

“十四五”来了 文旅产业的新风往哪儿吹

以文促旅，以旅彰文，这一发展目标自文化和旅游强化融合发展以来屡被提及。而随着《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》(以下简称《规划建议》)的发布，以及全文60条建议中12条均提及文化或旅游的背景，在彰显出文旅产业丰厚发展前景的同时，也让从业者下一步究竟该向何处迈进逐渐有了更为明晰的方向：无论是内容还是服务，抑或是联动新技术、建设自有品牌，均需要由内而外打出“高质量”的标志，带动产业实现进一步跃进。

夯实内容打造内循环

“推动文化和旅游融合发展，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，发展红色旅游和乡村旅游。以讲好中国故事为着力点，创新推进国际传播，加强对外文化交流和多层次文明对话。”《规划建议》中这100多字的内容，直截了当地点出了文旅产业融合发展的首要关键点——内容。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来，内容是赋能文旅产业融合发展的内在价值体现，尤其是主题公园这类文旅项目，更需要优质的内容作为支撑。

如今，国内的文旅项目也更加注重于以文化内容为核来塑造品牌，强化对消费者的吸引力。据北京商报记者不完全统计，近一个月内，包括北京、江苏、四川、河南、山东、辽宁在内的十余个省市在推出文旅相关活动时，均着重打出特色文化的牌子。

以今年11月刚刚开业的南京欢乐谷为例，该项目内除了有原创IP“大蓝鲸”外，还与B.Duck小黄鸭、国漫IP饼干警长等合作，同时引入具有南京本土文化特色的“江苏青年音乐节”“蓝鲸音乐节”等节庆活动。而即将在明年开业的北京环球主题公园，也特意选择了《功夫熊猫》这一能与消费者产生更多文化共鸣的IP作为主打园区之一。

在业内人士看来，目前国内正加快培育完整内需体系，而若要令文旅产业实现内循环，文化内容也是必不可少的关键要素，是赋能的发动机。尽管当下各方加强内容的意识已经愈发强烈，但从整体供给来看，国内的文旅项目在内容上仍存在着欠缺，有待今后持续加强以弥补不足。

魏鹏举认为，不是有内容就一定能带动产业，关键是需要具备文化创新、在国内市场及国际上有代表性的高质量主题内容。若能以优质内容作为支撑，国内文旅产业将会诞生更多龙头项目或企业。



细节品质决定竞争力

现阶段，我国已经进入消费升级的新时期，推动着文化以及旅游度假需求逐渐成为刚性消费，使得人们对文化和旅游产品的需求越来越大，在为入局者提供更大发展前景和投资价值的同时，也拉动着市场标准的提升，且更为注重细节品质的展现。

走进环球主题公园，每一个园区无论是游乐项目、建筑、餐食、衍生品，均紧紧围绕主题IP为元素进行设计，整体提升了沉浸感，且消费者在游览体验的过程中，往往能在大楼的外墙或是某个角落，意外地发现IP涂鸦或立体形象，增加新奇感和创意性。同时，环球影城主题公园对于游览路线的设计也有诸多考量，大多形成了环形，也有直接连接核心区域的通路，便于消费者进行游览。

而在迪士尼乐园里，扮演不同角色的演员则令消费者印象深刻，每一位演员似乎是真实地生活在虚拟迪士尼的童话中，完全复刻了动画角色中的神态、举止甚至是笔迹。同时，其他工作人员的仪态也有明确规定，服装仪容一直保持在最好状态，不会露出疲态或负面情绪，营造出更为欢乐的气氛。

“游览路线的设计、员工的仪容仪态，实际上均是服务性的体现。”数字文创产业智库研究员李杰认为，文旅项目并不只是提供文化内容和体验产品，优质的服务也需要持续贯穿其中，从另一个角度提升消费者的满足感，假若缺失或质量不佳则会对文旅项目带来致命打击。

《规划建议》中提到：“推动生活性服务业向高品质和多样化升级，加快发展健康、养老、育幼、文化、旅游、体育、家政、物业等服务业，加强公益性、基础性服务业供给。推进服务业标准化、品牌化建设”。

“归根结底，文旅产业的实质是服务业，因此做好服务必不可少，细节品质将决定一家公司或品牌的市场竞争力。”魏鹏举强调。



结合新技术谋差异化



世界旅游组织曾对未来十年我国文旅市场的发展前景进行预测，并称整个市场规模预计将达到30万亿—50万亿元。作为下一个有着数十万亿元级别的市场，同时适逢“十四五”规划的启动之年，文旅产业正迎来一个新的机遇期，在追求规模提速之外，还要探索差异化特色。

中国主题公园研究院院长林焕杰表示，目前人们已经逐渐呈现出更为多元的消费需求，不只是文旅项目整体的市场定位，文旅项目内对不同体验性产品的功能设计同样也要具有差异性，以满足不同类型的消费者。

而在谋求差异化的过程中，与新技术的紧密联动便显得尤为重要。《规划建议》指出：“坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，把科技自立自强作为国家发展的战略支撑，面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康，深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，完善国家创新体系，加快建设科技强国”。

观察国内近年来推出的文旅项目可以发现，从业者正不约而同地强化新技术的使用。在华谊兄弟旗下的实景娱乐园区中，便推出了搭载VR技术的虚拟骑乘项目；方特主题公园也运用影视仿真科技、超感体验、虚拟交互娱乐系统等技术推出各种体验性产品。

李杰认为，新技术已经不可避免地成为增强文旅项目竞争力和谋求差异化的重要手段，“人们的生活环境正与新技术实现更为紧密的结合，同时传统的文旅项目已令人们产生疲惫感，假若当下文旅项目无法跟上技术的脚步，无疑会令人们产生落后之感。且VR、AI等新技术的出现，增强了文旅项目的体验效果，有效结合能大大提升吸引力”。