



习近平总书记指出,要进一步推动文化和旅游融合发展,把文化旅游业打造成为战略性支柱产业。本版聚焦文旅融合,推出专题报道,走访一线企业调研天津积极打造都市型、体验式、年轻态、人文韵城市旅游的特色实践,约请专家深入探讨做好以文塑旅、以旅彰文这篇大文章的价值意义、创新思路和突破路径。

# 打造更具文化辨识度的“津派”文旅深融新业态

点睛之笔



专家观察



## 促进新时代文旅融合高质量发展

徐虹

### 二、积极探索文旅融合高质量发展的路径与业态

文旅融合不是现在才出现的事,早在2011年就首次提出“推动文化产业与旅游、体育、信息、物流、建筑等相关产业融合发展,增强相关文化产业含量,延伸文化产业链,提升附加值”。文化旅游相互赋能,在科技的强大支撑下迅速衍生出诸多新型文旅新业态。从文化与旅游的时空特性来看两者天然具有耦合性。文化具有时间上的演变性和空间上的属地性,旅游则具有体验时间上的变化性和体验空间上的异地性,两者均具有时间韵律性和空间分异性。文化作为一种生存方式,从纵向上需要传承而从横向上需要传播,旅游作为体验生活的方式,从开发上需要创新而从场景上需要创意,文化要传承得更好离不开传承人能够从传承行为中获益,旅游则提供了广泛的消费市场;旅游要传播得更广离不开消费者能够从旅游过程中获益,文化则提供了丰厚的内容滋养。因此文化与旅游具有天然的相互补益相互促进关系,融合自是必然。从社会学视角来看,旅游者寻求文化身份认同的需要也必然要求文旅融合发展。文化是旅游的内核,旅游是文化的载体体之一,文化与旅游融合发展是基于旅游活动为载体挖掘其文化IP价值的过程。

### 三、有效实现文旅融合高质量发展的逻辑与效能

文旅融合要解决深挖文化底蕴和深化旅游意义的问题,因此在融合发展上要遵循开放、包容、转化、赋能、增值的路径组合策略,因为没有开放的资源就不会有创新的空间,缺乏包容的态度就难以形成互动的格局,没有转化的思维就很难生成深化的发展局面,缺乏赋能的作用就不会有持续发展的动力,未实现增值的效能就不能体现融合发展的意义。在各项要素流动性加速的今天,城市文旅发展的核心驱动力之一就是文旅融合IP,它通过文化符号的传播力、情感共鸣的联结力、商业转化的增值力,重构了城市文旅发展的吸引力 and 竞争力。要实现文旅深度融合发展必须注意以下几方面:首先,文化根基上从“符号提炼”到“价值共创”。文旅融合IP的本质是文化价值的具象化表达,要以本土文化为根基,通过符号提炼、叙事重构与情感共鸣,形成具有独特辨识度的城市文化品牌。其次,技术赋能上从“场景再现”到“体验升维”。人工智能等数字技

术为文旅融合IP的呈现与传播提供了全新可能,不仅可以精准捕捉到游客需求变化,实现供需的动态适配,还可通过可交互的数字孪生体,增强体验的新奇感并深化文化认知,实现文化资源的创造性转化。最后,产业协同上从“流量变现”到“生态构建”。文旅融合IP的商业价值实现需要依托产业链的协同整合,实现纵向产业链的深度延伸和横向产业链的跨界融合,从而促进产业间产生化学变化,形成新业态间联动的新生态。

文旅融合会带动综合效益全面提升,如通过文旅融合可以提升国家文化软实力,可以助力企业获取超额利润,可以提升游客旅游体验度,还可以提高居民生活幸福感。文旅融合综合效能的发挥依赖于符合文旅融合逻辑的行为组合,包括三个方面:首先是树立IP意识,做好文化认知工作。文旅融合IP的本质是一种“心智认知”,共鸣与共情是文旅融合IP的核心。有了文化内涵的传承发扬,才有业态的丰富完善、服务的别具风格和品牌形象的充实饱满。因此一个地方要深挖文化基因特色,要知道文旅项目可复制易替代,但是文化内涵是不可复制和无法替代的。其次要树立创新意识,做好心理认可工作。文旅活动不仅要身临其境更要共鸣于心,只有游客从心理上认可才能在行动上有着积极的反馈。文旅融合创新关键在文化表达的创新,微信表情包中乾隆“卖萌”让故宫成为“网红”,因此文旅融合要突破固有模式,着眼新需求、关注新人类、依靠新技术、创新新形式,大力发展文旅+模式,实现厚重文化内涵的轻松化表达、现代化表达、国际化表达,以此提高游客接受度和满意度。最后要树立市场意识,做好行为认购工作。文旅融合要基于“源于文化、形于产业、用于生活”的理念,必须遵循基本的市场规律,要实现产业落地就必须考虑市场消费能力、生产承载能力和全天候运营能力等,才有助于文旅融合项目能持久吸引人气和产生经济效益。如果说文化可以产生价值和创造价值,旅游可以体现价值和实现价值的活,那么文旅融合则是可以创造和实现超额价值。

总之,推动新时代文旅融合高质量发展需要深刻领会习近平总书记对文旅发展提出的新要求,围绕新时代需求变化,深挖在地文化内涵和做好现代呈现,构筑新时代文旅融合发展IP,以先进的理念、圈层的设计、感人的场景、善意的服务、高效的传播和不断满足人民群众对美好生活追求和向往的创新举措,实现旅游强国建设目标。

(作者为南开大学旅游与服务学院院长、教授)

## 天津文旅融合促消费的四大提质增效策略

杨德进

2024年天津市委经济工作会议和2025年天津《政府工作报告》明确指出,要构建“大消费、大文旅、大商贸”格局,加快建设国际消费中心城市。聚焦文旅深度融合促消费主题,不但是天津实施提振消费专项行动的重要抓手,也是满足人民群众美好生活需要的重要载体。从天津乃至全国当前文旅融合发展的态势上看,当前文旅融合促消费、扩内需的巨大潜力还未被完全释放,亟待开展文旅融合发展的新一轮提质增效行动。基于此,结合国内外文旅融合促消费的实践经验和探索,提出如下四个方面的提质增效策略。

从“彰显特色”到“做强标志”,打造城市文旅地标经济综合体。法国打造埃菲尔铁塔塞纳河文旅地标商圈,迪拜利用标志性建筑等吸引全球文旅消费人群,英国“伦敦眼”形成泰晤士河畔文旅地标拉动消费,广州“小蛮腰”珠江游船联动形成了文旅地标消费集聚区,重庆以解放碑文旅地标商圈点燃消费热潮。诸多国内外文旅融合促消费经验和实践证明,在坚持以文塑旅、以旅彰文的过程中,不但要挖掘城市文化特色,更要彰显城市地标的核心吸引力、带动力和传播力。通过挖掘城市特色人文生态资源,打造文化内涵、象征意义和传播效应强的地标IP形象,如标志性雕塑、景观、建筑等,再联动周边滨滨水滨水、公园绿道、商业街、文博场馆、城区社区等要素,形成城市文旅地标经济综合体,则是文旅融合促消费的新引擎。对于天津而言,需进一步彰显天津历史文化、河海文化、工商文化、建筑文化等特色,擦亮“世纪钟解放桥”“天津之眼”“五大道”等城市标志性景观,大力培育“世界级—区域级—城市级”文旅地标经济综合体。

从“艺术设计”到“生活美学”,建设津派文化审美消费集聚区。从国内外文旅融合促消费的实践浪潮中看,艺术介入、生活美学、创意设计已成为文旅产品开发的重要方式,引领着文旅融合迈向了审美消费时代。美国大都会艺术博物馆的主题展览、意大利佛罗伦萨的建筑艺术展示、起源于英国伦敦的Citywalk(城市漫步)、欧洲工业遗产之路的创意设计、秦皇岛阿那亚社区、成都小酒馆生活等,无不将生活美学与艺术设计进行深度融合,打造出文旅融合促消费的新产品、新场景与新业态。艺术源于生活,设计创造价值,美学引领时尚;把生活过成艺术,将设计融入日常,用东方美学唤醒“中华血脉”,是文旅面向美好生活发展的新时代导向。基于此,打造一批艺术介入乡村样板、博物馆旅游目的地、建筑艺术景观、街头艺术活动、文创设计示范工坊、工业遗产美学基地、公园社区艺美生活中心等项目,是提升文旅融合促消费效应的重要途径。对于天津而言,应深挖津派文化和生活的审美价值,开发独具特色的津派美学文旅产品,激发艺术美术学院学院及相关机构的人员深度参与热情,围绕河北区天美艺术街区、河东区天津音乐街区、天大南开老校区周边等地,打造一批津派文化艺术审美消费集聚区。

从“场景体验”到“身心沉浸”,开发心境体验主题公园度假区。国内外的文旅融合促消费的实践在展示展览、虚拟沉浸、艺术景观、原真风貌、节庆仪式,以及“吃住行游购娱”的要素优化等方面均在经历从“场景体验”到“身心沉浸”的转型,文旅融合从“网红”打卡走向“长红”消费的实践探索正在持续发力。基于此,以文化为内核,不但需要打造赏心悦目、视觉冲击力强的旅拍场景和打卡场景,实现还需要塑造悦心入戏、悦心悦意、悦志悦神、治愈疗愈力强的心境体验项目,引导文旅融合走向深度体验、深度悦己、深度共情、深度消费新境界。基于此,不但需要深度融合游客的消费心理、心情和心智,挖掘现有文旅资源的润心价值,还需要整合文化内容、清心环境、美学场景等要素,采取休闲度假旅游方式,打造身心沉浸式主题公园度假区,以实现文旅消费情景、环境和层次的升级。在天津,结合水上公园、人民公园、水西公园等城市环境优越地带,开发一批情绪价值高、感动人心、疗愈身心的文旅产品,建设心境体验主题公园度假区。

从“数字赋能”到“科技时尚”,塑造“未来天津”消费新世界。“潘多拉:阿凡达世界”、涩谷、未来科技馆、“消失的老舍”“无界美术馆”“只有河南·戏剧幻城”“数字敦煌”“长安十二时辰”等国内外数字赋能文旅项目,彰显了文旅科技创新、科幻梦幻体验、未来时尚形象的显著特征,为文旅融合促消费提供了新增长点。在数字化、虚拟化和人工智能发展的新时代,叠加未来穿越、科技美学和引领风尚的新消费需求,文旅融合走向了多元体验的“未来世界”。基于此,挖掘城市科技馆、博物馆、展览馆、文化馆等资源,植入科技时尚元素,打造代入感、未来感、穿越感强的新业态项目,展示未来科技新世界,激活博物馆夜经济,举办人工智能、机器人、数字艺术、动漫世界等主题展览。塑造“未来天津”消费新场景、新景观、新产品和新世界,立足资源特色,打造“未来”系列消费项目,如“未来海洋”“未来航天航海航母”“未来城市 赛博津门”“非遗未来数字工坊”“人机共生世界”等,不断彰显现代天津、时尚天津、科幻天津、未来天津的城市消费新形象和新吸引力。

(作者为南开大学旅游与服务学院副院长、副教授)

一线中来



## 向“新”强力引擎 航母远大征程

天津滨海泰达航母旅游集团公司党总支书记、董事长 刘卫东

习近平总书记指出,旅游业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。在当前旅游消费需求升级、“旅游+”深度融合的大背景下,泰达航母立足军事文旅特色优势,不断探索“文旅+”新模式,创新打造文旅消费新业态、新场景、新体验,以文旅新质生产力赋能高质量发展。“夜焰”IP点亮夜游经济,带动区域文旅新繁荣。泰达航母精准聚焦夜间焰火演出项目,倾心打造大型沉浸式焰火秀,与航母编队军事主题参观、王牌演出等系列活动一起,为游客带来航母“白+黑”旅游消费新体验。同时还相继升级打造了“焰火+无人机”“焰火+

音乐”“焰火+演出”“焰火+非遗”等多种形式的大型沉浸式主题焰火演出,成为享誉京津冀地区乃至全国的顶流“夜焰”IP品牌,有效带动区域住宿、餐饮等旅游消费。未来还将承办国际音乐焰火大赛,扩大航母“夜焰”品牌影响力和知名度,为区域文旅夜经济注入新动能。“旅游+科技”赋能产品升级,激活沉浸式旅游新体验。融合数字化、信息化、智慧化前沿技术,打造航母特色沉浸式、互动式文旅体验项目,泰达航母启动“航母征程”——“基辅号”航母舱室升级改造工程。目前,已采用裸眼3D数字大屏技术,将航母的威武气概与科技元素完美融合,重塑游客游览体验的同时增强爱国主义教育

育、国防教育及文化传播效果。接下来,还将在“基辅号”航母上打造世界舰船发展史、中国海军发展史等更多形式丰富的沉浸式旅游新场景,让这艘钢铁巨轮焕发新的生机。

文创开发引领业态升级,激发文旅消费新活力。以“航母编队”、军事装备为原型,泰达航母相继推出了上百款独具特色的原创文创产品,涵盖了纪念品、玩具、生活用品等多个品类,将军事文化与创意设计巧妙融合,使其不仅具有实用价值,更成为了传播军事海洋文化的载体。后续还将打造军事海洋文化特色新场景,以创意推动旅游消费提质增效。

当前,泰达航母正全力开展创建国家5A级旅游景区工作。以创新项目为引领,泰达航母将为天津市打造特色鲜明的文化旅游目的地、国际消费中心城市注入强劲动能,书写渤海湾畔新时代文旅高质量发展新答卷。

牌,将海盐文化与海鲜美食相结合,形成“观盐景、品海鲜”特色线路。在盐田周边引入风力发电项目,打造“风车盐田”景观。挖掘红色文化,出版《盐民游击队》等相关书籍。引入传统民俗表演、自贡灯展等特色活动,举办春扒节、金火艺术节、海盐文化嘉年华活动,以沉浸式体验提升了企业品牌影响力,带动了海产品、盐藻保健品、芦芋本草洗护品等产品销售。

未来,汉沽盐场将持续深耕文旅融合领域,不断探索创新发展路径。丰富产品线,延伸产业链,规划建设更具文化特色和市场竞争力的人文旅产品,深化“文旅+产业”模式,融入京津冀文旅协同发展大局,共同打造精品旅游线路。着力打造特色IP,引入更多沉浸式表演,将天津长芦海盐文化旅游区打造成为天津文旅的一张亮丽名片。

## 助力乡村“蝶变” 文旅笔笔精彩

北方旅游开发(天津)有限公司董事长 陶正勇

民族要复兴,乡村必振兴。实施乡村振兴战略,是全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务。作为一家民营企业,北方旅游开发(天津)有限公司看好乡村这个大有作为的广阔天地,转变经营思路,积极投身乡村振兴事业。

乡村“蝶变”,推出全市唯一乡村类国家4A级景区。乡村休闲旅游作为新业态,是促进乡村振兴的重要推动力。2021年北方旅游公司与蓟州区下营镇郭家沟村达成战略合作发展规划,对整个村庄按照国家5A级景区标准进行整体升级改造,新建大型游客服务中心、丛林无动力乐园、萌宠乐园等项目,让村庄实现了从没有路到有“山中不夜城”、从简陋农家院到一房难求精品民宿群的华美“蝶变”。提升改造后的郭家沟成为天津市唯一一个乡村类的国家4A级景区,村民人均年收入从不足千元到如今的年收入超10万元,村集体年收入超200万元,昔日的贫困村成为乡村文化旅游迭代升级的典型案列。

笔笔精彩,盘活多处闲置资产。2022年至今,北方旅游公司先后盘活宁河区、蓟州区多处闲置资产、闲置林地。利用宁河区造甲城鎮567亩闲置林地打造的“贝贝生态农场”,成为天津知名的“遛娃胜地”;利用七里海鎮原砖瓦窑厂取土坑及相邻的3154亩闲置林地,打造的以湿地观光与科普研学为主的“七星岛湿地风景区”,成功带动景区周边相关产业快速发展;利用蓟州区下营镇青山岭村闲置多年的山洞提升改造恢复天津广播电台战备台原有布局,增加声光电AI设备,常态化展示战备电台的风貌,该项目于2024年年底被评为国家3A级景区;利用蓟州区环秀湖总部基地闲置土地,保护利用基地内20余株500年树龄以上的古梨树打造了“大树里温泉度假区”项目。闲置低效资产“变身”人气火爆旅游片区,有效帮助周边农民快速致富,大大促进乡村经济多元化与可持续发展。

民企“尝鲜”,打造“天津最美天路”。蓟州区津围北二线路路环境整体提升是天津由民营企业投资对交通道路周边环境进行提升的项目,该项目从津蓟高速蓟州出口沿津围北二线至黄崖关,全长约42公里,新建于桥水库观景平台、机动车驿站、彩虹隧道、精神堡垒等基础设施及配套,打造成为“天津最美天路”,今年1月被交通运输部等部门评为“全国十大最美自驾路线”。“天津最美天路”实现蓟州区北部重点旅游乡镇有机串联,推动沿途数十个村庄成为特色旅游村,促进了更多乡村文旅投资项目落地。

## 千年古老盐田 七彩文旅乐园

天津长芦汉沽盐场有限责任公司党委书记、董事长 魏立晋

习近平总书记指出,要坚持以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展。天津长芦汉沽盐场,这座拥有1100年历史的古老盐场,凭借深厚的盐业文化底蕴与资源优势,在文旅融合产业发展道路上探索前行,走出了一条独具特色的高质量发展之路。

千年古老盐田,焕新七彩文旅乐园。汉沽盐场前身芦台场始建于五代后唐同光三年(925年),所产海盐“芦台玉砂”在明清两代是贡盐。千年制盐历史沉淀了从古老工艺到现代技术的丰富盐业文化,成为文旅融合与产业发展的宝贵资源。汉沽盐场高度重视文旅产业,将其列为企业“六大产业板块”之一,成功创建了海盐生产与文化旅游结合的国家

4A级景区——天津长芦海盐文化旅游区,蕴含厚重历史文化内涵和浓郁海盐文化特色。景区建设从“生产设施景观化、生产设备景点化、生产工艺路线与景区一体化”思路出发,盘活利用原生产景观、场景资源,精心打造盐业展览馆、风铃大道、八卦滩文化广场、古法制盐体验馆、研学小院、古盐田遗迹、野生动物救护站、七彩盐田、观鸟平台、VR数字体验馆、芦花盐乐园、盐塑体验馆等20多个景点,极具艺术性、科技感和地域文化特色,生动展现了滨海新区及千年盐场的民俗风情和丰厚的文化底蕴。

打破产业边界,实现多元业态的深度融合。汉沽盐场深挖资源潜力,大力发展文旅新质生产力,推出盐田虾、梭子蟹、海参等“汉盐海洋”品

