

入选国家文化和旅游消费试点城市后,请看——

运城文旅新的路线图

本报记者 陈永年 李斌

去年10月27日,文化和旅游部、国家发展改革委、财政部联合公布了第二批国家文化和旅游消费试点城市,全国共55个城市入选,运城名列其中,是山西唯一一家。试点时间为两年。

作为拥有丰富文旅资源的运城,在这个国家级试点中,试什么,怎么试,试点工作又将给运城文旅产业及普通百姓带来哪些变化呢?

日前,运城市文化和旅游局印发了《文化和旅游消费试点城市行动计划》,从其中的17项试点主要任务中,我们可以得出答案。

让文旅产品供给更丰富、更多元

小至企业,大至行业,最终都要落脚到具体的产品上,文旅产业同样也要靠文旅产品来体现。

如今,有了“运城礼物”实体店,只需走进一家店,便可选尽河东礼;岚山根·运城印象、鹽街、平常街等特色街区逐渐增加,游客、市民生活有了更多的选择……这些专注于丰富产品线,从供给侧进行改革的做法,都是为了给运城的文旅产品供给更加丰富、市场竞争力更强。

在试点中,我市将通过“文旅+”,推出新产品、新业态,促进文化旅游与工业、农业、生态、体育、研学等深度融合,着力发展红色文化旅游、商务会展旅游、自驾旅游、工业旅游、体育旅游、康养旅游、水上旅游、网红影视取景地“打卡游”等新业态。发展特色休闲农业与乡村旅游,构建集乡愁体验、精品民宿、农耕研学、休闲观光、乡村美食为一体的乡村旅游产品体系。打造西侯度、后土祠、司马光祠、西阴村、永乐宫等一批古中国研学旅行基地,推出“翻开河东见中国”研学系列产品。

支持文创企业创品牌、出新品,鼓励相关单位发挥资源优势参与开发特色文创产品,贯通文化创意、文化制造、文创销售产业链。打造“运城礼物”旅游商品公共品牌,加大字达青铜关公像、绛州澄泥砚、黑泥美容系列产品等旅游商品生产力度。

围绕关公忠义文化、池盐文化等,打造一批兼具社会效益和经济效益的原创演艺精品,进一步打磨提升《梦境·西厢》行进式夜游体验剧艺术品,新推出大型沉浸式演出剧《又见关公》等旅游演艺项目。进一步创新“送戏下乡”“戏曲进校园”“周末剧场”,丰富文化旅游演出市场。

鼓励全市景区景点、文创企业、工艺美术企业、星级饭店、旅行社等依托重要节日策划开展营销活动,延长游客在运停留时间,带动餐饮、交通、购物、住宿等二次消费。每个县(市、区)根据资源和特色,打造文旅夜间消费集聚区,增强游客体验感,带动和优化周边文旅场所开展夜间餐饮、购物、演艺等服务,形成具有当地特色的“吃、住、行、游、购、娱”夜间文旅商圈。

另外,还将发展基于5G、虚拟现实、人工智能等技术的新一代体验型文化旅游消费。鼓励数字创意产业与文化旅游消费业态融合发展,提供更多元化的消费体验。

不管是线路、产品,还是演艺、体验,我市正



上图:3月30日,无人机拍摄的万荣县黄河一号旅游公路寺后汾河大桥及引线路工程施工现场。

特约摄影 徐应杰 摄

右图:4月5日,夏县黄河一号旅游公路洞底河标段在进行面层摊铺。

张秀峰 裴国峰 摄



通过试点,以进一步丰富运城文旅产品线为切入点,提高整个产业的产业化与精细化水平。

让文旅产品消费更方便、更实惠

对于游客或市民来讲,经过两年的试点,最大的利好可能就是运城文旅产业整体上设施更加完善,游览体验更好了。从试点的主要任务中可以看到,提高设施服务水平、惠民便民措施为数不少。

河东书房,旅游厕所,自驾游营地或房车营地,高等级景区、度假区、消费集聚区,以及特色

酒店和精品民宿,将是公共文化服务及文旅产业基础设施建设的重点。

加大公共文化服务设施建设力度,每个县(市、区)至少建设1个高标准文旅融合“河东书房”。实现A级景区旅游厕所全覆盖,4A级景区全部设立“第三卫生间”。在沿黄县(市、区)建设8个自驾游营地或房车营地。

加快推进永济尧王台、夏县堆云洞等景区创建4A级景区,盐湖区池神庙、绛县绛北大峡谷等景区创建3A级景区,加快创建盐湖康养度假区、夏县泗交等省级旅游度假区。推动鹽街、平常街、岚山根·运城印象、水峪口开展省级旅游休闲街区创建工作,加快创建一批省级和国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

在鹽街、平常街、岚山根·运城印象等景点

挂牌“文旅消费试点场所”,每个县(市、区)至少要挂牌消费试点景区3家以上。在全市所有的星级酒店、精品主题酒店、“黄河人家”等住宿场所挂牌“文旅消费试点场所”。

积极引进国际饭店业前50强、国内旅游集团前20强品牌,推进主题文化酒店和特色精品酒店建设。支持乡遇·刘范、尧王台、历山等一批乡村民宿建设,每个县(市、区)建设3—5个精品民宿。

更为可喜的是,我市还将陆续推出一系列惠民、便民的活动和服务,有效降低旅游成本,提高旅游体验。

持续加大国有景区门票优惠力度,指导景区落实门票减免、淡季门票优惠政策,有序推动景区门票降价,鼓励景区设立公众免费开放日。积极落实对儿童、老年人、现役军人、消防救援人员等

特殊群体的免票优惠政策。

今年我市还将发放文旅电子消费券,用于住宿、餐饮、游览、购书、看戏、观影、购物等文化娱乐消费,激发文化和旅游消费潜力。组织景区景点、星级饭店、旅游演艺公司、文化场馆,以产品打包、优惠捆绑的方式,每季度推出“运城文旅惠游卡”,促进文旅经济复苏。推出运城全域旅游“一卡通”,只需100元就可以享受一年内不限次数、畅游运城24个A级景区的优惠。

在A级景区建立电子门票系统,加强智能停车、智慧导游、WiFi覆盖、智能支付、安防传感等系统建设。引导文化娱乐场所及景区广泛应用互联网售票、二维码验票,建设完善的支付体系。在全市3A级以上景区、博物馆、美术馆、剧院、商业综合体等场所全面推行网上预约、电子售票、线上支付、自助验票,增强文旅消费便捷度。开通运城旅游直通车专线和城市公交旅游专线,实现“城景通、景区通”。同时,打造覆盖面广、功能强大、运转高效、方便适用,集管理、服务和营销于一体的运城智慧旅游服务平台,提供智能导游、电子讲解、信息推送、在线预订、网上支付等个性化全过程在线服务。

让文旅产业发展更健康、更可持续

推进产业发展,既要立足当下,又要着眼长远,唯此方能更健康、更可持续。

做好文旅消费试点工作,“项目是第一支撑”。试点工作开展以来,我市坚持每月一调度、每季一通报,着力打造关公文化产业园、池盐文化博览园、永乐宫文化创意园等26个核心旅游项目。同时,建设22个“一人名一馆、一典故一馆”,彰显后稷稼穡、嫫祖蚕桑、关公忠义等标志性文化符号。

活动举办上要加强市县联动、区域联合,高标准办好各种文旅消费节庆活动,积极筹备山西省第八次旅游发展大会,同时,支持各县(市、区)打造有品质的特色节庆活动,鼓励各景区举办各具特色的主题文旅品牌活动,形成“县县有品牌、月月有节庆、景景有特色”的良好文旅消费氛围。

市场主体是产业发展的承载者,也是主管部门实施保障的核心和着力点。根据省、市安排,文旅部门全力实施市场主体倍增计划,加快培育新兴文化产业,推动建设关公文化产业园、绛州澄泥砚文化产业园等文化产业集聚区。各县(市、区)成立由政府投资的文旅投公司或文旅发展公司,实施中小微企业孵化培育计划,扶持一批“小而精、小而特、小而优、小而新”的文旅企业。支持文创企业创品牌、出新品,推动“运城礼物”旗舰店成为4A级景区标配。

监管是另一种形式的服务。我市将通过“互联网+监管”,推进“双随机、一公开”监管和信用监管、重点监管相结合,规范行政执法行为,提升监管效能,市县两级执法部门要及时查处和公布违法违规典型案例。保持对“不合理低价游”、强迫或者变相强迫消费、虚假宣传等高频违法行为的高压态势。严格落实线上文化和旅游购物7天无理由退货,鼓励线下实体店自主承诺无理由退货,打造“放心消费、诚信运城”放心消费示范单位。

市文旅局局长陈小光说:“试点工作开展完成后,全市文化和旅游消费供给更加丰富、设施更加完善、结构更加合理、环境更加优化,将为我市建设‘一区两城三强市三高地’作出更大贡献。”

从市文旅局获悉,截至3月底,全市文旅市场主体新增445家(其中企业187家、个体258家),比去年年底的4090家增加10.9%,位居全省文旅行业第一方阵。

3月25日,省文旅厅召开了全省文旅市场主体倍增工程推进电视电话会议,市文旅局在会上作了经验交流。我市的典型做法有哪些,下一步的工作重点又是什么呢?记者进行了采访了解。

压茬推进成果显著

全省市场主体倍增会议之后,运城立即召开了全市市场主体倍增会议,成立了市场主体倍增工程推进电视电话会议,市文旅局在会上作了经验交流。我市的典型做法有哪些,下一步的工作重点又是什么呢?记者进行了采访了解。

工作推进中,市县两级文旅部门积极和当地的行政审批局对接,按照文化、体育、娱乐业的行业统计,对照市场主体倍增目标任务,分别建立“四个清单”(任务清单、责任清单、措施清单和结果清单),实行矩阵管理、挂图作战、精准施策,确保各项政策落地见

效,确保市场主体实现倍增。

同时,根据省厅和市委、市政府的要求,各县(市、区)文旅局定期梳理总结市场主体倍增工作,定期向市局报告。市局对各县(市、区)市场主体发展相关指标完成情况、重点工作实时进度进行汇总,实行“一月一排队,一季一通报”,并将完成情况报送当地党委政府主要领导。同时,建立了督查督办机制,对市场主体“急难愁盼”等问题,及时予以督查督办,确保问题及时得到解决。

特别值得一提的是,市文旅局还及时制订了《运城市文旅局推动文旅市场主体发展实施方案》,明确了4类24个重点任务。

培育发展市场主体方面:发展现代演艺、新兴文化运营、特色文创、工美非遗、景区、餐饮、住宿、旅游交通、旅行服务、温泉康养、森林康养、中医药养生等市场主体。强化市场主体发展平台支撑方面:布局建设文旅康

一季度我市文旅市场主体新增445家

位居全省文旅行业第一方阵

本报记者 陈永年

养示范区、加快建设文化产业园(基地)、建设文旅消费集聚区和发展旅游休闲街区。推动市场主体协同发展方面:支持个体工商户转企和中小微企业创新发展。促进消费市场发展方面:拓展消费市场、举办文旅消费活动、提升消费服务质量、激发消费需求和优化消费环境。

《实施方案》在3月23日召开的全市文旅系统工作会上作了安排部署,并对各单位的任务进行了分解。

根据全市文旅市场主体倍增工程目标,从2022年开始,市场主体总量每年净增长率达到16%以上,全市文旅市场主体总量要突破7762户。

四个重点聚焦发力

市场主体倍增工作是拉动经济增长、优化产业结构的重要抓手,推动文旅康养市场主体倍增是文旅系统全年的重点工作,还需继续谋划落实。今后,市文旅局将突出四个方面的重点,聚焦发力,继续推动文旅康养市场主体倍增工作的落实,助力市场主体“回春回暖”。

在抓好市场主体倍增重点上聚焦发力。围绕龙头景区、运城礼物、工艺美术等关键环节和重点区域实现突破:积极推进龙头景区、主要景点市场主体倍增;打造“运城礼物”公共品牌,使“运城礼物”旗舰店成为4A级景区的标配;鼓励非遗和工艺美术进景区、进村、进街区,开办大师工作室、非遗工坊、体验馆、展销店等。

在打造市场主体支撑平台上聚焦发力。强化市场主体发展平台,依托龙头景区和主要景点,在全市打造3—5个国家和省级夜间文旅消费集聚区,布局10个文旅康养示范区,建设5个文旅

消费集聚区,发展3个旅游休闲街区,为市场主体提供强有力的平台支撑,进一步激发市场活力和社会创造力,促进市场主体高质量发展。

在促进市场主体消费增长上聚焦发力。用足用好国家文化和旅游消费试点这个金字招牌,提升消费服务,加快基础设施配套完善。在全市继续建设13个高标准文旅融合的“河东书房”,每个县根据各自实际建设一个“夜间文旅消费一条街”,建设80家特色民宿、森林木屋、帐篷酒店,新建一批星级连锁酒店和国际品牌酒店,在黄河一号旅游公路上建设8个自驾游营地;在上半年发放文旅电子消费券,广泛用于文化旅游娱乐消费;继续实施门票优惠,对运城市民发行100元畅游运城24个A级景区的“一卡通”。

在优化市场主体营商环境上聚焦发力。扶持一批“专精特新”的中小微企业,培育市场主体倍增的“发动机”;落实好涉及文旅行业的10项普惠性措施,鼓励旅行社承接机关企事业单位的会展学习等活动,鼓励星级酒店积极参与政府采购;继续落实好纾困帮企政策,通过实地走访、实情调查、现场办公等多种方式解决好企业的“急难愁盼”,实实在在帮企业渡难关、添活力。

“下一步我们将进一步加大文旅康养市场主体倍增工作力度,以强烈的政治担当和务实的工作作风,铆足干劲、攻坚克难,推动市场主体倍增各项工作落到实处,以优异的成绩迎接党的二十大胜利召开。”运城市文旅局局长陈小光说。