

大咖声音

福建文旅经济发展论坛上,中国旅游研究院院长戴斌作主旨报告——

聚焦四项发展指标 推动旅游业高质量发展

在昨日举行的福建文旅经济发展论坛上,中国旅游研究院院长戴斌作了题为《旅游业高质量发展理论与实践》的主旨报告,围绕游客满意度、产业竞争力、发展新动能、经济社会影响力四项指标,详细论述了旅游业高质量发展评价指数体系。

融媒体记者 黄伟毅 叶虹羽 吴琴云

游客喜爱才是最高的评价

在戴斌看来,游客满意度既是旅游业高质量发展的结果,也是旅游业高质量发展的动能,更是以人民为中心的发展理念在旅游工作中的具体体现。“当下,旅游已经成为人民美好生活的重要组成部分。旅游经济新阶段的两项重要工作都与游客权益密切相关:一是如何最大限度地保障14亿人民的旅游权益,二是让离开家门的旅游者享有相应的旅游品质保障。一个城市旅游发展的高度,从来取决于服务少数人的力度,而是服务多数人的温度。没有这样的发展理念,城市旅游发展基础可能会出现动摇。”

如何掌握游客真实的声音?戴斌认为,要善于从多重渠道去获取、分析。“游客满意度指数,是国际通行的游客需求程度的有效度量,也是衡量和评价旅游经济运行质量的显著指标。我们既要倾听游客通过传统和互联网媒体发出的声音,也要



福建文旅经济发展论坛现场(融媒体记者陈小阳 摄)

通过现场访谈、线上问卷等调查方式获得一手数据,千方百计打捞‘沉默的声音’。”

戴斌认为,游客喜爱才是最高的评价,当地百姓的幸福生活才是最好的推广。“以泉州为例,簪花围火爆出圈,但蟳埔并非传统意义上的星级景区、度假区,

但游客就是喜欢来。因为,簪花围满足了游客追求时尚、追求活力、追求现代化美好生活的价值。泉州老城区的几个场景,我至今历历难忘,其中就包括当地群众演奏、欣赏南音的场景。好的旅游城市,一定要让人看到文化的遗产和生活

的未来。”

多措并举讲好文旅新故事

推动旅游业高质量发展,还需要从产业竞争力、发展新动能、经济社会影响力

等维度入手,打造城市的文旅综合软实力,讲好文旅发展新故事。戴斌指出,旅游业是一个系统性产业,需要进一步延展产业链条,助力更多的上下游企业成长,形成边界开放和动态创新的现代产业体系。“在推动旅游业高质量发展、建设世界知名旅游目的地过程中,要千方百计培育一批自己靠得住、用得上、留得下的投资机构和市场主体。我们很难想象,一个地方没有具备规模化的创新性主体,能吸引大量的资本介入;也很难想象,没有市场主体和投资机构的合力,仅靠原有的资源就能将旅游业发展起来。”

当前,新质生产力成为各行各业的发展新动能,文旅产业也不例外。对此,戴斌表示:“培育文旅产业的新质生产力,要通过现代化从业者、新型生产要素和旅游资源等方面发力。换言之,需要现代思维的从业者用现代的理念,对文旅资源环境进行系统的重构,才能走向高质量发展路径。”

戴斌认为,提高在国内外的社会影响力,也是城市发力文旅产业的关键一环。“我们希望从泉州乃至福建走出的文旅企业,能站到世界的舞台上与国际同行同台竞争,讲述中国的发展理念,讲述新时代的中国文旅故事,把中国的旅游形象、福建的旅游建设经验带到世界。”

三位业界专家作主题发言

分享文旅发展经验 探讨文旅创新趋势

文旅经济的发展,是一个全球性课题,探索形成了不同的理念、模式与路径。在福建文旅经济发展论坛上,亚太旅游协会大中华区主任吕咏梅、中国旅游集团研究院院长游成、抖音集团公共事务运营副总经理王博分别作了主题发言,就旅游城市发展、打造世界级旅游目的地等主题分享了实践与感悟。

亚太旅游协会大中华区主任吕咏梅: 旅游城市发展呈现六大趋势

未来的旅游业是什么样的?在吕咏梅看来,当前,有多股力量正在共同推动旅游业的发展,包括人口老龄化、共享经济的发展、自然资源不平衡、互联网在资源管理方面的潜力等。此外,消费者越来越重视个性化体验的特点,也是一个需要关注的因素。

站在旅游城市发展的角度,吕咏梅认为,将呈现重视公私合作伙伴关系、培养私营部门的创业和创新精神、从旅游营销

向目的地管理过渡、解决过度旅游问题、利用大数据和数字化、重新定义旅游概念等六大趋势。“总的来说,政府部门通过有为的统筹协调,引导市场良性发展,保护原住民的利益,整个城市自上而下提升其形象和综合实力,并通过良性的竞争能够达到创新的目的和有效的市场影响。”

中国旅游集团研究院院长游成: 从三方面建设世界级旅游目的地

游成从聚焦高标准的定位、高品质的产品、高水平的服务等三个方面对泉州建设世界级旅游目的地提出建议。“今年,国

家高质量发展入境游,出台了扩大单方面免签国家范围等多项支持举措。泉州可借此契机,重点针对国际入境游客的需求加大产品开发和营销推广,树立泉州作为世界级旅游目的地的品牌形象。同时,可加强与省内外知名旅游目的地城市的协同,相互借力,共同做大入境游市场。”

在他看来,泉州作为历史文化名城、海丝起点,拥有丰富的文化遗产和深厚的文化底蕴,可充分利用世遗之城的品牌影响力,加强对古城区、古寺庙、古民居等文化遗产的整体串联呈现,通过融入独特的闽南文化、创新展览展示方式,丰富产品体系,打造具有地方特色的世遗旅游精品,

让游客在游览中感受泉州的历史韵味和文化魅力。“完善旅游基础设施、提升服务水平,也是世界级旅游目的地建设的重要发力点。泉州要建立完善的公共服务体系、主客共享的服务空间、国际水准的旅游人才队伍,打造国际友好型城市形象。”

抖音集团公共事务运营副总经理王博: 城市长红的“五力”

有“福”之地,“泉”情绽放。王博分享了两组数据:去年1—10月,抖音用户打卡福建超过5450万次,打卡热度同比增长21%,

其中打卡最多的城市是泉州,同比增长10%;网友最喜欢看的非遗技艺中,去年播放量最高的10个非遗技艺就包括了“蟳埔女习俗之簪花围”。“资源多、热度高和底蕴深、传承好,是泉州火爆出圈的两大优势。”

网红城市要实现长红,要聚焦城市传播的“五力”。“城市的实力、与网友的情绪链接力、话题密度的连续力、传播的定力、社交平台力。如泉州的簪花围,从2021年起就做了一系列的传播动作,最终实现火爆出圈。”王博表示:“可以说,如今的游客是从情绪情感出发,选择一个地方要不要去。始于情绪、陷于服务、忠于体验,这个新特点为未来城市传播提供了更多的借鉴和思考。”

报告解读

论坛发布两份研究报告

探索城市文旅品牌发展路径

在福建文旅经济发展论坛上,中国旅游研究院发布了《中国城市文旅品牌发展报告2024》,并联合泉州市文化广电和旅游局发布《泉州文旅品牌影响力报告2024》。两份《报告》聚焦城市文旅品牌这一发展课题,多维度解析城市文旅的发展新趋势、新路径。

融媒体记者 黄伟毅 叶虹羽 吴琴云

从“旅游城市”到“城市旅游”

“城市旅游的发展趋势,正从‘旅游城市’发展成‘城市旅游’。”在解读《中国城市文旅品牌发展报告2024》时,中国旅游研究院政策研究所所长宋子千开宗明义地提出这一观点。他进一步分析:“旅游城市存在以风景名胜取胜、游客缺少深入城市体验等特点,大量城市只是旅游的中转地、集散地、过境地,而不是目的地。经过几十年发展,城市成为重要的旅游目的地,生活方式也成为城市重要的旅游吸引力。”

要打造城市文旅品牌,其核心在于讲好城市文旅融合故事。宋子千表示,城市本身就是城市文旅发展的主品牌,城市的标志性景点和人文活动构成城市文旅品牌的组成部分。一个好的城市文旅故事,必须见人见物见生活,有主题有情节有爆点,有合适的呈现方式、传播渠道和讲述人。此外,城市文旅品牌的传播者也在发生改变,传统的明星营销影响力仍在,但也呈现出网红让城市更红、文旅局长出圈、普通人受到追捧等新传播特征。

“从包括泉州在内的网红城市出圈过程来看,往往是一个偶然性的话题、热点、事件,成为一个爆点,然后是大范围的二次传播和当地政府借势营销,促使流量指数式增长,推动城市快速出圈。”宋子千指出,从长远发展来看,城市文旅品牌的最终发展目标一定不局限于“网红”,而是要让老百姓的生活更加“红火”,人民群众

的美好生活需要就是城市文旅品牌发展的方向。

泉州文旅美誉度显著提升

2023年,泉州文化旅游业呈现非常强劲的发展势头,旅游总收入和游客数量两项重要指标增速均位居全省第一,背后是泉州持续提升的城市文旅品牌影响力、美誉度。中国旅游研究院文化与旅游品牌研究基地主任沈涵在解读《泉州文旅品牌影响力报告2024》时表示:“这充分印证了泉州作为中国唯一齐聚世遗城市、东亚文化之都、世界宗教博物馆以及古代‘海上丝绸之路’重要节点的文化魅力和吸引力。包括十大旅游美食城市、海上丝绸之路(中国)影响力城市等荣誉,进一步凸显泉州文旅卓越的影响力和市场认可度。”

在打造城市文旅品牌方面,沈涵认为,泉州探索了“布局全域营销,赋能品牌推广”“强化遗产保护,提高阐释水平”“开发多元产品,培育新业态”“完善配套设施,主客共享服务”等举措。“如采取了全面系统的营销策略,通过线上线下的渠道互动,来提升城市的旅游形象和品牌知名度;高度重视文化遗产的保护工作,并且提升解说质量和展示的质量,让游客更加深入地理解泉州丰富的文化。”

相关数据也有力地印证了泉州文旅的热度与影响。以抖音为例,泉州在2023年的年度搜索指数为3264万,较前一年增长了91.42%。沈涵表示,社交媒体的海量用户生成内容,展现了公众对泉州文旅的高度关注,也为泉州文旅品牌的传播提供了丰富的素材和自发的口碑推广。此外,基于Tripadvisor和携程情感分析的结果来看,泉州的游客满意度高达87%,游客普遍对泉州深厚的文化底蕴、优美的自然风光、优质的旅游服务予以高度评价。

对话环节

持续挖掘文旅资源 推动文旅深度融合

让泉州名片走向世界

在福建文旅经济发展论坛的对话环节中,文旅领域专家学者、企业界和相关部门代表围绕推进文化和旅游深度融合、促进世界旅游目的地高质量发展等话题展开激烈的研讨对话,不吝分享真知灼见,智慧与观点的碰撞交融频频上演。

融媒体记者 叶虹羽 黄伟毅

深入挖掘文化 让文旅实现可持续发展

“泉州推进文化与旅游深度融合的氛围日益浓厚,成效明显,文化挖掘百花齐放。”全国旅游标准化技术委员会主任、文化和旅游部科技教育司原司长孙若风认为,文旅融合是必然趋势。近年来,文化和旅游的融合呈现出许多积极变化,在广度上,文旅已经与多个领域融合,如文化体育旅游、文化与相关产业融合等,几乎涵盖了所有行业,与人们的日常生活紧密相连。在深度上,这种融合已经引发了体制机制的创新,如文旅与多个部门的合作,共同推动相关政策的制定和实施,进一步促进了文旅生产力的发展。

“泉州蟳埔簪花与民俗活动的火爆重新展示了福建文旅资源的魅力。”福建省文化和旅游促进会副会长、福建省文化和旅游厅原一级巡视员吴立官说道。他认为,要打造丰富多彩的产品而不是盲目跟风,要从“喊口号”转变为“下功夫”,认真挖掘整理好地方文化,用地方元素吸引游客。

“泉州的簪花使得这座城市能够出圈

并非偶然。”陕西文化产业投资控股(集团)有限公司党委副书记、总经理卢涛认为,一个成功的文化旅游融合项目必须建立在精心策划和创意的基础上,而非仅仅依赖偶然的成功。首先要对文化资源进行深入了解泉州文化。同时,要将旅游的“六要素”通过场景设计有机结合起来,关注消费场景的建设,打造具有吸引力的旅游目的地,激发消费潜力。在运营方面,创新是关键,持续、创新的运营策略能为游客带来新鲜感,只有这样,才能打造出具有吸引力、持久性和可持续性的文化旅游项目。

提升资源价值 打造世界级旅游目的地

如何促进世界级旅游目的地高质量发展,孙若风提到标准化工作是打造世界级旅游目的地的有力保障。近年来,我国在旅游业的主要方面已经制定了相应的标准,但随着形势的发展,这些标准需要不断地修订和完善。当前国家正在积极推动标准化改革,这将有助于推动高质量发展,并发挥标准的引领作用。“泉州作为海上丝绸之路的起点,在标准化工作方面有着独特的优势和潜力。”孙若风认为,在未来的发展中,泉州应该进一步加强标准化工作,将其与共建“一带一路”相结合,打

造世界级的旅游目的地,这将有助于提升竞争力和吸引力,为文旅产业的持续发展注入新的动力。

“对于泉州来说,必须注重泉州特色文化的展示和演绎,因为它最容易通过演出这种集中表达方式,让更多的世界游客感受到泉州文化。”卢涛认为要打造世界级的旅游目的地,实现更好的旅游消费,必须重视当地文化的特色演绎和挖掘。通过精心策划的演出等形式,向世界游客展示泉州文化,让游客更直观地感受到泉州的文化魅力,是推广世遗泉州的重要手段。此外,打造世界级旅游目的地,资源必须具有独特性,这是吸引全球游客的基石,申遗成功的泉州毫无疑问拥有了世界级的资源禀赋,泉州应有机融合人文环境,提高服务质量,用完善的硬件和软件建设吸引世界的目光。

猫途鹰(中国)首席执行官刘骁舟从企业的视角提出对于建设世界级旅游目的地的硬件、软件、影响力等建议,“每个城市和地区都应深入挖掘自身特色,这些特色将成为吸引游客的关键。同时,我们需要关注世界级旅游目的地的成功经验,如故宫、上海外滩和西藏等,它们在全球范围内享有广泛的认知度和影响力,重视在交通体系、住宿体系上的完善。”对于影响力,他表示随着年轻游客增加和市场经济的发展,他们对于多元化、个性化的旅游体验需求日益强烈,要充分利用好新媒体和全球化的传播渠道,将泉州文化和旅游资源介绍给全球游客。

本报讯(融媒体记者黄伟毅 叶虹羽)在福建文旅经济发展论坛上,中国旅游研究院发布“2024年城市文旅品牌创新十佳案例”“2024年文旅融合创新街区十佳案例”“2024年文旅融合创新场馆十佳案例”“2024年非遗旅游体验创新十佳案例”。

资讯

泉州入围三项“十佳案例”

其中,“泉州市:宋元中国·海丝泉州”入选“2024年城市文旅品牌创新十佳案例”,“泉州西街”入选“2024年文旅融合

创新街区十佳案例”,“泉州蟳埔:头上花园非遗体验”入选“2024年非遗旅游体验创新十佳案例”。