

擦亮文旅品牌,吸引全球游客驻足湖南

陈伟 谭必友

核心提示

要在全球旅游格局重塑中赢得战略主动,湖南必须乘势而上,通过打造品牌矩阵、营建品牌生态、树立品牌标杆,提升国际传播力和服务能级,全方位擦亮文旅品牌,加快建设世界旅游目的地,吸引全球游客驻足湖南。

当前,我国旅游业正处在两个关键的窗口期:一是全国旅游格局重构期,新冠疫情后旅游需求集中释放、流量重新分配,催生目的地格局深度调整;二是世界旅游目的地塑造期,旅游产业迈向高质量发展,国际化、集群化趋势日益凸显。在这一背景下,湖南入境旅游发展态势强劲:2024年,全省接待入境游客322.4万人次、同比增长187.7%、入境旅客总花费16.17亿美元、同比增长456.5%,展现出强大的国际市场吸引力。尤其是长沙作为网红城市,已成为境外游客“首游中部”的重要目的地之一,张家界等地也日益成为“入境旅游标杆城市”。然而总体来看,湖南入境旅游尚未形成系统化、品牌化的国际传播格局,全球认知度与接待能力仍有较大提升空间。要在全球旅游格局重塑中赢得战略主动,湖南必须乘势而上,通过打造品牌矩阵、营建品牌生态、树立品牌标杆,提升国际传播力和服务能级,全方位擦亮文旅品牌,加快建设世界旅游目的地,吸引全球游客“圈粉”湖南。

聚焦核心资源,打造文化底蕴深厚的文旅品牌矩阵

打造具有深厚文化底蕴和国际影响力的文旅品牌矩阵,是湖南在新一轮全球文旅竞争中实现价值跃升的关键所在。面对海外游客愈发多元化、个性化的文化偏好,湖南应聚焦展示传统文化的历史厚度、红色文化的精神高度、现代文化的创意活力,重塑文旅品牌表达体系,构建内容丰富、语义清晰、情感通达的文化叙事格局,在国际传播中不断拓展“文化湖南”的影响边界与价值内涵。

一是提炼传统文化精华,打造具有国际辨识度的文化符号。湖南作为楚文化的重要发源地,拥有马王堆汉墓、湘绣、铜官窑等富含东方美学的文化资源,具备建树国际文旅品牌的独特优势。应提炼帛画、青铜纹样等代表性元素,打造便于识别的视觉系统;依托AR、VR等技术,深化“数字马王堆”“非遗体验工坊”建设,让海外游客直观感受湖湘传统文化魅力;二是深化红色文化的国际传播,构建全人类共同价值的情感共鸣场。湖南作为中国革命的重要策源地,拥有毛泽东同志故

居、刘少奇同志纪念馆等红色资源优势,应进一步通过影视剧国际版、“红色地图”数字平台、“红色家书”朗读展等项目,讲述真实感人、具有全球共鸣力的中国故事,增强海外游客的价值认同与文化共情。三是激发现代文化动能,打造富有活力与时代感的文旅新场景。湖南拥有坚实的文创、科技与青年文化基础,应加快布局数字文旅与IP内容生态,推动文化表达从“传统叙述”向“全球语言”转化。依托“数字岳麓山”“虚拟橘子洲”等项目,拓展文化传播的新媒介;以“湘楚神祇”NFT、“潮玩湖南”文创等为载体,推动本土IP出海与价值变现;鼓励青年创作者参与文旅内容共创,提升品牌的时代感与亲和力。通过全球社交平台、多语种内容和跨界合作,构建更加开放的文化传播体系,让世界“看见湖南”,各国游客更愿意“走进湖南”。

创新融合发展,塑造多元体验引领的文旅品牌生态

当前,全球旅游市场正处于从观光型向体验型深度转型的关键阶段,入境旅游领域尤为突出。游客不再满足于走马观花式的景点打卡,而是更加喜爱沉浸式体验、互动式参与。面对这一趋势,湖南应紧扣“融合发展”主线,着力在区域协同、业态整合、产业贯通三个层面深度发力。通过打破地域壁垒、重构资源组合、延展消费链条,推动文旅品牌从“孤点支撑”走向“网络联动”、从“单一供给”迈向“系统供给”,塑造具有国际吸引力、文化感染力和市场竞争力的多元体验品牌生态。

一是推动区域协同联动,打造“入境第二站”新高地。当前,入境游客多首选北京、上海、广州等门户城市,湖南应主动融入国家旅

游通道网络,打造“入境中国、再游湖南”的协同机制。通过高铁联运、航线互通、旅游通票、营销联动等方式,与长三角、粤港澳等地区共建旅游线路,实现资源互补、客源共享。以张家界、长沙、凤凰等地为重点,加速构建高标准国际旅游集散中心,推动湖南从“单一景点式”旅游向区域协同、线路成网的综合旅游集散地转型,提升全球辨识度和承载力。二是拓展“旅游+”新业态,打造跨界融合的沉浸场景。依托湖南文旅“五张名片”,推动“旅游+演艺”“旅游+体育”“旅游+会展”融合发展,打造契合海外游客审美、参与习惯的沉浸式体验。比如张家界可推出“奇峰夜游+实景演出”,将自然奇观与东方神话结合起来;韶山可开发“红色剧场+互动展览”,让游客沉浸式体验中国故事;长沙可举办国际动漫节、湖湘非遗潮玩展,强化都市体验;澧县城头山可结合农耕技艺展示,构建生态体验线路。三是打通文旅产业链条,构建全流程品牌生态体系。依托湖南文旅资源打造国际文旅品牌,关键在于打通内容、场景与消费的全链条,提升品牌附加值和国际市场竞争力。应推动文博、文创、演艺、数字平台等上下游企业协同发展,完善从IP塑造、产品开发到市场销售的产业闭环。比如可围绕马王堆、铜官窑等文化IP,建设数字博物馆、非遗工坊、主题市集,推出文创商品、沉浸演艺、跨境电商等产品体系。依托湖南实现从“看文化”到“玩文化”“购文化”的全方位体验。

提升服务品质,树立国际认可的文旅品牌标杆

在全球文旅产业竞争日益激烈的当下,服务品质已成为决定游客满意度、品牌忠诚

度的关键因素。要在国际游客心中树立良好口碑,湖南必须在服务体系建设、智慧化升级、市场规范和国际合作等多方面协同发力,努力打造高标准、国际化的文旅服务标杆,全方位提升文旅品牌的市场竞争力。

一是构建标准化、国际化的旅游服务体系。对标国际先进标准,从交通、住宿、餐饮到景区服务,全方位提升服务品质。在交通方面,优化机场、高铁站与主要景区的接驳服务,增加多语种标识与导览系统,提升游客的出行便利性;住宿方面,鼓励酒店与民宿提供国际化服务,培训员工掌握外语沟通技巧,为海外游客提供贴心服务;餐饮服务上,打造具有湖湘特色的国际化美食街区,提供多语种菜单,让游客在享受湖南美食的同时,感受到国际化服务。二是加强智慧旅游建设,提升游客的数字化体验。利用大数据、人工智能等技术打造智慧旅游平台,为游客提供个性化旅游推荐、在线预订、智能导览等一站式服务。依托景区智能管理系统,实现门票预订、人流监控、智能停车等,提升景区运营效率与游客满意度。同时开发多语种的湖南文旅App,整合旅游攻略、景点介绍、文化活动等信息,让海外游客能够轻松获取湖南文旅资讯。三是强化文旅市场监管,保障游客权益。建立健全旅游市场监管机制,加强对旅游企业的资质审核与服务质量监督,严厉打击宰客、欺诈等违法违规行为,营造诚信、安全的旅游市场环境。设立多语种的旅游投诉热线与在线反馈平台,及时处理游客投诉,提升游客的信任度与满意度。加强对导游、景区工作人员的培训与管理,提升其服务意识与专业素养,确保其为游客提供高品质服务。四是加强国际旅游合作,提升品牌影响力。积极参与国际旅游展会与论坛,与国际知名旅游机构、旅行社建立合作关系,拓展海外客源。通过与国际旅游目的地联合推广、互送客源等方式,提升湖南文旅品牌的国际知名度与美誉度。同时加强与国际旅游组织的交流与合作,引入先进的旅游管理经验与服务标准,加速湖南文旅产业的国际化发展。

(作者分别系湖南师范大学法学院文化与旅游研究院特约研究员;湖南师范大学公共管理学院教授,博士生导师)

切实提升湖南红色研学旅游品质

李银艳

红色研学作为革命传统教育与现代旅游产业融合的创新模式,近年来热度持续攀升。湖南是伟人将帅故里、工农革命热土,红色文化资源得天独厚。全省有省级以上爱国主义教育基地192个,其中全国爱国主义教育示范基地38个,数量位居全国各省市第一,全省查明登记不可移动革命文物保护单位2300余处,革命文物资源总量和重要资源数量均位居全国前列。习近平总书记在湖南考察时强调,要保护好、运用好红色资源,加强革命传统和爱国主义教育,引导广大干部群众发扬优良传统、赓续红色血脉。当前,湖南应进一步整合、利用好红色资源,切实提升红色研学旅游品质,推动传承红色基因。

坚持内容为王,彰显红色研学旅游深刻内涵。研学的根本目标是育人,必须坚持内容为王。一是建设一批精品线路。深挖地方红色资源、历史文化和民俗风情,邀请高端智库及专业机构参与谋划,打造一批具有地方特色的“红色+历史+民俗+生态”研学精品线路。比如,近年来我省通过整合资源,串珠成链、并链成片,推出了“我的韶山行”“领袖元帅”“精准扶贫 乡村振兴”“一粒种子改变世界”等10条红色研学精品线路。其中“我的韶山

行”启动两年来,接待研学学生58万余人次,带动社会研学160万余人次。二是打造一批精品课程。构建红色研学课程联合开发机制,争取高等院校和科研机构的支持,打造一批叫得响、有特色的精品课程,推动研学课程向沉浸式、互动式、感召式教学转变。比如湖南省韶山管理局以赛促建,举办“我的韶山行”红色研学“十大精品课件”“十大金牌讲师”大赛,推出《补丁睡衣的本色》等精品课程,有机融合文物展品、现代科技与思政教育,让受众深刻领会一代伟人毛泽东与人民群众同甘共苦的精神风范。

注重需求导向,丰富红色研学旅游发展模式。应加强游客需求分析,不断创新、丰富红色研学旅游发展模式,激发游客兴趣。一是分化定制旅游线路。借助智能算法,根据不同年龄段参与者的兴趣和需求,设置不同的研学路线和配套服务。对于儿童群体,开发以简单游戏、声光电情景、亲子互动为主的红色研学活动;对于青年群体,创作开发红色剧本杀、沉浸式小剧场等研学项目;对于老年群体,推出红色文化养生游。二是加强数智技术赋能。互联网时代,传统的展览式、讲解式研学已难以满足游客需求,应

充分利用VR、AR、全息投影、触摸屏互动等数智技术,打造沉浸式新场景、新空间,让游客身临其境,获得生动而深刻的教育。例如,在韶山毛泽东故居,游客通过扫描书房二维码,手机屏幕上便会出现少年毛泽东刻苦读书的画面,同时伴有语音,讲解其学习生活和思想成长历程,大大提升了研学旅游的感染力。三是增进情感共鸣。引入角色扮演、互动游戏、自主文创等方式,增强红色研学的参与度、体验感,体验应兼顾政治性、文化性、趣味性,避免庸俗化。比如花垣县十八洞村推出苗绣和扎染技艺体验、矮寨大桥模型搭建等互动体验式项目,让游客通过“动脑”“上手”感受山乡脱贫、蝶变历程,提升了研学的趣味性。

强化主体协同,形成红色研学旅游发展合力。红色研学涉及旅游、教育、文化、科技等领域,涵盖政府、景区、学校、游客等多元主体,应厘清不同主体职责、构建协同机制。一是加强政府引导。充分发挥地方政府统一规划、整合资源、合理开发、牵头保护、科学监管等职能,优化参与主体之间的交互机制。二是突出景区的运营主体地位。景区在推进硬件设施建设的同时,应加强研发、营销与管理,

提升红色研学游前、游中、游后全流程服务管理水平,构建高效实用的评价分享系统,给予各主体充分的诉求表达机会。三是联动多元社会力量。组织文化、学校、社群组织、科技公司、游客、当地居民等多元主体,共同参与红色研学创意策划,协同推进红色研学旅游发展。

活用媒体平台,拓宽红色研学旅游宣传渠道。拓宽宣传渠道,是红色研学游提质升级的重要推手。一方面,以平台为主阵地,打造线上线下交互的红色研学传播平台。线下,可通过中国红色旅游博览会、湖南旅游发展大会等,宣传推介湖南红色研学品牌;线上,可利用小红书、抖音、B站等头部自媒体平台,展示湖南红色研学游景点线路,并充分利用大数据技术,精准定位目标受众。另一方面,以创意为主抓手,打造“顶流”“爆款”,扩大传播影响力。通过制作H5交互页面、精良短视频以及组织开展网络达人直播、红色快闪活动等方式,用生动的影像、走心的语言、新颖的方式,讲述好湖南红色人物、红色遗址故事,提升游客参与红色研学的获得感。

(作者系湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心湘潭大学基地特约研究员)

多点发力、协同联动,促进县域文旅产业升级

郑伟伟

今年3月,习近平总书记在贵州考察时指出:“要立足县域产业基础,注重分工协作,错位发展,串珠成链。”这为各县域立足自身实际、加快文旅产业高质量发展提供了科学指引和根本遵循。

湖南作为长江经济带文旅创新枢纽,文旅资源非常丰富。全省有国家级非物质文化遗产137项、全国重点文物保护单位211处,有704个村落入选“中国传统村落”名录,县域文旅资源密度位居全国前列。但当前县域文旅产业升级面临诸多困境:一是要素流动壁垒分明,县域间文旅发展“各自为政”,成为制约区域协同发展的一大瓶颈;二是创新不足,产、学、研链条脱节,大部分县域文旅企业研发投入占营业收入的比例小于0.5%;三是制度供给滞后于市场变化,文旅新业态监管存在“真空地带”。与此同时,还存在文化符号空心化、技术赋能失序现象,比如一些县域将传统民俗简化为固定流程的表演,导致同质化。破解这些问题,需要多点发力、协同联动,实施系统性解决方案。

强化化学术支撑。一是创新生态系统理论。县域文旅产业属于“主体—环境—资源”共生的复杂系统,其核心是多元主体协作、多维度

环境支撑及资源禀赋整合,强调各主体间的共生关系和价值共创。比如湘西州通过“整合资源+多元协同+优质服务”,今年“五一”假期、端午假期实现游客人均停留时间从2.1天延长至3.4天,其中凤凰古城“日游非遗+夜赏光影”模式使夜间客流占比达40%。二是文化资本转化理论。其实质是通过构建“资源活化—价值重构—生态共生”治理框架,实现文化资本形态转换与价值增值,将传统技艺转化为可供市场营销的文化商品。比如江永女书文化通过“数字确权+产业授权”形成文化IP矩阵,吸引企业和工作室专注于女书文创产品开发,已开发出80余种产品。三是空间正义理论。通过制度设计与技术赋能实现多维价值的动态平衡,通过构建兼顾效率与正义的空间治理体系,追求整体效率最大化,实现多维价值的动态平衡。比如武陵山片区实施“文旅收益股权质押”制度,使群众通过融入文旅价值链增加收入。

推动经营创新。一是强化技术嵌入。重点借助数字技术,形成县域文旅“架构革新—流程再造—治理升维”的有效路径。比如宁乡刘少奇同志纪念馆今年新增AI智慧讲解系统,覆盖全馆70余处重点展陈点位,馆内6台智

能导览数字人“小九”不仅能规划路线、解答党史知识,还具备文物拍照识别功能,可根据游客年龄自动调整讲解深度,青少年受众占比因此大幅提升。二是强化消费场景创新。通过重构游客与景区的关系、连接方式,打破传统文旅消费边界。比如麻阳以“赏花+”全链条消费场景激活春日经济,今年一季度吸引游客15.98万人次,拉动消费4500万元,旅游总收入增长10.42%。三是强化业态融合。对涉及文旅产业的跨界要素进行重组,推动形成复合型增长动能,实现多要素协同创新、文旅产业价值指数级增长。比如安化县深度融合茶、旅、文、体、康,催生新业态,已成功创建6个国家4A级景区、2处省级旅游度假区,年均接待游客超千万人次,旅游综合收入达80亿元。四是加快治理体系现代化转型。推动制度创新与数字治理协同发展,构建“政府—市场—社会”共治新格局。比如花垣县十八洞村健全村集体经济收益再分配制度,文旅收益农户分配比例大幅提升。

完善保障体系。一是完善县域文旅产业政策链。结合县域资源禀赋和区位优势,构建系统、精准、灵活的文旅产业政策体系,明确产业核心定位、空间布局及重点项目,强化统

筹协调,避免同质化竞争。二是培育产、学、研紧密联合的产业链。找准教育链、创新链与产业链深度融合的实践路径,提升县域文旅产业链协同效应。比如可推行“飞地文创园区”建设模式,促进长沙马栏山视频产业园与我省相关县域形成内容生产共同体。三是延伸收益分配价值链。构建全省县域之间完整的文旅产业分配体系,形成全链条、多主体共赢路径。比如可探索开展县域文旅碳汇交易,完善科学规范的文旅产业收益分配体系。四是构建注重柔性引智的人才链。通过应用“柔性引智—精准培育—生态反哺”三阶模型,培育县域文旅产业优秀拔尖人才。比如可设立“候鸟专家工作站”,吸引一、二线城市的创意人才季节性驻留,降低县域文旅高端人才引进成本。五是活化湖湘文化基因链。夯实“湖南公共文旅云”平台,积极推进区块链非遗认证系统与红色基因库VR体验项目建设,形成“文化基因识别—数字转化—场景活化—产业衍生”的全链路闭环。可据此差异化培育文旅品牌,比如推动洞庭湖区县域擦亮“江湖名城”文旅名片、湘南地区县域树立“神农福地”特色文化标杆等。

(作者单位:中方县委党校)

近年来,湖南积极探索文化和科技、文化和旅游融合创新,全省文旅产业蓬勃发展。当前,文旅产业要应对好“流量易聚、留量难增”的现实挑战,关键在于提升产业的吸引力和承载力,走出一条从“爆红”到“长红”的可持续发展路径。

以体验创新“留人”,延长文旅消费链条。推动文旅深度融合,不仅要依托传统景区资源,还需要通过创新体验来打破常规、延长消费链条,提升游客的参与感、沉浸感和情感认同。

打造沉浸式演艺,增强文化体验的深度参与感。沉浸式演艺是情感连接的桥梁,能够有效增强游客的认同感、参与感。我省应依托奇山秀水、红色经典、都市休闲、历史文化、农耕文明“五张名片”,精心打造具有思想厚度和情感温度的原创演艺项目。结合AR、VR、全息影像等先进技术,营造虚实交织、情境置置的沉浸式环境,通过角色扮演、任务探索等交互方式,引导游客从“旁观者”转变为“参与者”,在互动中深化对湖湘文化的理解,在参与中激发情感共鸣。

推动场景体验升级,构建多业态融合的旅游空间。随着游客的消费需求日益多元化,传统的观光型旅游模式已难以满足其对深度体验和个性化服务的追求。为此,旅游空间的升级需要打破单一业态局限,推动文化、娱乐、购物、餐饮、住宿等多业态深度融合。比如凤凰古城突破单一观光模式,将自然景观与乡村民宿、苗族文化体验、非遗展示、手工艺制作、传统美食品鉴等多元业态深度融合,创造了全新旅游体验空间,有利于游客全面深入感受地方文化魅力。

优化服务体验,提升游客满意度与回访率。湖南作为文旅大省,应着重从交通、住宿、餐饮等方面着手,进一步提升服务质量,为游客带来更加便捷舒适的旅行体验。借助大数据技术深入分析游客的兴趣和偏好,提供个性化旅游推荐和定制化行程设计,满足不同游客的多样化需求。优化与游客的互动沟通机制,建立及时反馈和调整机制,不断改进文旅服务。

以文化浸润“留情”,增强游客情感黏性。文化是情感共鸣的纽带,将丰富的文化资源融入旅游场景,使其直抵游客内心,可让短暂的旅途转化为持久的情感记忆。

深挖传统文化,留住人文乡情。传统文化是寄托历史记忆和乡土情感的载体。湖南作为“非遗富矿”,拥有湘绣、花鼓戏、端午龙舟等丰富传统文化资源。要留住人文乡情,关键在于推动优秀传统文化的创造性转化、创新性发展,打造出气韵独特的文化产品。比如湖南本土知名品牌“茶颜悦色”巧妙地将楚汉文化融入茶饮,从品牌名称、产品设计到营销活动,处处渗透着传统文化元素,使游客在消费中产生情感共鸣和文化认同。

传承红色文化,留住家国深情。家国情怀是红色文化的价值基础。湖南拥有多处红色旅游景区,应积极推动红色文化从“静态陈列”到“沉浸体验”、从“符号传播”到“叙事表达”转化。打造兼具仪式感与参与性的互动场景,提升情境感染力;推动分众化表达,结合不同年龄段游客需求,设计研学、演艺、专栏等多样文旅产品;加强故事化叙事,实现历史记忆与当下情感的联结。

培育都市休闲文化,留住烟火人情。将都市里的“烟火气”与“文化味”有机融合,在街巷商圈中嵌入非遗展演、地方美食等元素,打造富有生活气息的文化空间。比如长沙黄兴路步行街、五一广场等地依托深厚的都市文化底蕴,积极构建商、旅、文融合的消费新场景,展现了城市文化与现代生活的精彩交汇。未来还可借助智慧文旅平台以及各种数字技术,传播“城市漫游”“本地生活Vlog”等内容,构建有温度、有记忆点的都市休闲文化体系,实现从“游一地”到“念一城”的情感转化。

以价值共鸣“留心”,构建品牌认同与用户社区。品牌的力量在于激发价值共鸣,社区的活力在于认同链接。通过强化文旅品牌认同、营建用户互动平台,文旅产业才能实现由“走心”到“留心”的跃升。

彰显核心价值,强化品牌认同。塑造文旅品牌并不断强化其公众认同,关键在于彰显品牌的核心价值,构建具有象征意义的文旅符号体系。品牌真正打动人心的,不是视觉上的标准化呈现,而在于其承载的文化深度与情感温度。唯有深挖旅游目的地独有的自然风貌、历史脉络与人文气质,通过文化IP的系统打造,才能赋予其鲜明个性和精神意蕴。而文旅品牌的传播,应注重通过精准叙事唤醒人们内心的价值认同,使品牌对广大游客而言真正“入眼、入心、入魂”。比如张家界依托其奇绝山水与民族文化,在海外市场创新性地开展“如果孝顺父母,就带他去张家界”主题营销活动,有效激发了韩国等国游客的价值共鸣,使张家界成为他们首选的出境旅游目的地之一。

构建用户社区,促进共同成长。用户社区不仅是信息交流的平台,更是身份认同和集体记忆的载体,能够进一步激发用户参与热情。应紧扣区域文旅产业发展,构建包括当地居民、游客及各类文化主体共创共享的用户社区,打造线上线下融合的多元互动空间,协同多方开展文旅活动策划,通过举办主题论坛、短视频大赛、丰富多彩的文化体验活动等,提升用户的归属感和获得感。

【作者系湖南省当代马克思主义研究中心省委党校分中心特约研究员、副教授。本文为湖南省委党校(湖南行政学院)教研咨一体化创新工程重大理论与实践问题攻关项目“中国式现代化话语体系的建构研究”(2024KZGC03)阶段性成果】

智库