

展示风采 创新升级 融合交流

旅博会助力文旅提质增效

■ 本报记者 廖晨霞

“津彩金秋”，硕果累累，2024中国文化旅游产业博览会于9月13日至16日在国家会展中心(天津)盛大开幕，文化之韵与旅行之美在这里交织成一幅绚丽的画卷。

本届博览会作为“中国(天津)旅游产业博览会”与“中国(武汉)文化旅游博览会”合并更名为“中国文化旅游产业博览会”的首届落地天津，将为天津文旅以文塑旅、以旅彰文，高质量发展带来什么？又将展示“体验新文旅 乐享新生活”为主题，又将集中展示中国文化和旅游产业哪些趋势走向，发挥推动中国文旅产业高质量发展的实践助力引领作用？答案将在4天的盛会中揭开面纱。

展示 开放创新 天津喜迎天下客

用金属勾勒轮廓，彩砂填充色彩，感受传统工艺和劳动智慧的完美结合，“掐”出指尖上的非遗……“国图经常有这种工坊体验活动，来过一次就想来第二次。”在天津湾广场的国图·天津湾文创空间，市民张女士在“金缕织光”掐丝珐琅手作课堂上，自己动手体验非遗工艺的魅力。

国图·天津湾文创空间是由国家图书馆旗下北京国图创新文化服务有限公司和天津城投集团旗下天津金融城开发有限公司联合打造的大型综合文化创意空间。2023年，在第十三届中国旅游产业博览会上，国家图书馆亮相相展会，文创咖啡、创意产品大受欢迎，文创空间展示了国家图书馆丰富的馆藏底蕴，打开了知名度，“充满”了“人气值”。“旅博会是一个非常好的展示平台。近一年，我们发挥国图内容资源优势，深度结合天津民俗文化，积极举办了多场读书活动、组织系列文化活动，助力建设书香天津。本次旅博会期间我们将亮相相展区，也会带来国图文创系列新品，如‘礼出东方’‘食物本草’等产品。”店长王珏介绍。

今年以来，按照市委、市政府部署要求，市文化和旅游局坚持思路创新、机制创新和举措创新，发力旅游品牌打造，推动产品供给持续丰富。围绕“天津始‘钟’响你”品牌，精心策划了“欢乐四季游 天津常走走”文旅活动，成功推出“春风十里 天津等你”“夏日清新 独爱天津”两季1100余项特色文旅活动；重磅推出的“‘桥’见海河，邂逅浪漫”——桥边音乐汇约70场演出，吸引了现场和直播平台约300万人次的观看；邮轮+岸上游、邮轮+音乐会等系列IP，“当日往返游”“周末串门儿游”和“长假深度游”三大主题28条天津文旅线路……

天津打造“上山下海、漫游津城，一核两翼、多点开花”的文旅格局，近悦远来，海纳百川。元旦、春节、清明、“五一”、端午5个假日，全市共接待游客4594.26万人次，实现旅游收入396.15亿元。天津旅游“榜榜有名”，成为假期全国热门旅游目的地和北京人首选出游目的地。

开放的天津用天津人特有的乐观、热情、包容来拥抱世界。2024旅博会上，“文”有杨柳青年画、钟书阁，“武”有文艺院团联演、音乐现场，非遗活态展示、老字号商品展销、文创产品展卖，“安心、舒心、暖心、贴心”的城市氛围和参会体验将会在每一位与会者的心中，烙上浓郁、厚重的天津味道。

这不仅是对天津文旅资源的一次全面展示，更是凸显天津城市形象，推动天津文旅产业高质量发展的重要契机。通过博览会的展示和推广，天津的文旅品牌得以进一步彰显。国内外游客

在了解天津丰富的文旅资源的同时，也对天津的城市形象和文化底蕴有了更深入的认识，提升了天津的知名度和美誉度，吸引更多游客前来旅游观光。

融合 平台实现开放、联结、交流

“我选了利顺德的丝巾和鸵鸟墨水套装伴手礼，这些礼物太好看了。”在天津湾广场6号楼的“天津礼物”直营店，来自太原的林女士正在精心挑选的本子上盖纪念印章，“天津的特色建筑太多了，看也看不够。这些对于我来说既是留念，也可以作为按图索骥的‘心愿单’，很特别。”

“天津礼物”通过多样化的文化产品和活动，成功地展现了天津的文化魅力和历史底蕴，成为传播天津文化的重要窗口。“天津礼物项目总经理牛振宏介绍，有100多个品种，30多个本土企业的选品，曾亮相第十三届旅博会的“天津礼物”展示专区，“我们还通过举办天津银行·2024天津马拉松‘体彩杯’文创设计大赛，进一步挖掘和利用天津的文旅资源，促进地方特色产品向旅游商品的转化，推动旅游商品特色化、品牌化发展。大赛结果将在2024旅博会上揭晓。”

今年以来，天津文旅商体农融合发展、协同推进、相互赋能，围绕马拉松赛事、演唱会等展示城市风貌、促进文旅消费、营造活力氛围，围绕乡村全面振兴大力开发民宿、乡游、乡购等农文旅融合休闲体验产品等，“文旅+”模式拔节向上，欣欣向荣。

本届博览会上，“跟着微短剧去旅行”京津冀文旅短剧创意征集、“跟着微短剧去旅行”剧本大赛同步启动，天津首届文旅短剧创作分享沙龙、2024天津马拉松“体彩杯”文创设计大赛颁奖、天津市红色文创产品设计大赛暨首届平津战役纪念馆文创产品设计大赛颁奖……海量文化味儿浓、天津味儿足的活动彰显文旅融合之美，2024乐见潮向·国潮音乐节嘉年华(天津站)，流行、摇滚、民谣、说唱等多元化的音乐现场更是唱出天津的精气神儿、牛气劲儿。

“2024旅博会将加速文化与旅游两大领域的深度融合，促使文旅项目更加注重文化内涵的挖掘与呈现，通过整合地方历史遗迹、民俗风情等文化资源，开发出具有深度文化体验的产品，促进文旅市场的多元化发展，或将开启天津文旅深度融合的新篇章。”天津社会科学院经济分析与预测研究所副所长、研究员董薇薇表示。

2024年京津冀文旅活动发布、“跟着微短剧去旅行”京津冀文旅短剧创意征集发布、通武廊文化和旅游产业发展座谈会……京津冀文旅合作进一步融合持续深化也是本届博览会上的重大看点。

2024旅博会打造开放、联结、交流的平台，让三地文旅领域对接的广度深度不断拓展。“今年以来，我们联合北京市、河北省召开了京津冀协同发展10周年新闻发布会、京津冀文物保护高质量发展研讨会暨三地文物博物馆学会联盟成立大会、京津冀大运河文化遗产保护与可持续发展交流会等，联合发布京津冀主要历史文化资源分布图、京津冀文旅LOGO和京津冀文旅地图等，共同举办‘欢乐四季游’和京津冀文旅地图等，共同举办‘欢乐四季游’等一系列精品线路。”市文化和旅游局党组书记、局长于鹏洲介绍，作为今年的轮值城市，8月26日—27日在津召开了京津冀文旅协同工作组会议，立足打造中国式现代化文旅融合协同发展的先行区、示范区，面向文旅合作重点领域达成十项天津共识，签署三地“公共服务优质资源直达基层机制”“文旅审批事项协同协同机制”和“旅游领域执法协作工作措施”三份重量级文件，上线了20条京津冀区域精品旅游线路。

成交 拓展市场 共享机遇

“旅博会是一个很好的南北文旅碰撞交融、互相启发的契机，方便我们把更多南方的优质产品带到北方的市场来。”天津乡伴文化发展有限公司是西青区树蛙部落酒店的运营方，2023年，在第十三届旅博会上，他们签约滴滴通，对树蛙部落理想村进行提升改造，并与保利集团签约在蓟州区穿芳峪镇东水厂村运营精品民宿。乡伴京津(北京)文化发展有限公司总经理张帆表示：“比如南方消费者以单独家庭出行的形式比较多，而北方消费者有几个家庭一起出游的需求。这样的南北交流合作将促使我们深入研判消费者特征，不断优化和提升产品。”

第十三届中国旅游产业博览会搭建的洽谈交易平台，促成超过20个项目集中签约，进一步推动了我市文旅经贸交流，助力消费升级。

2024旅博会将强化交易平台新功能，通过“展览+交易+会议”的形式搭建旅游产业展示的舞台、洽谈交易的平台和创新创业孵化基地，展会将有2000多家文化和旅游企业积极参与，并开展“一对一”采购对接活动，为至少150家重点企业、100家各类金融机构、400个项目搭建洽谈合作平台，共同探索解决文旅企业融资难题的有效路径，为行业快速发展所需的资金支持和金融合作打造交易平台，创造洽谈机会，提升展会实效，促成更多交易。

“展会提供文旅装备全产业链的产品和技术展示，快速拉动产业消费，将推动文旅装备制造走向文旅智造。广大头部文旅企业继续深耕天津文旅市场，精准把握天津文旅产业发展的新趋势新特点新机遇，加大在天津文旅市场的研发投入，加强产品创新，积极运用新技术、新手段推动文旅产业创新发展。”市文化和旅游局副局长陈冰介绍。

本次展会主场地国家会展中心(天津)，提供了9大展馆共15万平方米的展区，不仅为来自全国各省市文旅局以及故宫、国博、携程、美团、同程、华为、腾讯互娱、中国旅游车船协会等文旅部直属单位、业内头部企业和国家级行业协会等提供了充足的展示空间和热情、周到、便利的服务项目，更招徕了全国各地270个参展团组和超2000家的参展企业。空前的规模、融合并多元的企业类型和参展企业数量，均刷新了历史。

除展览展示外，本届博览会期间还将举办全球旅行者(天津)大会，“聚焦产业焕新 推动融合发展”文化和旅游产业项目投融资大会、国内旅行社大会、景区新质生产力发展大会、天津景区装备供需对接洽谈会等一系列重要活动。同时将组织国家文化和旅游消费示范城市、试点城市、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等参加供需对接活动，力求取得实效。

据介绍，2024年1月至8月全市共接待国内游客17957.77万人次，同比增长15.1%；国内游客旅游花费1921.38亿元，同比增长33.4%；游客人均花费1069.95元，同比增长15.9%。其中，8月份游客人均花费1342.63元，同比增长39.2%，创疫情以来新高。“2024中国文化旅游产业博览会不仅是对天津文旅资源的一次全面展示，更是推动天津文旅产业高质量发展的重要契机。”市文化和旅游局党组书记、局长于鹏洲表示，“我们将以此为契机，连接多方合作，为天津文旅产业的发展注入新活力、赋予新动能，促进天津文旅产业快速驶入新航道、创造新机遇；同时，展示天津独具特色和多元交融的文化底蕴，打造都市型、体验式、年轻化、文韵的文旅新风范，有效推进天津文旅消费的加速升级，为天津建设国际消费中心城市增色添彩。”

62.34%；各口岸签发口岸签证84.6万证次，同比上升182.9%；来华旅游外国人预计拉动消费超1000亿元。

除北京、上海等老牌入境游“目的地”外，越来越多的城市登上“心愿单”。携程发布的暑期出游市场数据显示，截至8月25日，目的地为天津的暑期入境游订单量同比增长34%。天津市文化和旅游局副局长陈冰说，天津还推出了“漫游城市计划”网络短视频大赛等一系列活动，推动津门旅游热度不断提升。

今年，美国视频博主凯瑞就曾乘坐京津城际来到天津，第一站先品尝煎饼果子、锅巴菜、面茶等早点，她的视频呈现了天津多元交融、兼收并蓄的美食文化。

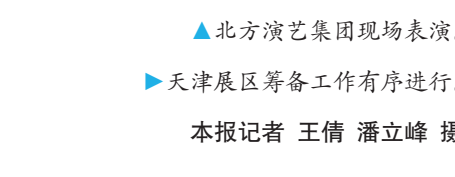
桂林唐朝国际旅行社有限责任公司负责人周晓光认为，近段时间“China Tour”(中国旅行)等关键词搜索量明显提升，入境游的客源结构更加多元。除了美国、澳大利亚、加拿大等地的游客以外，来自欧洲、南美洲、东南亚的客群也明显增多。

“2024中国文化旅游产业博览会将邀请多位驻华使节和国外旅游达人来津参会，外国留学生志愿者也将首次亮相。我们将通过全球旅行者(天津)大会等配套活动，充分展示天津独具特色和多元交融的文化底蕴，共同聆听国内国际文旅行业专家和头部企业家的真知灼见。”天津市文化和旅游局党组书记、局长于鹏洲说。

文旅场景的焕新也带动了文旅产业的创新发展。近年来，中国旅游装备制造企业以及旅游景区投资、旅游目的地新建和改造项目投资更为活跃，技术创新、产业焕新也带动着全球文旅产业的变革。

据中国旅游研究院预测，今年下半年外国游客人数有望超过1500万人次。“中外游客正在加速进入彼此的日常生活场景。随着人们在旅途中感悟文化、增进了解，中国经济社会发展的蓬勃活力与文化魅力也得以充分彰显。”中国旅游研究院院长戴斌说。

转自《参考消息》2024年9月12日第8版



▲展馆各项筹备工作有序进行。

▲现场探报记者拍摄采访户外装备馆飞行器装备。

▲众多媒体走进2024中国文化旅游产业博览会展馆现场探营。



▲北方演艺集团现场表演。

▲天津展区筹备工作有序进行。

本报记者 王倩 潘立峰 摄

探馆 2024中国文化旅游产业博览会

天津元素闪耀金秋

本报讯(记者 廖晨霞)2024中国文化旅游产业博览会今日在国家会展中心(天津)开幕。为期4天的博览会以“体验新文旅 乐享新生活”为主题，展区总面积达到15万平方米，将举办近20项同期配套活动，是中国文化和旅游产业发展的一次集中展示。昨日，记者提前探馆发现，天津元素突出，创意满满，天津味儿、天津调儿的天津元素讲好天津故事，展示大美天津。

“参加这次旅博会主要展出两个主题：一个是天津城市文化名片泥人张；另一个就是善用我们的文化来为旅游赋能。”在位于N25的天津馆，参展单位北方演艺集团舞美公司董事长朱明锐说，“除了有静态的展览，我们还有动态的演示，比如天津的非遗项目京剧大鼓，每天都会轮流进行演出。同时会有泥人张非遗传承人现场展示泥人的制作过程，市民可以实地观赏一块普通的泥如何变成精彩的彩塑作品。”

本次展会设立9大展馆，天津馆内汇集了16个展区及13家市属企业集团，集中展示了天津优秀的文化旅游资源和最新的旅游产品和服务，为观众深入了解天津文旅提供了多样的产品和服务。

在天津旅游集团展区，有100多年历史的天津利顺德大饭店被“搬”到了现场，等比例微缩的建筑景观让人追忆近代发生在这里的名人轶事；“乘风破浪”的“津派海河号”模型一路“驶”来，展开一幅现代天津的主题画卷；裸眼3D大屏上，“科技+文旅”的形式正呈现“未来天津”相应的内容。“本次展会上，我们以海河为链，组织旗下旅游、酒店、服务配套业态的10多家企业参展，围绕由河向海的主题，串联历史故事、科技体验等发展变迁，展现酒店服务、文化旅游等多元业态。”旅游集团市场策划部副部长张艳明介绍。

运河文化是本届旅博会上一大新亮点。在西青展区，漕船、戏曲堂会等微缩

景观再现了运河码头南来北往、宾客云集的市井生活图景，点缀年画、灯笼等特色元素，重现大运河畔杨柳青古镇繁荣的漕运景象，给参观展会的观众带来新奇的视觉体验。“大运河是西青的‘母亲河’，孕育出了西青大院文化、年画文化、赶大营文化等一系列独特的文化积淀和人文情怀。”正在紧张布展的工作人员介绍，“除了特色展陈外，我们还将现场运用船夫喊号、商户叫卖的沉浸式音效，力求达到视听结合、身临其境的效果。”

本次展会特色鲜明，天津元素突出。在N25馆特别设立的天津好物馆最受欢迎。5766平方米的展区里设置了10个主要区域，重点展示中华优秀传统文化传承与发展，既有包括达仁堂、天津面塑、葫芦卢在内33个项目的非遗展区，又有聚集了近百家店铺千余种名特优产品的早点、冰饮和农产品区，还有艺术家眼中的天津、天津记忆展览馆、旅行社、乐器等多个特色展区。在第十三届旅博会上大受欢迎的天津早点区，今年不但扩大了面积，增加了品种，还增加了座位，提升消费体验。采访中，市文化和旅游局二级巡视员朱义海介绍：“天津好物馆也是我们这次的一个创新，按照逛商场的场景打造方式，集合了天津的非遗、老字号以及特色产品。不仅有深受喜爱的天津早点，还有独具特色的冰激凌、咖啡，欢迎大家来品尝。”

“中国文化旅游产业博览会是向世界展示中国文化旅游产业发展，展示天津的一个窗口。这次将有世界各地的旅游大V(博主)参会，将通过他们的视角来展示天津的形象，展示中国文化旅游产业的发展。会上除了要发布入境游的经典路线外，此次将有15名各国大使来参加旅博会，出席开幕式，这也是本届旅博会走向国际化的一个突破。”市文化和旅游局副局长陈冰表示。

2024中国文化旅游产业博览会签约仪式举行

总额超300亿元 预计入境游客超50万人次

本报讯(记者 廖晨霞)9月12日，2024中国文化旅游产业博览会签约仪式在天津迎宾馆举行，就区域战略合作协议、闲置资产项目，天津市文化和旅游局与7省市文旅相关部门、我市16区与20余家头部企业达成签约合作，签约总额超300亿元。

围绕区域协同发展，天津市文化和旅游局与新疆维吾尔自治区、西藏自治区、陕西省、山西省、青海省、黑龙江省、海南省7个省(自治区)文旅部门签订战略合作协议，与北京市、河北省共同签署《京津冀文旅产业深度合作框架协议》，推动区域文旅协同发展，

建立起全面、长期、稳定的合作关系，形成区域协同、地区共促的良性效应。

天津市16区厘清资产盘活清单，整合区域资源，与上海市等文旅重点企业对接供需，以“三新”“三量”工作为抓手，稳抓闲置资产盘活效益，塑造高质量发展新动能新优势。天津市文旅产业国有企业与地方重点企业积极对接国内各地文旅行业头部企业，持续推动文旅新业态产业布局优化。

据介绍，2024旅博会预计将为天津吸引入境游客超50万人次，助力天津文旅事业、中国入境旅游、全球旅游市场高质量发展。

全球视野下中国软实力的新亮点

——首届中国文化旅游产业博览会前瞻

■ 参考消息记者 邵香云 刘惟真 梁娟

《黑神话：悟空》引发全球玩家关注，中国游戏、动漫、小说不断“扬帆出海”，各地文旅部门也抓住契机，“开足马力”吸引海内外游客。作为《黑神话：悟空》主要取景地，山西“光速”推出了游戏取景地游玩路线图，还贴心规划出“晋北线”“晋东南线”等游玩线路。游戏《原神》也将重要取景地桂林带动成为许多国外玩家的“中国第一站”。另一款游戏《天涯明月刀》与福建省龙岩市永定区委达成合作，以客家文化为背景，打造沉浸式剧场……

随着中国游戏、动漫、小说不断“扬帆出海”，各地文旅部门也抓住契机，“开足马力”吸引海内外游客。作为《黑神话：悟空》主要取景地，山西“光速”推出了游戏取景地游玩路线图，还贴心规划出“晋北线”“晋东南线”等游玩线路。游戏《原神》也将重要取景地桂林带动成为许多国外玩家的“中国第一站”。另一款游戏《天涯明月刀》与福建省龙岩市永定区委达成合作，以客家文化为背景，打造沉浸式剧场……

跟随游戏画面了解真实取景地，国外玩家不仅“种草”了多地自然风光，有的玩家还在游戏轻松愉悦的氛围下，主动学习起汉语拼音和中华饮食文化。“出海破圈”的网游、网剧，不仅成为我国文化传播的载体，也拓展了游戏在娱乐层面之外的文化价值、产业价值与社会价值。

入境游客源结构更加多元

近期，中国推出《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》等一系列方便外国入境游客的政策“组合拳”，极大降低了外国游客入境和来华观光游览、休闲度假的门槛，让更多海外人士来到中国、了解中国。

在上海、北京、广州、西安等多地旅行后，德国旅游博主肯在自己拍摄的视频中感叹，中国是一个干净整洁、井然有序的国家，城市风格多元、人民友好热情。“我对中国印象非常好，强烈推荐大家到中国旅游，来亲眼看看。”

火爆全网的“China Travel”不仅使不少外国友人得以了解中国发展现状、体验各地风土人情，也促进了中外文明的交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。

国家移民管理局发布的统计数据显示，今年前7个月，全国口岸出入境人员3.41亿人次，同比增长