

湖北省图书馆“两会”专题文献信息

信息参考

培育文化旅游业成为支柱产业

湖北省图书馆信息咨询部 编

2024 年 1 月 13 日

高层动态	1
理论观点	3
文化旅游业何以成为新兴的支柱产业	3
提升基础设施和服务水平	4
推进文旅企业“规模-效益”协同发展	5
抢抓机遇推动湖北文化旅游业更优更强	6
国内实践	9
哈尔滨推动特色文旅产业高质量发展	9
浙江丽水缙云：文旅融合撬动全域旅游高质量发展	11
河南开封“王婆说媒”相亲实践的形成机制	13

高层动态

改革开放特别是党的十八大以来，我国旅游发展步入快车道，形成全球最大国内旅游市场，成为国际旅游最大客源国和主要目的地，旅游业从小到大、由弱渐强，日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业，成功走出了一条独具特色的中国旅游发展之路。

习近平强调，新时代新征程，旅游发展面临新机遇新挑战。要以新时代中国特色社会主义思想为指导，完整准确全面贯彻新发展理念，坚持守正创新、提质增效、融合发展，统筹政府与市场、供给与需求、保护与开发、国内与国际、发展与安全，着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国，让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。各地区各部门要切实增强工作责任感使命感，分工协作、狠抓落实，推动旅游业高质量发展行稳致远。

——2024年5月18日，习近平对旅游工作作出重要指示

（摘自：《人民日报》 2024年5月18日）

甘肃历史文化积淀深厚，红色文化资源丰富。要传承好红色基因，加强文化遗产保护，支持敦煌研究院建设世界文化遗产保护的典范和敦煌学研究高地，建设好长城、长征、黄河国家文化公园，为现代化建设注入强大精神力量。促进文化和旅游深度融合，把文化旅游业打造成支柱产业。

——2024年9月14日，习近平在甘肃考察时强调

（摘自：《人民日报》 2024年9月14日）

要在提升文化影响力、展示福建新形象上久久为功。传承弘扬红色文化，建好长汀、宁化长征国家文化公园，深化革命史料和革命文物研究阐释。加强文化遗产保护传承，坚持不懈做好以文化人工作，积极推进移风易俗。推进文化和旅游深度融合，把文化旅游业培育成为支柱产业。促进两岸文化交流，共同弘扬中华文化，增进台湾同胞的民族认同、文化认同、国家认同。依托宗亲乡亲、祖地文化等纽带广泛凝聚侨心。

——2024年10月15日至16日，习近平在福建考察时强调

（摘自：《人民日报》 2024 年 9 月 14 日 ）

要进一步推动文化和旅游融合发展，发展全域旅游，把文化旅游业打造成为支柱产业。深入挖掘和运用好红色文化资源育人功能及旅游价值。加强传统村落、传统建筑保护传承利用，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。以社会主义核心价值观为引领，广泛开展群众性精神文明创建，推动移风易俗。深化文化体制改革，健全文化产业体系和市场体系，打造更多文化精品。

——2024 年 10 月 17 日至 18 日，习近平在安徽考察时强调

（摘自：《人民日报》 2024 年 10 月 18 日 ）

湖北历史文化底蕴深厚、红色资源丰富，要在加强文化资源保护和推动文化创新发展上担当使命。系统推进历史文化遗产保护传承和活化利用，加强长江文明溯源研究和传播展示。大力弘扬大别山精神、抗洪精神、抗疫精神，广泛践行社会主义核心价值观。实施文化惠民工程，积极发展新型文化业态，把更多优质文化产品和服务送到群众身边。打造精品文旅品牌和线路，把文化旅游业培育成为支柱产业。

——2024 年 11 月 4 日至 6 日，习近平在湖北考察强调

（摘自：《人民日报》 2024 年 11 月 7 日 ）

理论观点

文化旅游业何以成为新兴的支柱产业

面对人民多样化的消费需求和日益增长的美好生活需要，文旅融合、文化强国、全域旅游等发展目标在我国得到了全面响应与实施。当前，文旅产业发展势头强劲，经济效益明显，在带动相关消费增长的同时，其规模报酬递增优势日益凸显，已成为经济高质量发展的新动能。

科技创新产业结构优化。在文化旅游领域，强化新型数智技术与消费场景的交互渗透，打造沉浸式、体验式、互动式的消费新场景、新业态、新模式，切实提高消费活动的体验感和便捷度；元宇宙、大数据以及混合现实等技术的落地实践改变了旅游资源保护、开发利用的方式，催生了业态间的交互融合，扩展了“文化旅游+”的范畴；智能场景生成、动态云渲染、数字孪生等技术的综合运用将丰富的文旅 IP 和民族文化资源转化为数字化体验，实现了产业链、技术链和创新链的深度融合。

着力增强文化软实力释放。将文旅产业融入中国式现代化，既是服务于质量强国战略、文化强国建设和旅游强国发展的历史选择与重要途径，也是推动国家文化软实力建设、满足人民对美好生活需要以及在世界舞台展示大国形象的重点工程，更是促进国内国际双循环的重要依托。

聚焦文旅产业共创共富。缩小区域差距，激活偏远地区文化旅游资源，将资源优势转化为产业优势，带动人口跨区域流动，带动产业发展；缩小城乡差距，拓展乡村文旅单一化格局，借助差异化资源禀赋及特色，满足县域独特消费需求及场景，实现城乡一体发展；缩小群体差距，文旅产业是促进就业的“蓄水池”，能够增强收入韧性，释放经营主体活力和要素潜力，为全民富裕奠定坚实的物质基础。

推动人与自然的和谐共生。旅游业是资源友好型产业，大多依托于山、水、林、田、湖、草、沙等生态服务系统和自然生态系统，具有鲜明的绿色性、生态性和可持续性，契合“转化动力、提高效益、增强质量”的低碳发展要求，在生态保护和文明建设中发挥着巨大作用。在追求经济效益的同时，需要充分考虑生态系统的承载力。

（摘编自：光明网 原文标题：《从文化这个“差异化竞争的关键武器”看——深耕细作把文化旅游业 打造成为支柱产业》 2024 年 10 月 29 日）

提升基础设施和服务水平

文旅产业是赓续传统文化、发展现代文明、彰显时代使命的关键领域。把文化旅游业培养成为支柱产业，还需提升基础设施水平，发展文旅贸易等。

一年来，人民群众旅游意愿加速提升。从春节、“五一”假期，到中秋节、国庆假期，全国旅游市场出行人数和旅游消费屡创新高，春节假期8天国内出游4.74亿人次、总花费超过6300亿元，国庆假期7天国内出游7.65亿人次、总花费超过7000亿元。假日消费强劲复苏，带动假日制度调整，可以预见明年旅游产业势必更旺盛。旅游产业带火了赛事游、工业游、冰雪游、夜间游等特色体验，助推了县域经济以及区域发展，带动起交通路网、基础设施等扩大投资和诸多民营企业蓬勃发展。数据显示，2023年，全国A级旅游景区直接就业人数超过160万人，带动相关就业更是逾千万人。这也符合全球规律，据统计，欧盟范围内旅游业直接创造的工作岗位超过2200万个，占全部就业岗位的1/8，是当之无愧的支柱产业。

文旅产业具有极强的产业延展性，极大带动了科技创新、制造业升级、服务业融合发展。随着以生成式人工智能为代表的新一轮科技革命不断升级，“科技+文化”逐渐成为新兴交叉领域，有力推动数字经济和文化产业融合发展。以“科技+文化”的典型代表游戏产业为例，2023年，我国游戏市场规模超过3000亿元，覆盖用户6.7亿人；2024年第三季度收入近920亿元，环比增长23%，增速极为可观。一些游戏企业已经走在科技创新前沿，通过大语言模型、深度学习等人工智能技术，赋予游戏更加丰富生动的交互和动作表现，其中一些游戏场景甚至拓展了技术在新型工业领域的应用。国内超过九成的游戏产品在剧情、题材等设计中吸收了传统文化元素，国风文化正在年轻人中间快速传播并流行。游戏周边制造以及与餐饮、文旅等联名产品的不断推陈出新，实现了从线上到线下的产业融合发展。可以预见，文化产业与科技、制造、服务业的深度绑定，势必带来新质生产力的加速发展。

彰显文化大国风范，促进全球互融互通，深化开放合作，离不开文旅产业持续发展。这是实现文化走出去的窗口，是我国深化对外开放的桥梁。我国推出的过境免签政策、入境便利化等举措，极大增加了外国人入境数量。国家移民管理局数据显示，前三季度入境外国人超过2282万人次，有预测显示全年入境将达

3000 万人次。继 2023 年旅游服务贸易重新成为服务贸易第一大领域后，今年我国文化贸易发展趋势向好，旅游贸易加快复苏。文旅产业作为彰显文化软实力的重要载体，将中国传统文化与现代文明相结合，将大量人们喜闻乐见的文化 IP 展示给全世界，让世界认识中国、了解中国，也让中国走向世界。

文旅产业是赓续传统文化、发展现代文明、彰显时代使命的关键领域。继续推动文化和旅游深度融合，把文化旅游业加速培养成为支柱产业，还需要统筹布局实施更实举措。

一方面，提升文旅基础设施和设备水平。各地做好发展文旅产业的内功，提升道路交通等基础设施服务水平，充分运用“两新”等政策工具，推进景区索道缆车、游乐设施、演艺设备等文旅设备更新提升。充分发挥文旅产业新、奇、特等特征，健全细分行业产业发展政策，激发经营主体活力，培育新业态新场景，丰富产品供给体系，推动与科技创新、智能制造、康养休闲等产业深度融合，走出不一样的创新发展路径和模式。

另一方面，推动文旅贸易高质量发展。深化文旅贸易对外开放，服务好企业和文化走出去、国际交往请进来，丰富拓展贸易促进活动，释放外贸活力，在做大做强文旅产业过程中，全方位展示东方大国热情好客、开放包容的担当作为。

（摘编自：光明网 原文标题：《加速把文旅业培养为支柱产业》 2024 年 12 月 21 日）

推进文旅企业“规模-效益”协同发展

近年来，随着相关政策制度的落地落细，各地坚持以文塑旅、以旅彰文，丰富旅游内涵和形式，拓展旅游业态、消费场景，增加优质产品供给，进一步激发大众旅游热情，满足大众多样化的旅游需求。同时，还提高了当地群众收入、推动解决就业，带动交通、住宿、餐饮等相关行业发展，文旅产业的综合效应充分显现。可以说，推动文旅产业规模化发展大有裨益。文旅企业规模和效益是文旅产业发展的重要因素，应推进文旅企业“规模-效益”协同发展，培育壮大一批文旅企业集团、独角兽企业和中小微经营主体等市场主体。同时，全面提升文化旅游企业创新能力、优质产品供给和市场竞争能力，推动文旅产业链更长、更强韧。

随着文旅产业的快速发展，分众化、专业化、定制化需求日益凸显，必须以人民为中心，紧跟文化旅游产业发展趋势动向，注重规划先行、项目引领、轻资产运营、协同创新，着力提升自主研发、市场转化和传播能力，利用大数据分析游客消费特点，寻求个性化多元需求与精准化丰富供给之间的动态平衡。打造和选树一批产业基础好、文化底蕴厚重、配套设施完善、社会认可度高的文旅融合典范，依托当地自然风光、人文历史等资源禀赋与文化创意产业打造文旅体验新场景，构建“文旅+”“+文旅”全产业链。促进文化旅游和各类场景、时尚消费相融合，大力发展场景体验、研学旅行、夜经济等消费新模式，将各地重大节会、体育赛事等办成“流动的景点、移动的景区、融合的典范”。深入挖掘地域文化内涵，加强文化符号的形象化提炼、数字化表达，打造具有高识别度的文旅品牌，不断培育文旅新动能，带动产业提质增效。

文旅产业高质量发展，涉及文旅资源保护利用、产品和服务质量、资源配置、技术创新等多方面。衡量文旅产业高质量发展，不能简单以对 GDP 的贡献大小为唯一标准，应坚持以新发展理念为导向，构建由产业对资源的消耗与产出程度、发展能力、竞争力、活力、创新力等组成的指标体系，让文旅产业高质量发展可评估、可监测、可反馈。同时，还应深入挖掘文旅资源价值功能，创新内容生产、空间再造，深化文旅教育链、人才链、价值链、创新链的“四链”融通，着力推动信息共享、数字迭代、要素效率提升等，找准适合本地文旅产业高质量发展路径和模式，努力把文化旅游业打造成支柱产业，使其在赋能经济社会高质量发展中发挥更大作用。

（摘编自：光明日报 原文标题：《把文化旅游业打造成支柱产业》 2024 年 12 月 12 日）

抢抓机遇推动湖北文化旅游业更优更强

发挥文化旅游业作为支柱产业的比较优势

湖北不仅以其革命历史资源著称，还以其独特的地理环境和人文背景孕育了多姿多彩的文化遗产。拥有众多国家级和省级非物质文化遗产项目，如黄梅戏、汉剧、楚剧等传统戏曲，以及剪纸、泥塑、木雕等民间手工艺，这些艺术形式展现了湖北人民的艺术才华和创造力。同时，荆楚文化源远流长，是中华文化的重要组成部分。这些文化资源为我省文旅融合发展提供了丰富的素材和广阔的空间，

也为传承和弘扬中华优秀传统文化作出了重要贡献。

在自然景观方面，除了闻名遐迩的三峡大坝，还有黄鹤楼周边的长江风光、神农架的原始森林以及东湖的湖光山色等美景；在历史遗迹方面，不仅包括武当山和荆州古城墙，还有襄阳古城、赤壁古战场等；至于民俗风情，不仅有恩施土家族的摆手舞、宜昌的屈原文化节，还有荆州的龙舟赛等。这些丰富的旅游资源为文化旅游业的融合发展提供了丰富载体。

湖北不仅地理位置优越，而且交通网络四通八达。随着现代化交通设施的不断涌现，交通便捷性日益增强。这些交通基础设施的完善，不仅缩短了城市间的距离，还为游客提供了更加多样化的出行选择。随着交通网络的进一步完善，不仅能够更好地吸引国内外游客，还能实现下沉县域市场的“被看见”，为文化与旅游的深度融合注入新活力。

抢抓机遇推动文化旅游业更优更强

文旅融合的途径有很多，文旅发展的赛道也很激烈，湖北必须紧抓机遇，持续深化“文旅+百业”“百业+文旅”的战略部署，实现文化主导、旅游支撑，相互促进、共同繁荣。

加大红色旅游资源的开发。以红安为例。红安县内的众多革命遗址和纪念馆，承载着丰富的红色历史记忆，应当得到妥善的维护与还原修缮；对红色故事进行深入挖掘和创新性传播；通过打造一系列红色旅游精品路线，结合现代多媒体技术，让游客在参观学习的同时，沉浸式地体验革命先辈的英勇事迹和崇高精神。这些路线可以串联起红安县内的多个红色景点，形成一条完整的红色旅游链条；将红色旅游融入青少年的爱国主义教育中，培养他们的爱国主义情感和民族精神。

深挖本土文化内涵创新。在文旅产业中，文化被视为“差异化竞争的关键武器”。只有拥有独特文化内涵的文旅项目，才能脱颖而出，吸引游客的目光。必须打造具有辨识性的“IP”。“IP”是文旅项目的独特标识、情感纽带和可持续发展动力，是文旅项目成功的关键因素。项目有无文化内核作支撑、文化有无独特性，是文旅项目拉开差异化的重要一环。沉浸式文旅的兴起对文旅项目而言，就是文化内核的比拼。

强化旅游基础设施建设。加大基础设施建设投入，完善旅游交通、住宿、餐饮、娱乐等基础设施；重视对旅游从业人员的培训和管理，提升其服务意识和专业技能；加强旅游市场监管，规范旅游市场秩序，营造良好的旅游消费环境；大

力发展武汉周边 2 小时半径的县域旅游开发，打造独具特色的“宝藏小城”，促进城乡一体化进程。

加强文化旅游宣传推广。要充分利用各类新媒体平台和传统传播渠道，全方位、多层次地开展宣传推广活动，进一步提升湖北文化旅游业的知名度和影响力。通过精心策划的营销活动、吸引人的广告宣传以及与知名旅游博主和网红的合作，将湖北的文化旅游景点、历史遗迹和独特风情更广泛地传播给公众。还可以通过举办各种文化旅游节庆活动，吸引更多的游客前来体验。

培育文化旅游优秀人才。建立健全一套完善的文化旅游人才培养体系，确保人才在专业素质和创新能力上得到显著提升。这一体系应涵盖从基础教育到继续教育的各个阶段，确保人才在文化旅游业融合发展过程中能够发挥关键作用，为整个行业提供坚实的人才保障和智力支持。通过系统的课程设置、实践机会和创新激励机制，培养出既具备深厚文化底蕴，思想文化创意又具备现代旅游管理能力的复合型人才，推动文化旅游业的持续繁荣和高质量发展。

深化文化旅游的融合发展。充分发挥湖北丰富的历史文化遗产和自然景观的优势，进一步提升文化旅游产业的综合实力和市场竞争力；挖掘各县域的特色资源，打造具有地方特色的旅游项目和产品，增强县域旅游的吸引力和竞争力，推动文化与旅游、农业与旅游、体育与旅游等产业的融合发展，形成多元化的旅游产品体系，满足游客多样化的需求；通过创新旅游产品和服务，加强文化旅游品牌的建设，吸引更多国内外游客，推动湖北文化旅游产业的持续繁荣。同时，通过文旅产业的发展，带动相关产业链的升级，促进就业，提升地方经济水平，为湖北经济社会发展注入新活力。

（摘编自：光明网 原文标题：《从文化这个“差异化竞争的关键武器”看——深耕细作把文化旅游业 打造成为支柱产业》 2024 年 10 月 29 日）

国内实践

哈尔滨推动特色文旅产业高质量发展

坚持系统谋划，推动全域全季发展

习近平总书记指出，“规划科学是最大的效益”。哈尔滨市坚持系统谋划，着力完善现代旅游业体系，努力把文旅产业打造成为支柱产业和民生产业、幸福产业。

坚持规划引领。出台实施《哈尔滨市全域旅游总体规划（2019-2025年）》《哈尔滨市支持冰雪经济发展若干政策措施》《哈尔滨市促进特色文化旅游高质量发展十大行动方案（2023-2025年）》等一系列规划、政策，把发展冰雪经济作为新增长点，加快构建松花江黄金旅游发展带、哈亚雪旅游发展带，推动形成“点状辐射、带状串联、网状协同”的旅游空间布局。强化全域联动。树立“一盘棋”思维，挖掘整合自然生态、历史文化、工业、农业等旅游资源，推动旅游产品全域开发、旅游线路全域统筹、旅游市场全域营销。统筹推进城区、县域旅游发展，全面提升冰雪旗舰景区、冰雪户外运动、冰雪节庆活动三大核心产品，推出生态康养、滨江夜游、音乐艺术等精品旅游线路，着力打造世界级避暑胜地、冰雪旅游度假胜地和冰雪经济高地。突出全季运行。跨周期谋划实施冬季冰雪、夏季避暑双“百日行动”，展现春有丁香芬芳、夏有北国清爽、秋有五花山色、冬有冰情雪韵的独特魅力，逐步形成“联动冬夏、带动春秋、驱动全年、四季皆宜”的特色文旅发展新格局。

坚持守正创新，加快文旅深度融合

习近平总书记强调，要“推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”。哈尔滨市坚持以文塑旅、以旅彰文，充分发挥人文荟萃之地和对外文化交流桥头堡优势，有效提升旅游业发展品质，不断激发文化创新创造活力。

注重文化赋能。深挖文化内涵，为旅游业注入文化基因、增添文化魅力。持续擦亮冰雪文化名片，做强哈尔滨国际冰雪节、哈尔滨国际啤酒节、哈尔滨国际马拉松等品牌活动。向世界讲述中国冰雪故事，城市冰雪旅游宣传片首次走进法国凡尔赛宫，纪录片《冰建王国》荣获第十九届中美电影节年度最佳纪录电影奖。营造主客共享的城市音乐文化空间，组织哈尔滨音乐日、市民音乐嘉年华等群众

性文化活动。丰富业态场景。坚持“流量”与“品位”并重，针对游客多元化需求，开发冰酒店、冰房车、冰迷宫等新场景，推出万人雪地大蹦迪、索菲亚教堂公主旅拍等新体验，打造“淘学企鹅”、亚冬会吉祥物“滨滨”“妮妮”等特色文旅新 IP。精心策划“迷人的哈尔滨之夏”文化旅游时尚活动，推出松花江光影秀、“遇见·哈尔滨”“王的战车”等沉浸式旅游演艺产品，冰雪大世界、梦幻冰雪馆影响力不断扩大。推动活化利用。坚持在保护中发展、在发展中保护，改造升级中央大街、中华巴洛克街区、花园街等历史文化街区，搭建文创展销、非遗体验、美食夜市、时尚走秀等平台，将“老地标”打造成“新名片”。推动哈药六版画博物馆、哈尔滨冰雪文化博物馆等一批新晋热门打卡地出圈出彩。

坚持融合传播，塑造城市品牌形象

习近平总书记指出，“旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁”。哈尔滨市坚持线上线下结合、全网积极联动，持续开展有温度、有深度、有辨识度的宣传与推广，不断叫响特色文旅产业品牌、塑造城市品牌形象。

做好融媒体宣传。突出接地气、有“网感”，在网上发布“遇见冰雪遇见暖 不负美景不负情”“爽迎天下客 夏凉情愈浓”等饱含真情的公开信，引导市民做城市温度传递者、城市荣誉守护者、城市形象代言人。打造“哈尔滨文旅”新媒体宣传矩阵，在微信、抖音、快手、小红书等 8 个平台开通官方账号，利用图文、短视频、H5、直播等形式，全方位宣传推介哈尔滨特色文旅资源、精品旅游路线、多彩文化生活。组织亚太主流媒体冰城行，承办“第三只眼看中国”国际短视频大赛，策划知名网络博主冰城采风活动，在社交媒体上生动讲述“约会哈尔滨·冰雪暖世界”的故事。加强城市品牌推广。以文旅品牌 IP 打造为突破口，联合中央广播电视总台举办哈尔滨城市品牌发布活动，打造“冰世界·雪天下”城市形象，助力哈尔滨城市品牌影响力不断扩大。联合优酷视频、腾讯视频策划录制《盲盒旅行局》《鲜活唱游团》等综艺节目，串联特色文化旅游产品，全方位展示城市形象。在 2025 年第九届亚冬会倒计时 100 天，推出“百位家乡名人助力亚冬会”系列宣传片，持续擦亮“奥运冠军之城”“双亚冬之城”城市品牌。拓展交流合作空间。全面深化国际旅游交流，扩大旅游领域对俄合作，增进与“一带一路”沿线国家交流，拓展旅游国际合作“朋友圈”。加强区域旅游合作联动，落实东北地区旅游业发展规划，加强与京津冀、长三角、粤港澳大湾区及旅游大省的区域协作，叫响“寒来暑往，南来北往”旅游合作品牌。

坚持服务至上，优化旅游市场环境

习近平总书记强调，“发展高水平旅游业，要抓硬件，更要抓软件，特别要提高服务质量、推进精细化管理”。哈尔滨市坚持强管理、练内功，提质升级“吃住行游购娱”全链条服务水平，全力营造安心、放心、舒心的旅游市场环境。

坚持人民至上。秉持“游客要什么，我们就上什么”，推出让游客感受城市温度举措清单，为游客解决实际问题。推动交响乐演出进驻“两站一场”和热门商圈，组织鄂伦春族、达斡尔族等少数民族群众走上中央大街与游客互动，不断丰富游客体验。走好网上群众路线，在互联网上找重点、在评论区里找缺点，主打“听劝”、实时在线，以暖心服务彰显“尔滨”温度。形成工作合力。从资源整合、市场监管、优化服务等多方面攻坚破题，以市场化机制推动国企改革，组建马迭尔文旅投资集团，以百亿级集团带动千亿级产业发展；实施“文旅体验官”“首席质量官”“首席服务官”制度，开展“信用+旅游”六大行动，完善旅游消费投诉先行赔付办法，编制旅行社和导游服务规范指引，不断提升旅游接待能力和服务品质。提升服务水平。建成中央大街国际旅游集散中心，加强旅游交通、景区景点、自驾车营地和数智化旅游设施等建设，全面提升旅游公共服务水平。深化松花江沿岸环境综合整治，免费开放阿勒锦岛、金河湾湿地等，构建“城市公园—社区公园—口袋公园”三级公园体系，进一步提升城市颜值。

（摘编自：《党建》 原文标题：《守正创新 提质增效 推动特色文旅产业高质量发展》 2025 年第 1 期）

浙江丽水缙云：文旅融合撬动全域旅游高质量发展

近日，2024 年全国县域旅游综合实力百强县榜单发布，丽水市缙云县连续六年上榜，稳居百强内。此外，缙云还获评 2023 浙江文旅高质量发展十佳县，成为丽水市唯一入选县域。

近年来，缙云始终把文旅产业作为战略性支柱产业来培育，以黄帝文化为核心，实施文旅深度融合工程，构建文旅深度融合高质量发展新格局，时至今日，已成为浙江文旅高质量发展的县域样板。

整合全域资源，形象“靓起来”

缙云自然风光旖旎，旅游资源丰富，如何发挥自然资源禀赋，实现全域资源

共享联通，打造独特的旅游县域形象？

作为全国唯一以黄帝名号命名的县，“仙”这一元素贯穿了缙云的全域旅游。缙云将“仙”的文化内核与黄帝文化巧妙融合，推出黄帝养生游、黄帝文化游等康养、研学线路，形成文化旅游独特 IP。

以文塑旅，黄帝文化成了缙云旅游的“金名片”。目前缙云已打造出“把仙气带回家”文创品牌，研发黄帝文化系列文创单品 100 多类。

多措并举的文旅资源整合实现了景城共建、文旅共融，如今，缙云已经构建起“1 个 5A 景区、2 个 4A 景区、7 个 3A 景区”核心旅游产品体系和“1 个景区城、17 个景区镇、194 个景区村”的全域旅游山居图；同时，依托“缙情游”区域品牌，培育一批露营、马术、飞行等覆盖“山水陆空”的全体验服务旅游项目，建成 50 多个省级以上“旅游+”基地，全面提升游客体验感。

抢抓流量热度，资源“火起来”

互联网时代，全域旅游有了更加广阔的舞台，“流量密码”转化为“致富密码”具备更加充分的条件。

好风凭借力，缙云充分借助“互联网+营销”策略，打造品牌活动、捕捉爆款热剧、借助明星效应，积极融入东永缙影视文化产业带。

3 月，以缙云仙都景区作为主要取景地的《与凤行》热播。仙都景区打通预约、妆造、拍摄、体验一条龙服务，通过短视频、公众号、游记攻略等形式向市场推广，以变装、旅拍体验等方式在抖音小红书等渠道进行全网宣传，吸引了众多游客沿着同款仙侠主题线路打卡。

创新融合发展，消费“富起来”

文旅融合撬动全域旅游高质量发展，为县域经济的持续增长提供引擎。近年来，缙云依托全县旅游资源禀赋推动各类“旅游+”深度融合。

一方面，缙云以传统文化的推陈出新打造新时代文化消费力。通过加强龙灯等非遗项目的保护传承，缙云打造起特色文旅 IP。今年元宵，“金龙起舞，万民同乐”文化踩街万人空巷，吸引外交部发言人向世界推荐“中国龙”。

另一方面，缙云又通过品牌化运作举办骑纪机车嘉年华、仙都女子半程马拉松等赛事活动，显著提升城市知名度。仙都女子半程马拉松活动仅 2024 年共吸引全国 26 个省份、129 个城市的 4500 名选手参赛，带来 2137 万元的赛事综合

效益。

未来，缙云还将持续发挥文旅融合的强大驱动力，进一步提升旅游品质和服务水平，为游客带来更加优质的旅游体验，向着更高水平的文旅融合高质量发展目标迈进，让“黄帝缙云人间仙都”的品牌更加响亮，成为全国乃至全球旅游的热门目的地。

（摘编自：中国旅游新闻网 原标题：《浙江缙云：文旅融合助力共同富裕显成效》 2022 年 09 月 27 日）

“王婆说媒”文旅营销助推开封爆火深层机制

2024 年上半年，河南开封万岁山武侠城的相亲节目“王婆说媒”走红网络，“人人都说单身好，个个都往开封跑”“不是非诚勿扰上不起，是王婆说媒更有性价比”等词条迅速发酵、频登热榜，引发青年强烈共鸣。“王婆说媒”的形成是青年群体自发参与以及文旅营销、媒介传播等主体深度参与的连贯过程，展露出多元力量共同制造“王婆”的深层机制。

一、IP 生产：不断丰富“王婆说媒”场景体验

“王婆说媒”是地方文旅营销以文学角色为底本、以景区节目为基础、以青年婚恋为主题所打造的爆款相亲 IP。从相亲“IP”的生产逻辑展开分析，“王婆说媒”由“王婆”的扮演者赵梅作为核心元素和万岁山武侠城景区作为基本元素共同构成，两者均赋予“王婆说媒”细腻丰富的情感内涵。“王婆”的角色设置及其主观能动性作用是“王婆说媒”成为相亲 IP 的关键所在，其扮演者赵梅首先通过涂红唇、别红花、着红衫等传统服饰造型的精细化设计，以最直接、最典型的红色调视觉景观及其美学质感，完美呈现中国传统婚俗文化热衷欢乐喜庆的审美趣味，为青年沉浸式感受相亲的愉悦氛围创造条件。此外，万岁山武侠城景区作为“王婆说媒”的发生地和背景板，是相亲 IP 在更大范围内的全景区运营。“王婆说媒”出圈后，景区陆续推出大量以爱情为主题的互动游戏，实行情侣双人优惠票价政策，举办万岁山全国媒婆大赛，深受青年群体喜爱。“我和对象一起来玩买了双人特惠票，不仅能够在情侣打卡点拍照，还可以通过和 NPC 互动获得纪念品，感觉我俩都成了浪漫爱情的一部分”（抖音评论区网友）。按照旅游学设定中心主题、赋予空间意义的“主题空间”理论，“王婆说媒”通过

景区持续打出的“爱情牌”，创造性整合浪漫爱情的主题空间，不断丰富“王婆说媒”作为理想相亲地的深度场景体验，在青年脑海中创造出消解负面情绪、感受美好爱情的“想象之旅”。

二、故事演绎：激发潜在参与者共鸣

旅游地地方感理论认为，人的态度、情绪、期望、目的、偏好等是地方感形成更为直接的影响因素。在文旅营销创造相亲 IP 的整体构架中，“王婆说媒”紧扣个人心理特征，根据相亲活动中的现场故事，生产建构与相亲 IP 相契合的创意性文化景观，形成以“王婆”为纽带的“部落化”青年聚合体，深度挖掘“适宜相亲”的地方意象。参与“王婆说媒”的单身青年往往情感生活相对坎坷，通过其自我叙述情感经历和内心世界，能够将个体的现实生活转变为共同的“想象之场”，有效激发潜在参与者的共鸣。如多次相亲未有结果、大龄相亲遭遇嘲讽、离异相亲困难重重等故事，无不具备易于引发共鸣乃至共振的情感燃点，快速建立讲述者与倾听者的情感支持网，成为“王婆说媒”共情效果更易发、更易感、更易传播的想象载体。“以前觉得条件不好只是个农民工，要有钱才有资格找对象，后来看了‘王婆’与台下年轻人的互动，听了其他人的事情，觉得有没有婆太年轻了”（微博网友）。当“王婆”还原和呈现钱都有找对象的资格”（抖音群网友）。“王婆说媒”不仅溯及往事，更积极营造现场的“新鲜”爱情故事。比如，山东某位“00后”女生在舞台上邂逅同乡男生，在“公主抱”的浪漫场景中交换联系方式，现场群众纷纷鼓掌祝福。这些真实存在的情感故事承载着无数在场青年对于理想亲密关系的想象，促使单身青年暂时从现实的婚恋困境中抽离出来，将理想化的个体情感想象寄托在“王婆”促成的故事世界中，引燃助推其脱单的希望和动力。“感觉别人找对象好像都挺简单，我怎么这么难，不然我也试试”（贴吧网友）。“王婆说媒”没有剧本设计，采取线下提前预约制，明确反对博取流量的行为，既努力迎合青年的爱情期待又保证活动的真实效力。从情感效能看，在丰富多样的情感故事中，“王婆说媒”的故事呈现具有丰富的情感层次，注重可持续性的情感体验。

三、云端变奏：媒介赋能快速攫取流量

从媒介赋能的技术逻辑展开分析，“王婆说媒”利用数字媒介创造易于分享传播的婚恋内容，快速赢得青年群体的青睐，形成较高的关注量。正如乔纳·伯

杰所言，有价值的信息和有争议性的话题类同，已成为一种中介符号，吸引人们参与、分享和讨论，以此获得人际关系的荣誉感。第一，引领议程设置。不少青年利用媒介可关联、可复制、可共享等放大效应，通过各类社交媒介迅速传播扩散“王婆说媒”的情感故事，同时分享个人婚恋生活的真实记录，展示日趋丰富多样的青年婚恋价值观念和行为模式，在互联网流量加持后引发社会各界关于青年婚恋议题的讨论。“‘王婆’走红后，我才真正意识到这届年轻人对相亲的态度已经今时不同往日”（小红书网友）。第二，参与实时互动。由于社交媒体的即时反馈机制和算法推荐机制，当“王婆说媒”的某个故事得到广泛响应时，青年乐于实时追踪相亲过程的情感波动，分享和讨论相亲者的进展和转折。这就促进了青年彼此间的交流和联系，增强了情感传播的效果，例如在“已婚男说媒事件”的媒介传播中，微博网友密切关注刘某从相亲现场“为爱奔跑”到妻子为尊严选择离婚的全过程，质疑“王婆说媒”的真实可靠性并获得警示。“希望参加的人都要真诚，保证‘王婆说媒’这一方净土”（微博网友）。第三，建立在线社群。一些具有相似婚恋需求的青年利用媒介工具，建立“部落化”的情感社群，产生以“王婆说媒”为纽带的新型青年聚合体。不少青年在微博、小红书、百度贴吧、知乎等社群中讨论“王婆说媒”的相亲故事，为他人婚恋问题提供建议、分享个人经历、表达择偶诉求。“我在群里直接放了自己的照片和条件，想要在这里等一个有缘人”（抖音群网友）。尽管这些在线社群具有临时性、碎片性，但在一定程度上扩大了“王婆说媒”的流动边界，有力推动了数字媒介中青年群体情感传播和情感支持的再生产实践。在技术赋权的云端变奏中，“王婆说媒”极大提升知名度和参与度，占据青年情感话题的舆论高地，成为青年婚恋流量的“收割机”。

四、空间形塑：地方意义定位精准获取情感认同

作为旅游景区的重要景点，“王婆说媒”是可供游客放松休憩的有形空间，这体现了其物理形态意义上的工具性价值和基础性功能。但就无形的社会文化意义来看，“王婆说媒”超越实体空间的固有意义，重新界定人地之间交互动的情感关系及其情感属性等地方意义，本质上是青年群体个性化建构与生产地方认知、地方依恋乃至地方认同等地方意义的情感空间。从空间形塑的地方意义出发，“王婆说媒”具备贴合青年婚恋需求的象征能力。第一，地方认知是创造地方意

义的前提。青年群体在“王婆说媒”的参与式实践中形成在地体验的感官认知，并经由符码、叙事、媒介等要素的多元互构与动态联结，塑造“王婆说媒”在空间意义上“适宜相亲”的情感定位，激发更多青年踊跃“进场”的动机。不少青年正是出于“我想恋爱成家”的婚恋需求以及“王婆说媒”推动达成特定情感预期的初始想象，满怀希冀地走进“王婆”的现场舞台或者虚拟社群。“‘王婆说媒’的舞台让我一个母胎单身看到了恋爱的希望，即使不在现场也能在各种群聊里寻觅合适的对象”（贴吧网友）。第二，地方依恋是在地方认知的基础上推进和拓展人地情感关系的心理状态。无论是身临其境的亲身体验，还是借助虚拟社群的间接体验，当“王婆说媒”通过连接空间虚拟与媒介真实同青年建立行动上的临场感时，就会以“地方意象”的形式投射于青年的姻缘世界，并通过满足感、归属感、依赖感的意义叠加，更好地承载青年群体恋爱成家的需求与渴望。在青年群体与“王婆说媒”建立情感纽带的互动中，经过个体自我调节和修正的原初地方认知沉淀为精神上更深层次的情感联结，形成个体与特定地方的情感性依恋，促使“王婆说媒”成为寄托青年婚恋需求的情感空间。“之前也参加过各种相亲，总觉得是不同形式的商业交易，‘王婆说媒’是真正考虑我们实际需求的好节目”（抖音评论区网友）。第三，地方认同由地方认知、地方依恋发展而来，凸显地方作为自我符号或象征影响个人与群体的行为，推动个体在地方认同中增进自我认同。青年群体是赋予“王婆说媒”地方意义的主体，同时又在明确地方意义之地完成了个体的自我身份认同。在“王婆”为单身青年“保媒拉纤”的过程中，现场舞台成为随机互动的演绎剧场，虚拟社群成为与现场相联系的平行交往空间，帮助青年在集体欢腾的广泛选择中拓展圈子、寻找伴侣，更好感知和确定“我要恋爱成家”的身份与角色，强化自我身份从“单身青年”转变为“追爱青年”的认同实践。

（摘编自：《中国青年研究》 原文标题：《“王婆说媒”的文化透视：青年新型相亲实践的流变特征、形成机制与引导路向》 2024年第11期）

简介

湖北省图书馆始建于1904年，是中国近代史上最早成立、最先对外开放的官办省级公共图书馆，历经百余年文化积累与传承，现已跨入全国先进行列，获“全国文化工作先进集体”、“国家一级图书馆”、“省级最佳文明单位”等荣誉称号。湖北省图书馆于2012年迁入位于公正路的新馆舍，面积达10万余平方米，馆藏总量达1000万册（件），其中古籍善本达46万余册，可供读者使用的数字资源总量共1011TB，近50个学科(领域)文献达到或接近研究级水平，被誉为“楚天智海”。

湖北省图书馆设有信息咨询部，常年开展参考咨询工作，整合、开发馆藏文献信息和网络资源，为用户编制专题书目等二、三次文献；提供文献传递服务；为科研读者提供定题服务和跟踪服务；为党政机关提供立法决策服务。开展读者信息素养教育，介绍图书馆基本知识及数据库使用方法。

此外，湖北省图书馆还发挥在图书馆业界的优势，纵向依靠常年合作单位国家图书馆立法决策服务部，横向联合上海图书馆、中国科学院武汉文献情报中心以及各高校图书馆，为“两会”代表和委员决策履职，为广大群众知政参政，发展全过程人民民主提供多方位的服务。

本辑内容均摘自公开发行的图书、期刊、报纸、数据库和权威网站，版权归著作权人所有，且内容并不反映本单位之意见及观点，如需其他资料，欢迎到湖北省图书馆服务区与工作人员联系代查。

本版编辑：叶振宇

编辑单位：湖北省图书馆信息咨询部

联系地址：武汉市武昌区公正路25号

邮政编号：430071

联系人：王锦东 027-65398620

张旨书 027-65398636