

# 打响“山西省旅游热点门户”

——全面实施“137”旅游发展战略、加快构建现代文旅产业体系推进会发言摘要(中)

## 高校要助力文旅创新发展

□运城职业技术大学旅游管理专业教师 蒋涛

“137”旅游发展战略的实施,既需要文旅产业的持续创新,也离不开坚实的人才支撑和智力支持。作为本土高校,运城职业技术大学在文旅人才培养、科研创新及社会服务方面肩负着重大的责任和使命。结合我们高校的特点,我认为可在以下几个方面进行创新和探索。

一是“双龙头”景区的教育科研深度融合与创新。运城关公故里文化旅游景区和运城盐湖作为我市的“双龙头”景区,不仅是历史文化的重要载体,也是文旅产业创新的重要试验田。我们希望通过与这两大景区建立深度产学研合作关系,将课堂直接设在景区内,让学生在真实环境中学习文旅知识、提升专业技能。同时,依托景区的丰富文化资源,联合开展科研项目,深入挖掘文化内涵,推动文旅产品和服务的持续创新。

二是“双十”工程的校企合作新

模式探索。在实施“双十”工程的过程中,我们积极探索与文旅企业的深度合作。通过共建实训基地、联合开展文旅项目等方式,为学生提供更多实践机会,帮助他们在实战中锤炼能力。同时,我们也将借助企业的市场资源和运营平台,推动科研成果的转化和应用,实现产学研用的无缝对接和深度融合。

三是“双百”市场主体的产学研用一体化发展。在培育“双百”市场主体的过程中,我们计划与文旅企业建立紧密的产学研用一体化合作关系。通过联合开展科研项目、人才培养、技术应用等全方位的合作,共同推动文旅产业创新发展。

另外,在“七化”工作机制中,作为高校旅游管理专业的教师,我们将利用自身的专业优势和技术力量,为运城文旅产业的智慧化转型和精细化服务提供有力支持。

## 从“泛研学”向“精准研学”转变

□山西朴薪教育咨询有限公司总经理 裴志峰

当前,运城文旅产业发展态势良好,但仍需不断努力,深度挖掘文化内涵,推进“137”旅游发展战略落实落地。而研学旅行,正是实现这一战略的重要途径之一。

我的建议如下:  
首先,开发多样化的研学课程。随着市场的不断发展和需求的日益多样化,传统的泛研学模式逐渐显露出一些局限性,故需要系统整合,形成连贯的研学旅行线路和课程体系,从而更好地发挥教育价值。为了进一步满足学生和家長对研学质量的需求,提升运城研学课程的品质和影响力,从泛研学到精准研学的转变势在必行,同时结合《国家文物局关于推进考古研学高质量发展的指导意见》,着力深入完善课程内容。

其次,加强研学基地的建设。完善各个景点的研学设施,配备专业的研学导师,为学生们提供高质量的讲解和指导,并建立健全安全保障体系,确保学生们在研学过程中的安全;深入研究运城独特的文化内涵,打造具有运城地方特色的研学旅行主题活动、产品和线路,提升“国宝第一市”天下好运城”文旅品牌的吸引力和影响力。

再次,要加大对运城研学旅行的宣传力度。制作精美的研学旅行宣传资料,如手册、视频等,向学校、家长和学生们展示运城研学旅行的特色和魅力;利用互联网、社交媒体等平台,广泛传播运城研学旅行的信息,吸引更多的学生和家長关注。

最后,要注重文旅产业的整体发展。研学旅行只是运城文旅产业的一部分,我们要创新发展思路,将其与更多的旅游产品有机结合起来,推动文化与科技、农业、工业等产业的融合,发展多元化的文旅业态,推动运城文旅产业高质量发展。

## 大力开发高品质的文创纪念品

□山西宇达青铜文化艺术股份有限公司董事长 卫恩科

在“137”旅游发展战略的引领下,运城的文旅产业势必会风生水起,势头更加强劲。结合宇达集团本身的实际,我提出以下建议。

在全市重点景区规划建设“运城礼物”旗舰店,搭建平台,激发更多文创企业开发生具有运城浓郁特色的旅游纪念品,满足旅客购物需求,丰富运城文旅业态,通过旅游纪念品,更好地宣传运城“国宝第一市”的风物和文化。比如,解州关帝祖庙景区内开设了关帝庙旅游纪念品旗舰店,虽然地方不大,但因是官方旗舰店,游客购买放心,仅“十一”国庆假期7天时间,景区店的宇达牌关公铜像销售额就近50万元,充分说明了建设“运城礼物”旗舰店大有可为。

从题材上分析,运城可开发的旅游纪念品元素太多。比如:黄河铁牛镇纸、普救寺同心锁、鹳雀楼的鹳雀

动物摆件、王之涣缩小版铜像、七彩盐湖笔架、盐池形状烟缸、关公系列铜像、关刀、风雨竹书签、关公香炉、关帝庙瑞兽系列、永乐宫壁画系列平脱镇纸、司马光《资治通鉴》版本形状墨盒,以及运城博物馆可以开发的无数文创产品等。

景区的“运城礼物”旗舰店,一定是官方许可的,不是随意的;一定是统一组织的,不是单打独斗的;一定是有人把关的,不是什么都能摆放的;一定是可以代表运城的元素,不能是与运城元素无关的。

同时,我建议可以开展面向全国运城市文旅旅游纪念品一年一度大赛,精心选出好创意、好设计,继而让全国厂家对接,形成量化产品,不断提升品质、丰富业态。我相信,只要开始做,一定会使运城文旅纪念品大放异彩,让运城文旅更红、更火。

## 演出业要精准把握时代需求

□运城市演出行业协会会长 张文杰

按照市委“137”旅游发展战略,演出行业协会将明确自身定位,把握行业发展趋势,探索符合时代需求的发展方向,以促进演出行业的健康、可持续发展。

一是加强行业自律与规范建设。制定和完善演出行业的服务标准、艺术质量标准及版权保护机制,提升行业整体的专业化、规范化水平;建立有效的行业自律机制,对违规行为进行监督,维护公平竞争的市场环境,保障消费者权益;推动信用体系建设,建立演出行业信用评价体系,鼓励诚信经营,对信用良好的企业和个人给予表彰和支持,对失信行为进行公示和惩戒。

二是促进技术创新与艺术融合。鼓励利用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术,提升演出内容的创作、制作、传播效率,拓展线上演出市场;促进演出与其他文化领域的

深度融合,开发多元化产品,拓宽演出市场的边界;加大对原创作品的扶持力度,鼓励艺术创新,提升演出作品的文化内涵和艺术价值。

三是加强人才培养与国际交流。建立多层次、多类型的人才培养体系,包括演员、导演、编剧、舞台技术等各类专业人才,提升行业整体人才素质。

四是推动产业升级与服务优化。推动演出产业链上下游企业的深度合作,形成集创作、制作、营销、衍生品开发于一体的完整产业链;利用互联网平台,创新服务模式,如在线售票、虚拟观演、定制化服务等,提升观众体验感;鼓励演出行业积极参与社会公益活动,传承和弘扬中华优秀传统文化,增强社会影响力。

面对未来,演出行业协会将不断探索和实践,为运城文旅的多样性发展作出应有贡献。

## 把民宿作为打造文旅名片的突破口

□乡遇·刘范民宿艺术村负责人 李杰

“137”旅游发展战略,旗帜鲜明地指明了文旅立市的城市发展方向,为文旅产业的繁荣奠定了坚实基础。

我认为,在传统“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素的基础上,“商、养、学、闲、情、奇”六要素不可或缺。其中,“闲”这一要素,强调的是个城市在景观资源和文化资源之外,通过精心营造一种悠闲舒适、远离城市喧嚣的生活意境,来吸引游客。在这种生活意境的构建中,乡村民宿成了不可或缺的重要载体。

首先,民宿能够为游客提供独特的住宿体验。区别于标准化的酒店,民宿往往更具个性化和家庭氛围,让游客有宾至如归之感。其次,民宿有助于传承和弘扬当地文化。可以通过民宿的装饰、服务等,传递本地的风俗习惯、历史故事和传统技艺。再者,民宿能够促

进当地经济多元发展。不仅是住宿业,民宿还能拉动周边的餐饮、农产品销售、手工艺品制作等相关产业,为当地居民创造更多的就业机会和增收渠道。

运城市应抓住这一难得的发展机遇,将民宿产业作为打造小众旅游目的地城市名片的重要突破口。一方面,希望政府出台相关政策,加大对民宿产业的扶持力度,引导社会资本投入民宿建设,鼓励本地居民利用自有房屋发展特色民宿。另一方面,要加强对民宿从业者的培训和指导,提升民宿的服务质量和管理水平。同时,结合运城丰富的历史文化和自然资源,打造一批具有独特主题和风格的民宿,如以关公文化为主题的民宿、以盐湖风光为特色的民宿等,让游客在住宿的同时,能够深入感受运城的文化魅力。

## 媒体要深度推宣运城

□抖音“晋南道”博主 陈晓鹏

为持续叫响“国宝第一市”天下好运城”文旅品牌,在全市范围内实施“137”旅游发展战略,我从媒体推宣的角度,提出以下几点建议。

一是细化国保单位的呈现形式。当前全市文旅品牌是“国宝第一市”天下好运城”,我市的国保单位有102处,但是具体哪些景区、景点是国保单位,估计了解的人不是很多。官方平台应以短视频、图文或宣传册的形式,对国保单位进行多种形式的宣传。再将国保单位按古建、雕塑、壁画等分类总结,规划自驾游线路,方便游客系统性游览感兴趣的国保单位。

二是按县域进行农优特产宣传。应以县为单位整理介绍农优特产,包含历史故事、制作工艺和味道描述,再以多种形式进行官方平台的推宣,让推宣有内容、接地气,给游客一种保姆型攻略的体验感。

三是着重发展周末游经济。运城地处3省交会处,火车、高铁、飞机交通网全覆盖,可以打造周末游经济,推出一日游、两日游的自驾线路和旅行团线路。景区之间可以形成联动,推出周末游套票,实现游客流量互动,进行资源共享,这样便能够实现强强联合,以强带弱、以大带小。

四是打造多种形式游运城。以更加新颖、多样化、利于人们接受和记忆的形式,让游客去打卡运城。以“跟着书本游运城”为例,打造旅行线路和研学线路(书本里的运城包括:登鹳雀楼、司马光砸缸、黄帝大战蚩尤、舜耕历山、禹凿龙门等)。跟着书本去打卡运城,以大众更容易接受的方式去推宣历史人文。比如参考标题可以是“跟着书本游运城”“跟着古诗谚语游运城”“与运城的历史名人对话”“跟着古塔游运城”等。

## 始终将游客体验放在首位

□绛州署景区工作人员 张哲

文旅产业是朝阳产业、绿色产业、富民产业。作为一名文旅工作者,在这里同大家分享一些我的观点。

一是挖掘景区文化。对景区文化进行追根溯源,将景区拥有的文史、传说、民俗等亮点充分发掘展示出来。同时,注重创造多重文化体验空间,以景区特色文化为主题,开展以游客体验为导向的文化体验项目,利用文化创意产业拓展文化产业链。二是完善旅游住宿。积极探索更多元化的住宿产品,满足不同游客的需求。主题酒店、帐篷营地、太空舱等,以独特的创意和浪漫的氛围吸引年轻情侣;亲子酒店,让旅途中的家庭也能享受温馨的家庭时光。三是丰富景区业态。通过挖掘地域特色美食、创新美食体验形式等,提升游客的满意度,延长游客的停留时间;营造具有休闲风格、生活气息的旅游购物环境,实现游客在购物中休

息、在休息中购物;了解以年轻人为代表的时尚消费群体的旅游需求变化,即追求对旅游目的地生活方式的深度融合和独特体验。四是建设智慧景区。要注重景区智慧服务系统建设,做到游前、游中、游后的全程个性化服务,提升游客体验感;景区网络、监控、WiFi、信息屏等是信息化的基础条件,要充分规划、系统优化、数据整合,持续提升智慧化景区的能力。五是策划创意活动。景区可以结合自身特色,设置多种活动类型,将景区特有的人文旅游景观同中国传统节日联系起来,组织丰富多彩的文化旅游主题活动,突出景区主题形象的同时引起游客心理上的共鸣。

我们将以实施“137”旅游发展战略为抓手,上下齐心协力,以文旅融合为笔,以品牌打造为魂,以服务优化为基,为新增文旅乃至全市旅游事业贡献力量。

## 让旅游直通车服务更完善

□运城市旅游集散中心有限公司党支部书记 赵敏

运城旅游直通车,是运城旅游基础设施的重要组成部分,是串联旅游要素、促进旅游产业发展的重要环节,也是引入运游客出行的重要方式之一。“直通车+旅游年票”的组合,更是成为来运游客的首选。

这一年来,我们接待了来自全国各地乃至世界各地的游客,游客对我市旅游直通车的便捷服务给予了高度评价。实践中,我们也获得了一些宝贵的经验,有几点建议如下。

一是加强直通车运营管理。延长直通车运营时间,增开周内直通车线路,合理增加直通车运行线路、班次;灵活调整、延伸线路产品,优化交通接驳服务,不仅覆盖运城主要景

点,还要加强与周边城市的交通连接,比如开通前往西安、洛阳、临汾等周边城市的旅游直通车,实现跨区域旅游联动。

二是加强引流入运。以城景通及中条山文旅直通车为载体,结合旅游年票、景区及其他旅游资源,以引流入运为核心工作,以“公空联运”方式无缝连接航空,吸引全国各地的游客来到运城、了解运城、爱上运城。

三是加强协同合作。由政府牵头协调,推进机场、航空公司、旅游集散中心、各旅行社等相关单位互相密切沟通交流,发挥“航线机票+旅游年票+直通车”的组合优势,与景区、旅行社、酒店、餐饮等建立合作关系,实现资源共享、优势互补。同时,出台优惠政策,在全国推广营销,拓展来运旅游客源。

四是加强推广宣传。在提升运城旅游直通车运营服务水平的同时,加大宣传推广力度,展示我市在旅游配套设施建设及服务方面的实力,塑造运城旅游的良好形象。