

广西宜州：唱着山歌迎客来

宾 阳



刘三姐故里里的歌仙桥 李增英 摄

“桂花开放香飘远，壮家山歌代代传，三姐撒下山歌种，如今唱了几千年。”风光秀丽的广西壮族自治区河池市宜州区，是“歌仙”刘三姐的故乡。自2016年撤市设区并入河池市以来，宜州借助区域城市功能调整的契机，打造刘三姐文化旅游名城，推动全域旅游发展。如今，这里河中舟楫川流，山上歌声飘荡，古镇人来人往，文化旅游红红火火。据统计，今年上半年宜州区共接待国内外游客375.1万人次，同比增长36.4%，实现旅游总消费56.59亿元，同比增长33.9%。

擦亮名片 打响刘三姐文化品牌

三姐庙、三姐村、歌仙桥、仙女岩、会仙景区……在宜州，随处可见刘三姐相关景区景点。“桂林山水甲天下，宜州风光也不差。宜州不仅山水美，还有山歌顶呱呱。”宜州壮古佬风景区总经理潘红梅说，在壮乡，刘三姐传说妇孺皆知，山歌文化源远流长。

“以景观呈现文化符号，以场馆丰富文化体验，以基地传承文化遗产，以节庆打响文化品牌。”宜州区文旅部门负责人表示，在打造刘三姐文化品牌中，宜州将刘三姐文化元素融入城市街道景观建设，并通过展示馆、博物馆、影视城、传习基地等系列刘三姐主题“文化+旅游”项目，为市民和游客提供全方位的刘三姐文化体验。同时注重建立非遗保护传承体系，成立传承中心，创建文化生态保护村，举办“人人唱山歌大赛”活动。此外，宜州每年举办刘三姐文化旅游节、怀远古镇中秋赏月民俗巡游和壮族“三月三”歌圩等特色旅游节庆活动。经过培育，刘三姐文化旅游节已经成为展示宜州文化旅游形象的亮丽名片。“刘三姐故里”成为广西民族风情六大旅游品牌之一。

广西文化和旅游厅信息科技教育

处副处长李志雄表示，刘三姐是壮族重要的文化符号，是宜州最为宝贵的文化财富。在文化旅游融合发展的过程中，借助它的光环，带来客流量的同时，更要考虑如何更好地将它传承下去。

创新模式 推动全域旅游发展

刘三姐故里的下视河蜿蜒清澈，两岸山奇竹翠，美不胜收。下视河的美，不仅源于大自然的鬼斧神工，还得益于当地人对于生态环境的保护。

“爱水护水新观念，保护国家水资源。生态和谐环境美，创建宜州好家园。”近年来，宜州运用山歌传唱来宣传爱水、亲水和护水的理念。在每个乡镇开展保护水资源山歌比赛，引导群众共同参与河湖保护工作。在当地中小学开展“水素养教育”山歌比赛，让中小学生对生态环境的保护。

生态变好了，风景变美了，旅游更火了。通过努力，下视河水质达到国家规定的Ⅲ类水质标准。在2017年水利部宣教中心举办的首届“寻找最美家乡河”大型主题活动中，下视河高票当选“最美家乡河”。依托下视河流域独特的旅游资源优势，目前宜州已创建国家4A级景区4家，国家3A级景区2家。

在保护好生态的同时，宜州积极探索，创新模式，推动旅游助力脱贫攻坚。祥贝乡古文村一年四季开满鲜花，诗意盎然。近几年，古文村探索“党组织+合作社+基地+农户（贫困户）”的旅游扶贫模式，通过土地流转、贫困户资本入股合作社等形式，发动村民加盟旅游合作社，促进乡村旅游发展。

“通过参与合作社，村民可以获得四项收入：通过出租土地获得地租收益、通过就近务工获得劳务收入、通过售卖农副产品获得销售收入、通过门票股金分红获得资本收入，人均年收入超过5000元。”古文村党支部书记覃昌忠

介绍说。

古文村的变化是整个宜州乡村旅游发展的缩影。目前，宜州有广西四星乡村旅游区6家，农家乐74家，全国特色景观旅游名镇、广西生态旅游示范区、广西特色旅游名村、广西特色文化名村各1家。通过推动旅游与其他产业融合发展，越来越多的贫困群众参与到旅游发展中，实现脱贫致富。

整合资源 推动旅游相关产业融合

“青砖、黑瓦、白墙的明清建筑，古色古香，让人久久驻足，回味无穷。”8月20日，来自深圳的游客朱雯雯到宜州的第一站就选择怀远古镇。她说，最喜欢古镇的石板街、古码头和明清建筑那种悠远的历史感。

怀远古镇是广西四大古镇之一，有着1300多年的历史。在漫长的历史



怀远古镇一角 宾 阳 摄

四川绵阳：把“原生矿”变成文化旅游的“聚宝盆”



参观者在绵阳市文化旅游发展大会文创展区选购商品 王雪娟 摄

本报讯（驻四川记者王雪娟）8月29日，四川省绵阳市文化旅游发展大会在绵阳召开。会上发布了《中共绵阳市委 绵阳市人民政府关于大力发展文旅经济加快建设文化强市旅游强市的实施意见》（以下简称《意见》），提出到2025年，把绵阳建成西部文化强市和旅游强市，文化影响力显著提升，旅游总收入较2019年实现翻番。

李白是历史上著名的将诗和远方完美结合的浪漫主义诗人，也是绵阳江油的文化大IP。在绵阳市构建的文旅发展新格局中，“李白故里”江油占据重要位置。会上，绵阳市提出，将利用李白文化品牌影响力和江油地处“大九寨”东环线关键节点的特殊地理位置，打造枢纽性文化和旅游发展基地，推动绵阳文旅融入四川省“大九寨”“大蜀道”等发展格局。

此外，为深入挖掘当地独一无二的“最”字号、“独”字号资源，当地还将通过建设李白文化旅游精品线路、白马羌文化旅游精品线路和“三线记忆”文化旅游精品线路等措施，实现点线面结合，将散落的珍珠串成项链，把“原生矿”变成文化旅游的“聚宝盆”。

数据显示，随着文化和旅游融合工作的深度推进，绵阳市的旅游市场变得火热起来。据统计，2018年，绵阳市旅游业实现总收入647.66亿元，已成为拉动经济发展的重要动力。

“抓文旅经济就是抓经济的高质量发展。”绵阳市委书记刘超表示，为鼓励发展文化产业和旅游业，绵阳市给出了相较其他产业更为优厚的支持鼓励政策。根据最新发布的《意见》，绵阳市将完善财税金融政策，通过贷款贴息等方式引导各类资金参与投资文化和旅游领域。同时，还将扩大市级文化产业、旅游业发展专项资金规模，并对文化和旅游创建工作取得显著成绩的县（市、区）给予50万元至1000万元不等的一次性奖励。此外，《意见》还明确将在用地政策和人才、科技支撑方面给予文旅经济发展实实在在的支持。

山东举办首届文旅商品创新设计大赛

本报讯（驻山东记者苏锐）记者近日从山东省文化和旅游厅获悉，由该厅主办的首届山东省文化和旅游商品创新设计大赛已启动作品征集工作。

大赛主题是“好客山东·山东有礼”，旨在满足游客“好买”的购物需求，提供更丰富、更优质、更具特色的文化和旅游商品，参赛范围包括实物商品类、设计创意类。

在实物商品类方面有两个主题，其中“好客山东”主题要求参赛作品必须为实物，体现“好客山东”文化特征，具有地域特色，包括特色旅游商品、工业化商品、文创商品等；“海洋文化和旅游商品”主题参赛范围为具有海洋元素的文化和旅游商品，产品种类丰富且成系列化，鼓励利用高科技。

在创意设计类方面也有两个主题，其中“文博山东”文创商品，由山东博物馆、山东省文化馆提供若干文化符号图形，面向社会公开征集相关文创产品设计；“山东有礼”文创商品，参赛作品须有“山东有礼”形象标识，结合旅游城市地域文化、景区特色和人文特征，具体形式不限。

首届抖音短视频影像节获奖名单揭晓

本报讯（记者于帆）8月22日，经过一个多月的作品征集和评选，首届抖音短视频影像节颁奖典礼颁出“金映奖”21个奖项。

据介绍，有超过20万短视频创作者参与此次影像节，共征集发布作品36万部，累计播放量超160亿次。经过由多位知名导演、演员组成的评委会评审，以“飞跃彩虹”为主题、由“侣行”创作的《那天，我是最好看的胖子》获评委会大奖，以“一对患难夫妻的生活”为主题、由“这是TA的故事”创作的《愿你用心看完这条视频，好好爱TA》获得最佳导演奖。

据悉，80部优秀参赛作品将被剪辑成抖音首支影像作品《人间物语》，所有获奖作品于8月至10月在4座城市巡展，获奖者有机会参与到专为短视频创作者打造的“抖音影像学院”计划，近距离与知名导演交流学习。

快看漫画获腾讯投资

本报讯（记者张婧）8月27日，快看漫画宣布获得腾讯1.25亿美元投资。“快看漫画接下来依旧会独立发展，坚持‘IP+社区’的发展战略。快看漫画相信中国原创IP的未来，此轮融资后，将继续加大对原创IP的扶持力度，推动IP产业化发展。”快看漫画创始人兼首席执行官陈安妮表示。

据了解，自2014年11月上线以来，移动端漫画APP快看漫画注册用户超过2亿，月活用户超过4000万，其中超过50%的用户为“00后”。基于自身的原创内容生产机制和用户活跃度，近年来，快看漫画已经获得多次融资。此次融资完成后，快看漫画和腾讯接下来将强化相关业务部门方面的合作。“腾讯非常看好动漫产业，多年来一直围绕产业链上下游进行投资。期待此次与快看漫画的合作能够实现共赢，进而给我国动漫产业发展带来更多积极影响。”腾讯投资管理合伙人李朝晖表示。

逛长城、吃烤鸭、听京剧已经不够，入境游客还希望——

深入社区体验北京人的生活

本报记者 李雪文/图

8月27日，北京奥林匹克公园的最高建筑奥林匹克塔内，第二届北京入境旅游全球战略合作伙伴会议在此举行。澳大利亚Ignite Travel公司创始人兼执行董事兰德·迪尔得知当晚可以登塔俯瞰北京夜景，非常兴奋。“北京这些年的变化日新月异，上次我来中国还没有奥林匹克塔这一建筑。”兰德·迪尔说，过去一年，澳大利亚赴中国旅游市场平均增长50%，他的公司业务量增长了3倍以上。在这一势头之下，兰德·迪尔预测，其公司今年可以组织20万名游客来北京。趁着这段时间在北京考察，他希望能为公司和澳大利亚同行带回最新的旅游资讯和产品。



海外旅行社代表体验中国书法

和兰德·迪尔抱着同样想法的还有来自美国、日本、韩国、德国等北京旅游主要客源国的60家知名旅行社。连日来，海外旅行社一行深度考察北京旅游资源，在国家图书馆体验传统线装书制作、走进钧天坊古琴艺术中心聆听千年古韵、探访改造后的首钢工业区和奥运主题馆、在天乐园京剧体验馆了解京剧的前世今生……这都为“北京入境旅游全球战略合作伙伴计划”的顺利实施打下了基础。

为了推动北京入境旅游发展，北京市文化和旅游局2018年启动“北京入境旅游全球战略合作伙伴计划”项目，3年时间招募100家海外知名旅行社成为官方

合作伙伴。继去年招募30家海外知名企业后，今年，北京市文化和旅游局通过广泛宣传，共收到89家海外旅游企业的报名申请。经专家评审，最终第二批30家新的海外企业入选。本次北京入境旅游全球战略合作伙伴会议也旨在通过与全球主流渠道和知名旅行社加强合作，进一步构建“北京旅游海外推广合作伙伴计划”全球合作体系。

“宫、商、角、徵、羽五音与人体的五脏相配：宫应脾、商应肺、角应肝、徵应心、羽应肾，此为五脏正音。我们按照金木水火土的不同方位，将不同的音乐放置在不同位置，就能对人体产生不同的治疗效果……”活动现场，法国法中之家旅行社总经理贾约姿对北京广安门医院推出的新中医疗法产生了极大的兴趣，这种医疗方式打破了她此前“中医就是拔罐和针灸”的传统认知。“我非常喜欢中国传统文化，20多年前我还学习过古筝。”贾约姿说着流利的中文，对北京广安门医院推出的新中医文化体验项目的内容、时间、费用都问得很清楚，表示想带客人来。她告诉记者，自己很看好未来几年中国的旅游市场，尤其今天上午参观了北京大兴机场之后，更坚定了这一想法，新机场的落成将带来更多游客。

旅游与文化的深度融合也为不少传统项目提供了新的机遇。以北京广安门医院为例，为了更深入地在海外推广中医文化，医院专门成立了北京中医国际医疗旅游研究中心，配备专业的人员进行多语种推广，并推出中医嵌入式体验项目。

借助合作伙伴计划，北京市文化和