营管理有限公司副总经理段海斌说,“我们通过用好‘一码游贵州’‘安旅通’等平台,以及古城智慧系统,实时监测客流,哪儿挤了,及时疏导;哪位游客需要帮助,志愿者能精准定位。”

聚焦游客需求,贵州把服务做在前面。依托数智优势,打造“一码游贵州”等智慧服务平台,为游客提供行程规划、景区导览、餐饮推荐、酒店预订等全链条便捷服务,帮助游客畅游贵州。

近年来,贵州围绕“资源、客源、服务”三大要素,实施旅游产业化“四大行动”,不断推动旅游产业提质增效,旅游路子越走越宽。2025年,全省接待游客人次、旅游总花费、游客人均花费分别增长8.9%、11.1%和2%。



位于六枝至安龙高速公路的花江峡谷大桥旅游区集桥体观光、地质奇观、非遗体验等于一体。

龙建睿 摄 (影像贵州)

专家的解读

文旅体融合蓄势赋能“多彩贵州”IP

李锦宏

贵州历史底蕴深厚,红色文化丰富,民族文化多彩,发展旅游业比较优势得天独厚。习近平总书记对贵州旅游业发展寄予厚望,赞誉贵州是“公园省”,多次作出重要指示。近年来,贵州牢记习近平总书记殷殷嘱托,围绕“资源、客源、服务”三大要素,深入实施旅游产业化“四大行动”,深耕文旅体融合发展,发力旅居新赛道,旅游业质量效益持续提升。奋进“十五五”,贵州持续激发生态、气候、文化等资源优势,着力打造“多彩贵州”文旅新品牌,不断推动旅游业提质增效。

深刻把握文旅体融合发展方向

文旅产业是彰显地域魅力、传承文化根脉、推动高质量发展的战略性新兴产业,也是满足人民美好生活需要、增强文化自信的重要载体。习近平总书记对贵州旅游业发展十分关注,2025年3月在贵州考察时强调,“要深化文旅体融合,丰富旅游业态,打造‘多彩贵州’文旅新品牌”。这一重要指示,立足新时代文旅发展规律,紧扣贵州资源禀赋与发展实际,充分肯定了贵州文旅产业的基础与潜力,又精准指明了转型升级的路径与目标,具有极强的政治性、思想性、指导性和实践性。

习近平总书记关于文旅体融合发展的重要指示,蕴含着鲜明的战略、实践和价值逻辑。从战略层面看,文旅体融合是构建新发展格局、培育新质生产力的重要抓手,是推动区域协调发展、促进共同富裕的重要路径。贵州作为西部重要生态屏障、民族文化大省,推动文旅体融合发展,既是践行新发展理念、也是服务国家文化强国、旅游强国战略的必然要求,也是服务国家文化强国、旅游强国战略的必然要求。从实践层面看,“丰富旅游业态”直指传统观光旅游产品单一、体验不足、链条较短等问题,指引贵州跳出“看山看水”的传统模式,走向体验化、场景化、生活化、品质化发展新路;“打造‘多彩贵州’文旅新品牌”则指引贵州在既有品牌基础上注入新内涵、拓展新场景、提升新价值,实现从资源品牌向生活品牌、从区域品牌向全国知名品牌跃升。从价值层面看,文旅体融合承载着传承民族文化、弘扬红色文化、活化传统文化的重要使命,是推动文化自信自强、推动实践创新,也是让人民群众共享发展成果、提升生活品质的民生工程。

习近平总书记的重要指示,指引我们解决贵州文旅发展“往哪走、怎么走、靠什么支撑”等重大问题。“深化文旅体融合”明确了发展路径,强调文化铸魂、旅游载体、体育赋能,实现三者相互赋能、协同增效;“丰富旅游业态”明确了发展重点,要求推动业态创新、场景再造、供给升级,满足游客从观光到休闲、从短期到长期、从打卡到体验的消费变革;“打造‘多彩贵州’文旅新品牌”明确了发展目标,要求以品牌引领资源聚合、客源拓展、服务提升,形成具有贵州特色的核心竞争力。这一系列重要要求,与贵州牢牢守好发展和生态两条底线、推动高质量发展、推进乡村振兴的系统部署高度契合,为贵州在新起点上推动文旅产业提质增效、塑造发展新优势指明了方向。

文旅体融合赋能“多彩贵州”品牌的创新探索

近年来,贵州认真学习贯彻习近平总书记重要指示精神,立足得天独厚的自然生态、多元厚重的民族文化、独具特色的山地体育资源,以文旅体深度融合为主线,以旅居产业为新赛道,以品牌提升为牵引,推动资源优势加速转化为发展优势、产业优势和竞争优势,走出了一条具有贵州特色、符合时代要求、惠及广大群众的文旅高质量发展之路。

立足资源禀赋,推动文旅体资源系统性升级。贵州始终坚持保护优先、合理利用,把生态资源、文化资源、体育资源转化为可体验、可消费、可传播的文旅产品。在文化资源活化上,系统保护18个世居民族文化、757个中国传统村落和各类非物质文化遗产,推动苗绣、蜡染、侗族大歌、屯堡文化等进景区、进民宿、进街区,打造沉浸式体验场景;依托遵义会议会址等红色资源,建设红色旅游景区、推出红色研学线路,让红色文化可感可及。在生态资源活化上,依托高森林覆盖率、优良空气质量和夏季平均气温23℃左右的清凉气候,打造避暑康养、生态休闲、乡村旅居产品,实现“绿水青山”向“金山银山”有效转化。在体育资源挖掘上,依托喀斯特地貌优势发展山地户外、徒步露营、漂流探险等业态,以“村超”“村BA”为引领

打造乡村体育赛事IP,形成“体育引流、文旅变现、群众增收”的良性循环。

紧扣三大要素,构建协同高效的文旅发展体系。贵州紧紧围绕“资源、客源、服务”三大要素,系统发力、整体提升,推动产业发展提质增效。在资源端,深化“旅游+”“文旅体+”多业态融合,推动景区从单一观光向休闲度假、康养旅居、文化体验转型,打造城市文旅街区、乡村旅游重点村、山地旅游度假区等多元载体。在客源端,依托“多彩贵州”品牌影响力,面向国内重点区域和海外市场开展精准推介,落实引客入黔、入境免签、航线加密等政策,推动品牌知名度转化为实际客流量。在服务端,加快构建“快旅慢游”服务体系,完善交通、住宿、餐饮、智慧服务等配套,推进“一码游贵州”、旅居管家、主客共享空间建设,持续提升游客满意度和获得感。通过三大要素协同发力,贵州文旅产业发展的整体性、协同性和可持续性显著增强。

创新新业态场景,实现从“卖风景”向“卖生活方式”转型。顺应国内旅游从观光游览向休闲度假、从短期出行向长期旅居、从单一消费向体验消费转型的趋势,贵州大力推动新业态、新场景、新供给创新,推动文旅产业向生活化、品质化、沉浸式升级。全省逐步形成避暑旅居、康养旅居、乡村旅居、文化旅居等多元产品体系,呈现“赏春花、夏避暑、秋康养、冬避寒”的全域全季发展格局。

突出旅居引领,打造特色鲜明的旅居产业生态。第二十二届贵州旅游产业发展大会将“促文旅体融合 乐享旅居生活”作为主题,把旅居产业摆在突出位置,这是贵州顺应消费趋势、发挥比较优势的战略之举。全省加快构建旅居产业发展体系,出台专项政策、制定服务标准、培育示范基地、搭建智慧服务平台,推动旅居产业从单点探索向全域布局、从产品供给向生活供给转变。“旅居到贵州,生活更多彩”品牌影响力持续提升,旅居产业正成为贵州文旅高质量发展的重要引擎和新增长点。

强化品牌赋能,推动“多彩贵州”IP价值持续跃升。贵州始终把品牌建设作为文旅体融合发展的核心抓手,持续擦亮“多彩贵州”金字招牌,不断赋予其文旅体融合、旅居生活、生态康养等新的时代内涵。通过新媒体传播、赛事引流、数字IP打造、展会推介等多种方式,全方位讲好贵州文旅故事,提升品牌知名度、美誉度和传播力。以品牌引领资源集聚、客源拓展、服务提升,推动品牌溢价效应持续释放,“多彩贵州”逐步从地域名片升级为具有全国影响力的文旅价值品牌,成为贵州高质量发展的重要标识。

释放综合效能,赋能经济社会高质量发展。文旅体融合发展不仅推动了产业自身转型升级,更在经济、社会、文化、生态、民生等多维度释放综合效能。经济上,文旅产业成为重要支柱产业,带动民宿、餐饮、交通、文创、农特产品等相关产业发展,培育新质生产力,稳定扩大就业。社会上,推动城乡要素双向流动,完善乡村基础设施和公共服务,助力乡村全面振兴。文化上,推动民族文化自信和文化影响力。生态上,坚持生态优先、绿色发展,实现生态保护与产业发展协同共进。民生上,为游客提供高品质体验,为群众拓宽增收渠道,不断提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

以文旅体融合持续赋能“多彩贵州”品牌建设

“十五五”规划纲要提出,深化以文塑旅、以旅彰文,推进旅游强国建设。“旅游强国”首次写入国家五年规划,文旅产业在国家发展大局中的战略地位更加凸显。面对国家加快建设旅游强国的战略机遇,贵州“十五五”时期要深入学习贯彻习近平总书记在贵州考察时的重要讲话精神,坚持问题导向、目标导向、结果导向相统一,以更大力度、更实举措深化文旅体融合,做强旅居产业,持续打造“多彩贵州”文旅新品牌,奋力推动贵州从文旅资源大省向文旅产业强省跨越。

把牢文旅产业发展方向。持续深入学习贯彻习近平总书记重要讲话和重要指示精神,深刻领会“深化文旅体融合、丰富旅游业态、打造‘多彩贵州’文旅新品牌”的核心要义和实践要求,切实把思想和行动统一到党中央决策部署上来。紧扣国家“十五五”规划和贵州省“十五五”规划部署,将文旅体融合发展纳入高质量发展全局统筹推进,

完善顶层设计,强化政策供给、压实工作责任,确保习近平总书记重要讲话和重要指示精神一贯到底、落地见效。坚持以人民为中心的发展思想,把文旅产业作为民生工程、富民工程、幸福工程来抓,实现产业发展、游客满意、群众增收有机统一。

深化融合创新,推动业态供给提质增效。持续推进以文塑旅、以旅彰文、以体促旅,推动文旅体融合从浅层叠加向深度融合、从业态组合向价值再造转变。深挖红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等历史文化内涵,打造一批标志性文旅体融合IP,推出更多沉浸式、体验式、参与式产品。大力推进“文旅体+康养、研学、露营、亲子、数字科技”等跨界融合,丰富产品供给、优化产品结构,破解同质化难题。做强“村超”“村BA”等体育IP,推动山地户外运动规模化、品牌化发展,形成动静结合、主客共享的发展格局。依托春季赏花、夏季避暑、秋季康养、冬季避寒资源,打造全时段、全地域、全龄段文旅产品体系,实现四季宜游、全域可游。

做强旅居产业,打造全国一流旅居目的地。紧扣“旅居到贵州,生活更多彩”品牌定位,把旅居产业作为文旅融合的核心突破口,构建标准化、体系化、品质化的旅居发展生态。完善旅居产业规划和服务标准,培育一批避暑旅居、康养旅居、乡村旅居、文化旅居示范基地,补齐交通、医疗、教育、商业、智慧服务等配套短板。搭建统一高效的旅居服务平台,健全管家式、一站式、全周期服务体系,提升旅居舒适度和便利性。面向全国重点客源市场开展精准营销,发布旅居资源图谱和产品目录,提升贵州旅居品牌吸引力和市场占有率,让贵州成为全国游客向往的旅居优选地。

聚焦三大要素,持续提升产业发展质量。在资源利用上,坚持保护与开发并重,推动优质资源高端化、集约化、特色化利用,提升资源转化效率。在客源拓展上,持续实施引客入黔行动,优化境内外市场推广策略,用好新媒体、赛事活动、节会展会等渠道,稳定扩大客源规模。在服务提升上,深入推进“多彩贵州满意旅居客行”等服务优化行动,健全旅游投诉快速处置机制,完善“快旅慢游”体系,提升智能化、人性化、精细化服务水平,让游客安心游、舒心游、放心游。

强化品牌塑造,推动“多彩贵州”价值跃升。持续擦亮“多彩贵州”核心品牌,系统注入文旅体融合、旅居生活、生态康养等新内涵,推动品牌从风景品牌向生活品牌、从地域品牌向价值品牌升级。创新品牌传播方式,用好数字IP、短视频、直播、跨界合作等载体,讲好贵州文旅故事、旅居故事、生态故事。强化品牌运营推广,推动品牌与产业、产品、场景深度绑定,释放品牌溢价效应,提升市场竞争力和影响力,让“多彩贵州”成为全国文旅高质量发展的标志性品牌。

壮大经营主体,增强产业发展内生动力。加大招商引资力度,积极引进国内文旅头部企业、专业运营机构和战略投资伙伴,提升产业规模化、专业化水平。培育壮大本土文旅企业,支持重点企业向全产业链拓展,打造一批竞争力强的龙头企业。完善财税、金融、土地、人才等扶持政策,激发中小微企业活力,鼓励创新创业,形成大企业引领、中小企业支撑、个体经营者参与的良好产业生态。

夯实人才支撑,强化高质量发展智力保障。构建人才引进、培养、使用、激励全链条体系,重点引进文旅体融合规划、旅居运营、品牌营销、数字文旅等领域高端人才。深化校企合作,建设一批实训基地,定向培养服务、运营、管理等技能型人才。常态化开展从业人员培训,提升服务意识、专业素养和业务能力,打造一支懂文旅、爱贵州、善经营、会服务的高素质人才队伍。

服务国家战略,在旅游强国建设中展现贵州作为。把文旅体融合发展与乡村振兴、生态文明建设、区域协调发展、共同富裕等国家战略紧密结合,让文旅体融合成为贵州高质量发展的鲜明标识、共同富裕的重要支撑、人民幸福的生动诠释,努力为全国文旅高质量发展提供更多可复制、可推广的贵州经验、贵州样本。

(作者为贵州大学旅游与文化产业学院教授)

基层的声音

不负春光不负游客

罗丹

百里杜鹃景区自3月10日开启赏花期以来,截至4月13日,共接待游客92.2万人次,同比大幅增长。

为了让这片“地球彩带”更好看、更好玩,我们下足了“绣花功夫”。交通更顺了,优化观赏赏花线路,新增投入观光车100台,开通贵阳龙洞堡国际机场和多个高铁站直通车,让“美景不再遥远”;体验更优了,锦绣非遗集市

邀请赛、毕节市中小学书画大赛等23项文旅体赛事活动。同时,开展花间对弈、“白+景”“夜+城”花仙子巡游活动,融入微演艺、天女散花、打铁花、民族大巡游等沉浸式互动,不断丰富夜间互动体验,提升游客过夜率。百里杜鹃不再是单一的赏花地,更成了游客流连忘返的旅居目的地。

(作者为百里杜鹃管理区文旅局局长)



扫码观看
《悟思想伟力·看实践创新》
微视频

本版责编:陈翔 张莹
杨春凌 韦一茜
版式设计:侯刚