

临汾市人民政府文件

临政发〔2022〕29号

临汾市人民政府 关于印发临汾市“十四五”文化旅游会展 康养产业发展规划的通知

各县(市、区)人民政府,临汾经济开发区管委会,市人民政府各室、委、局,直属事业单位:

现将《临汾市“十四五”文化旅游会展康养产业发展规划》印发给你们,请认真组织实施。



(此件公开发布)

临汾市“十四五”文化旅游会展康养产业发展规划

目 录

第一章 “十三五”文化旅游会展康养发展回顾	(8)
一、“十三五”发展成就	(8)
(一)政府主导,狠抓品牌创建	(8)
(二)项目为王,力推项目落地	(9)
(三)会展发力,提升文旅形象	(9)
(四)完善基建,方便游客旅行	(10)
(五)深化改革,增强发展活力	(10)
(六)强化营销,突破疫情束缚	(11)
二、“十三五”凸显的问题	(11)
(一)产业融合问题	(11)
(二)体制机制问题	(12)
(三)景区联动发展问题	(13)
(四)客源市场问题	(13)
(五)旅游公共服务问题	(14)
(六)产业创新问题	(15)
(七)产业主体问题	(16)

第二章 总体要求	(17)
一、指导思想	(17)
二、发展目标	(18)
(一) 总体目标	(18)
(二) 品牌建设目标	(19)
(三) 景区建设目标	(19)
(四) 旅游经济目标	(19)
三、空间布局	(20)
(一) 一心：区域旅游集散中心	(20)
(二) 三区：城旅融合示范区	(21)
(三) 三线：文旅融合风景廊	(21)
(四) 六地：做大做强目的地	(22)
第三章 产业发展规划	(23)
一、做强文化,引领全局,抓好八项工作	(23)
(一) 打造临汾文化品牌	(23)
(二) 夯实文化研究基础	(24)
(三) 打造文化艺术精品	(25)
(四) 守护临汾地域文化	(25)
(五) 建设文化传播阵地	(26)
(六) 促进文化产业发展	(27)
(七) 拓展文化传播渠道	(27)
(八) 引进培育文化人才	(28)

二、产业融合,产品升级,实施产业融合十大工程	(29)
(一)双创示范工程	(29)
(二)品牌创建工程	(29)
(三)乡村提质工程	(30)
(四)文体强市工程	(31)
(五)康养培育工程	(31)
(六)会展提升工程	(35)
(七)城旅融合工程	(35)
(八)主体培育工程	(36)
(九)提振夜间经济	(37)
(十)商品提质工程	(38)
第四章 公共服务体系规划	(41)
一、公共文化服务体系建设	(41)
(一)公共文化设施提档升级	(41)
(二)县级文化场馆体系建设	(42)
(三)非物质文化遗产保护传承	(42)
(四)树立公共文化服务品牌	(43)
二、凸显临汾地方文化特色餐饮品牌	(44)
(一)凸显餐饮企业文化	(44)
(二)完善餐饮体系建设	(44)
(三)重视餐饮标准推广	(44)
(四)加强行业自律管理	(45)

三、以“非标住宿”引领住宿多元化发展	(46)
(一) 品牌化	(46)
(二) 特色化	(46)
(三) 多元化	(47)
(四) 组合化	(47)
四、建成快旅慢游交通体系	(48)
(一) 加快交通设施文旅融合	(48)
(二) 重点旅游交通项目建设	(48)
(三) 打通旅游交通最后一公里	(49)
(四) 特色旅游休闲交通设施	(50)
(五) 旅游产品线策划	(51)
五、“全过程”打造旅游购物	(52)
(一) 旅游前引导	(52)
(二) 旅游中体验	(53)
(三) 旅游后购买	(53)
六、文化引领休闲娱乐	(54)
(一) 城市休闲娱乐	(54)
(二) 景区休闲娱乐	(54)
(三) 乡村休闲娱乐	(54)
(四) 康养休闲娱乐	(55)
七、文旅安全生产规划	(55)
(一) 提高常态化安全防范意识	(55)

(二)健全公共卫生安全防护网	(56)
(三)文旅企业安全生产管理	(56)
(四)旅游应急管理体系建设	(56)
八、搭建智慧服务网络	(57)
(一)智慧旅游平台建设	(57)
(二)智慧消费端口建设	(57)
(三)建设智慧旅游试点	(58)
九、继续推进“厕所革命”	(58)
(一)满足需求,设施升级	(58)
(二)创新管理,加强督导	(59)
(三)智慧服务,健康文明	(59)
第五章 市场营销规划	(60)
一、营销目标	(60)
(一)树立“寻根·铸魂”文旅品牌	(60)
(二)强化“回家·悦生活”服务标准	(60)
(三)持续围绕客源市场营造文旅消费热点	(60)
二、宣传口号	(61)
三、创新市场营销策略	(61)
(一)虚拟营销,提升体验	(61)
(二)线上线下,流量转化	(62)
(三)做好实体,广泛发动	(63)
(四)区域联合,互惠互利	(63)

(五) 讲好故事,做好内容	(64)
(六) 团队营销,远交近攻	(64)
(七) 公众营销,树好形象	(65)
(八) 数据营销,服务细分	(65)
(九) 节事策划,营造热点	(66)
(十) 影视嵌入,综艺推广	(66)
第六章 保障体系规划	(67)
一、明确组织管理	(67)
(一) 建立健全文化旅游会展康养发展领导体系	(67)
(二) 完善文化旅游会展康养督导考核	(68)
(三) 创新市场综合监管机制	(68)
(四) 建立 1+N 旅游行业协会体系	(68)
二、创新投融资机制建设	(69)
(一) 强化财政金融政策支持	(69)
(二) 建立文旅金融合作平台	(69)
(三) 鼓励引导社会资本	(70)
(四) 综合利用多种金融工具	(70)
三、专业人才保障	(70)
(一) 创新人才培养机制	(70)
(二) 人才引进与激励	(71)
(三) 战略智库建设	(72)
(四) 务实开展教育培训	(72)

第一章 “十三五”文化旅游会展康养发展回顾

一、“十三五”发展成就

“十三五”期间,临汾市市委、市政府按照山西省委“四为四高两同步”总体思路和要求以及市委“1343”工作思路,为实现临汾市文旅融合发展走在全省前列,不断探索临汾市文旅产业发展思路与方法。

(一)政府主导,狠抓品牌创建

由临汾市文化和旅游局牵头,市规划和自然资源局、市交通局、市农业农村局、市发展改革委配合,全面推进市县两级全域旅游创建,完成全市各行政区域全域旅游规划编制工作,重点推进洪洞县、尧都区、曲沃县、吉县、隰县、乡宁县等县(市、区)的全域旅游创建;在文旅融合、农旅融合的基础上,依托重大体育赛事及重大节庆活动,推进“旅游+体育”“基地+俱乐部+赛事”的体旅融合;立足传统手工技艺、非物质文化遗产和绿色农特产品进一步丰富文创产品;乡宁云丘山景区、洪洞大槐树寻根祭祖园景区荣膺国家5A级旅游景区,启动和推进壶口瀑布景区国家5A级旅游景区创建,启动和推进尧都区尧帝陵景区、曲沃县春秋晋国城、永和乾坤湾等景区国家4A级旅游景区创建;创建休闲农业和乡村旅游示范点,积极承接“康养山西”“夏养山西”品牌,安泽飞岭、曲沃南林交等乡村旅游点成功申报省级4A级乡村旅游示范村,高标准培育“黄河人家”和“太行人家”,推进乡村旅游品牌创建。

(二)项目为王,力推项目落地

启动国家文物保护利用示范区创建,按照《国家文物保护利用示范区建设方案》要求,启动陶寺遗址申报创建国家文物保护利用示范区,加快陶寺国家考古遗址公园建设,启动陶寺遗址宫殿区保护展示工程;加快推进黄河板块旅游发展综合开发建设项目,完成了临汾市黄河板块旅游综合开发规划编制和壶口-乾坤湾景区建设性规划设计。加快推进全市重大文旅项目建设,总投资191.54亿元,推动乡宁县云丘山、翼城县河上公德山、翼城县乡村振兴文旅项目、乡宁县戎子酒庄、襄汾县尧京葡萄酒庄、临汾市图书馆、临汾市戏剧研究院非物质文化遗产传承培训基地等共计13.77亿元文旅项目落地建设。

(三)会展发力,提升文旅形象

成功举办2018年山西省旅游发展大会,实现临汾市文旅融合、环境整治、文明提升、产业发展,发布了临汾文旅新形象——“所有的旅行都是出发,到了临汾咱是回家”,成功将旅游发展大会办成全省有特色、全国有影响、世界树品牌的盛会。与世界旅游联盟合作,连续举办两届大河文明旅游论坛活动,设立永久论坛会址,发布“黄河十品”景点品牌,打造“声动黄河音乐IP”,推行“回家”服务品牌等活动;针对新冠肺炎疫情对文化旅游产业的巨大冲击,举办夜间惠民演出、“文旅惠民月”,聚人气,引爆点,促经济;举办尧都文化旅游节、洪洞大槐树文化节、云丘山中和文化旅游节、曲沃县全域旅游月等文旅活动。

(四)完善基建,方便游客旅行

推进旅游交通体系建设,构建城景通、景景通旅游交通体系。在旅游公路方面,争取国家、省相关扶持资金,引导社会资本,修建旅游公路,极大地改变了沿线景区的发展环境,形成综合带动效应;积极筹措提升景区公共服务功能,完善景区游客中心、停车场、标识系统、核心景区 WiFi 覆盖等基础设施和公共服务设施建设;在全域旅游创建的背景下,推动县级旅游大数据中心的建设,促进智慧管理、智慧营销、智慧服务的开展,稳步推进“一部手机游临汾”,方便游客来临旅行生活;布局酒店餐饮发展,推动非标住宿,特别是特色民宿的发展,重点培育“黄河人家”“太行人家”旅游住宿、餐饮设施的建设,提升酒店餐饮服务质量,做好酒店基础设施和服务水平“双提升”,提高旅游品质。推广临汾市“回家·悦生活”服务标准,并依据标准创建高质量酒店和富有地方特色的旅游团队接待单位。

(五)深化改革,增强发展活力

释放奖励政策红利,将 A 级景区、乡村旅游点、“三个人家”、工艺美术大师工作室等创建纳入奖励范围,用好、用活临汾市旅游奖励政策,实施平时和节假日差异化旅游奖励办法,扩大文化旅游市场;推进体制机制改革,推进涉旅文物保护单位“两权分离”改革,推进文物景区专业化、公司化、市场化运营,让文物“活”起来;理顺工艺美术行业管理体制,完成工艺美术体制机制改革,依托文物、非遗等优势资源,深入挖掘文化内涵,培育有临汾特色的工艺

美术知名品牌。

（六）强化营销，突破疫情束缚

打造临汾旅游全网红、新 IP，完善线下宣传促销团队，建立由 A 级旅游景区和重点景区组成的旅游宣传促销团队，落实宣传促销经费，在空间上建立临汾旅游客源市场分布地图，在时间上建立临汾旅游宣传促销阶段性线路图，整合各方力量，多批次赴主要客源地开展系统性的宣传促销；充分利用线上 OTA 渠道，主动对接同程、携程、艺龙、途牛、美团、驴妈妈、去哪儿等国内知名电商平台，签订合作协议，实现景区门票全网发售，实现临汾旅游信息在国内主流电商平台上挂网展示；建立临汾市自上而下的文化旅游网络营销平台。线上线下联合策划实施系列主题宣传推介活动；邀请旅游达人、网红代表共同推介临汾主题旅游线路、旅游景区；在临汾文旅活动集中时段，举办手机摄影大赛，持续增加临汾文化在互联网端的有效曝光量，扩大临汾文旅产品宣传；打造洪洞大槐树寻根祭祖园景区、吉县壶口瀑布景区等十大网红打卡地，开展“山西人游临汾”活动，提升旅游人气，推出“三横·三纵”旅游线路，打开周边客源市场。

二、“十三五”凸显的问题

（一）产业融合问题

产业融合发展是全域旅游的重要标志。在融合发展观念方面，现阶段，临汾市各县（市、区）全域旅游规划的编制工作基本完成，但是部分干部对于产业融合发展的认识参差不齐，一方面是相

关培训不够深入,另一方面,编制的全域旅游规划对全域旅游创建的指导性不强;在产业融合实践方面,文化与旅游、文旅与其他产业融合呈现多张皮的现象,缺乏总体规划布局及顶层设计和统一运作,所谓的融合在于不同角度的解读,而不是实质的效果;在产业融合能力方面,旅游产业、文化产业整体实力小、规模小、地域分散、投资见效慢的现象比较明显,缺乏市场吸引力与竞争力,单纯的“文旅+”“+文旅”实施难度大;文化产业、旅游产业、康养产业、会展产业等相关产业融合发展水平不高,融合发展模式创新不足,多复制、少创新,差异化和特色化体现不强,产品创新、新业态培育较为薄弱,还不能完全适应当前日益增长的市场需求。

(二) 体制机制问题

文化旅游资源分散归属多个部门管辖,平行多、交叉少,严重影响资源的有效利用,顶层设计缺失。文化和旅游局的成立,为文化与旅游管理机构的改革提供了基础,但是更深层次的改革困难和阻力都很大;林草、国土、住建、农业农村等部门的涉旅管辖,导致行政资源重复配置和浪费,政府支持力量配置错位,不能形成合力,实现“四两拨千斤”的功效;在涉旅行政机构方面,文化、教育、工业、农业、卫生、体育、城建、环保等部门,缺少跨部门意识、产业融合意识,各自负责本部门的“职责”,即便与文旅、康养、会展产业发展关联密切,由于“本位意识”而不作为;全域旅游发展要求地方成立旅游发展领导小组,成立领导小组只是解决了领导机构的问题,下属的组织机构不完善,不能完成文化资源深度挖掘、旅

游营销宣传、旅游产品开发、旅游企业管理、旅游执法等具体方面的事务,使全域旅游的创建工作打了折扣,失去了统筹力量办大事的优势。

(三)景区联动发展问题

龙头景区带动方面,洪洞大槐树寻根祭祖园景区、乡宁县云丘山景区已经成为国家AAAAA级景区,旅游服务水平、旅游经营水平、旅游收入等方面跻身中国旅游景区一线梯队,成为临汾旅游产业发展的龙头景区,但尚属于独立发展,对于周边景区、文化产业、康养产业、会展产业发展的带动作用还没得到有效发挥;龙头景区联动方面,现阶段,临汾市旅游景区的内部竞争激烈,特别是龙头景区在旅游线路安排方面,甚至出现相互排斥的情况,相互联动发展的机制没有建立,内部竞争有余,合作闯市场的意识缺乏,需要在政府层面予以协调和规范;乡村旅游点与周边村落的联动方面,乡村旅游发展存在个体单干与无序竞争的情况,对于乡村旅游点的发展引导和发展指引方面缺少顶层设计,缺少周边支持的乡村旅游点,长期处于低水平开发层面;景区与城乡建设联动方面,尚未树立大旅游观、全域旅游观,博物馆、公共公园、图书馆、特色商业街区、特色餐饮店、商场、动物园、菜市场、植物园都应视为旅游资源。

(四)客源市场问题

临汾市现有人口约391.24万人,在“两山夹一川”地理加持下,本地市场为临汾文化旅游产业发展提供了充足的客源支撑,但

本地文旅市场却处于休眠状态,值得认真思考;外地客源市场方面,省内客源市场主要是太原市、运城市、长治市、晋中市等区域,即临汾市周边县市,以一日游为主,省外客源市场主要是北京、天津、内蒙古、河北以及经济较发达的上海、重庆、江苏、浙江、广东等地区,但主要以过路游客为主,与临汾相近的陕西和河南两省在临汾客源市场占比太低,河南市场长期被忽视,陕西客源市场增长缓慢;国外客源市场方面,对于国际游客的开发较为滞后,缺少针对国际游客的产品开发与游线设计。当前世界经济形势错综复杂,疫情常态化,叠加签证政策、人民币汇率、环保政策等因素,临汾市开拓境外市场难度加剧。

(五) 旅游公共服务问题

临汾市境内主要旅游景区之间基本能够实现高速公路连接,旅游公路的修建大大缓解了部分景区对外交通的压力,但是景区景点“最后一公里”的问题依然突出,在旅游旺季,吉县壶口瀑布景区、洪洞大槐树寻根祭祖园景区等热点景区交通拥堵、停车困难、食宿不能满足需要,极大地降低了旅游消费者的满意度;铁路方面,全市铁路运营里程达到 599 公里,其中客运专线 150 公里,临汾高铁现有 3 个站台,总体规模偏小,从长远预留发展空间来看,严重制约了其车次的增加和旅游者发送量的增长;民航方面,临汾市起步较迟,发展水平较低,2020 年旅客吞吐量 76.8 万人次、通航国内 25 个城市,综合交通体系建设在一定时期内不能适应产业发展需求,需要大力推进交通设施建设,联通经济发达地区,增

开国际航线,积极推进对外开放。

文化、旅游、康养、会展配套基础设施建设滞后,游客中心、旅游集散中心、旅游应急救援、旅游信息咨询中心、旅游大数据平台、标识系统、旅游环卫设施等文化旅游公共服务设施配套不足、功能亟需完善。全域自驾车服务体系不完善,停车场、旅游标识标牌缺失等问题突出,临汾市域内旅游大通道建设尚未完成,公共交通支持的旅游大环线尚未形成,不利于散客市场的发展;文化旅游资源开发现状与文化旅游资源总体价值不匹配,文化研究、产业服务、养老医疗等公共服务研究与政策较为滞后,严重制约文旅、康养、会展产业的发展。

(六) 产业创新问题

临汾市文化产业发展基本靠政策扶持,产业发展模式、经营方式都较为落后,非物质文化遗产开发的产品依旧较为传统,不能融入现代生活;旅游产业面对行业结构调整、市场需求变化、消费转型升级等方面的变化,“以不变应万变”;重点景区发展尚处于学习模仿阶段,对于产品创新、经营方式创新探索较少;文化旅游产业,产品结构单一,缺乏特色化、个性化、多元化,文化旅游产品稳定性和创新性较差,观光旅游产品仍独占旅游市场,其他形式的旅游产品所占比例相对较少。

目前,各县(市、区)针对文旅、康养、会展产业发展的实招不多,力度不大,人员编制不足,专项资金不够,对于市场发展灵敏度不高,对文化旅游产业创新、新业态培育缺乏应有的力度和协调能

力。

康养、会展产业方面,临汾市缺乏医疗康养、商务会展、奖励旅游、温泉度假、主题娱乐、美食休闲、户外探险等新业态,特别是康养产业、会展产业创新发展较为滞后;在涉及文化产业、旅游产业、康养产业、会展产业方面的政策研究较少,产业创新的支撑体系尚不完善,推动产业创新的市场主体培育不足。

(七)产业主体问题

文化、旅游、康养、会展产业的发展,企业是关键,是产业发展的抓手。产业发展的主体问题不解决,产业发展就是一句空话。临汾市产业主体发展面临的问题主要有:

1. 体制机制问题。部分文化、旅游、康养、会展等产业的初创实体,以政府主导的为主,特别是文物保护单位 and 自然保护类资源,在取得初期成果后,陷入维持和停滞的状态,产业主体性质不清,体制不顺,一直是制约企业发展的主要问题。

2. 项目规划问题。主要出现在人造景观方面,以跨行业投资企业为主。企业投资旅游、康养、文化、会展等产业,特立独行,缺少长远规划。部分景区直接套用其他景区规划和产品创意,盲目上马项目,不考虑定位和战略,造成不必要的浪费和损失。

3. 旅游发展定位问题。主要表现在工业旅游企业和农业旅游企业方面,企业发展旅游及其他产业的战略飘忽不定,一方面积极投入,采取多元化发展的策略,一方面,由于对“旅游+”和“+旅游”理解和领会不深,犹抱琵琶半遮面,丧失了在全省文旅融合发

展的先发优势。

4. 产业主体缺失问题。主要体现在非物质文化遗产类企业和个体方面,非物质文化的重要性不言而喻,但是承载主体以小微企业和个体户为主,由于非物质文化传承的局限性,以及与现代生活的疏离,传承主体缺乏规模化、集约化,缺少综合能力强的企业实体,产业发展在低水平徘徊。

此外,文化、旅游、康养、会展企业在合作营销、产品推广等方面,内部竞争多,合作交流少。应充分发挥行业自律组织的作用,建立和完善交流合作平台,积极融入“一带一路”国家战略,引进国内外先进技术和管理经验,推动与发达地区在文化、旅游、康养、会展等产业方面的交流合作,培育壮大本地产业实体。

第二章 总体要求

一、指导思想

深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习贯彻习近平总书记关于文旅融合发展的重要论述和考察调研山西重要指示精神,锚定“两个转型、文旅先行”目标要求,抢抓机遇、坚定信心,强化使命担当,加快推进基础再造、业态重塑、产品升级、场景革命等重点工作,着力推动文旅产业高质量发展;紧扣中国共产党山西省第十二次代表大会和临汾市第五次代表大会会议精神,按照省委全方位推动进高质量发展要求,坚持文化、旅游、会展、康养四大产业

融合发展、协同发展、创新发展,以会展、康养拉长文化、旅游全产业链,以文化、旅游带动会展、康养快速发展,形成发展新动能,打造新的增长极。积极融入山西省黄河、长城、太行三大板块,统筹临汾市沿黄、沿汾、沿太岳“三大板块”文旅融合发展,贯彻、落实临汾市委“1355”战略部署,紧扣“碳达峰碳中和”发展要求,按照建设黄河流域绿色崛起转型样板城市、打造晋陕豫黄河金三角区域中心城市的战略定位,发挥重点文旅项目带动作用,延伸产业链,形成产业集聚效应;以全域旅游发展为统揽,以深化供给侧结构性改革为主线,在文旅产业转型发展方面,打造文旅产业高质量发展引擎,开创临汾市文旅产业融合发展新局面。

二、发展目标

(一)总体目标

临汾市未来五年文化、旅游、康养、会展产业发展的战略任务,围绕构建和完善社会文明促进和提升工程、新时代艺术创作体系、文化遗产保护传承利用体系、现代公共文化服务体系、现代文化产业体系、现代旅游业体系、现代文化和旅游市场体系、对外文化交流和旅游推广体系开展工作。打造黄河文化世界级IP,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区;突出根祖文化,吸引全球华人寻根问祖;整合太岳山文化旅游资源,打造全国知名的生态康养旅游目的地;突出休闲文化,强化游客体验,打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区;突出传统文化、民俗、非遗技艺,打造博物馆之城。凝心聚力,在全域旅游、文化产业、康养度

假、休闲会展等重点方面做出临汾特色、临汾样板,实现“文化强市,旅游强市”的总体目标。

(二) 品牌建设目标

黄河文化世界级旅游目的地

国家全域旅游示范市

山西康养产业发展增长极

山西省城旅融合发展样板区

“黄河一号”国家级精品旅游线

到 2030 年,形成特色鲜明的临汾文旅品牌,打造全国尧文化、晋文化、根祖文化中心,具有体系完善的文化产业体系,拥有一流的文化研究队伍,成为文化、旅游、康养、会展融合发展的综合性旅游目的地。

(三) 景区建设目标

实施景区倍增计划,力争到 2025 年,AAAAA 级国家旅游景区成功创建 2 家,AAAA 级国家旅游景区成功创建 5 家,AAA 级及 AAA 级以下国家旅游景区成功创建 15 家,省级旅游度假区成功创建 2 家。

(四) 旅游经济目标

保持中高速增长,实现“两个高于”,即发展速度高于全市 GDP 年均增长率,高于全省旅游发展平均增长率,力争到 2025 年,全市旅游接待人次超过 5000 万人次,文化旅游综合收入跨越 1000 亿规模。游客平均停留时间延长 1-2 天,人均花费突破 1000 元。

三、空间布局

对接全省“一群两区三圈”的城乡区域发展格局和“两山七河一流域”生态布局,充分依托临汾市资源禀赋特征与发展基础,围绕建设黄河流域绿色崛起转型样板城市和打造晋陕豫黄河金三角区域中心城市,大力推动城旅融合、文旅融合、康旅融合等战略,构建临汾市文化、旅游、康养、会展产业“1336”的总体空间格局。

(一)一心:区域旅游集散中心

强化中心城市建设,大力推进以汾河公园、尧庙景区、华门景区、涝洨河公园、锦悦城、新百汇等为核心的临汾市城市文化休闲功能区建设;加快推动贡院街片区、古城公园片区、财神楼片区、铝锅巷片区等特色商业街区文化体验设施和旅游设施提质升级,改造100个民宿、茶吧、书吧等院落,深度体验“文化临汾”“书香临汾”“休闲临汾”,建设具有临汾地域文化特色的文化旅游休闲街区;完善旅游集散中心项目体系,承接本地以及晋陕豫黄河金三角地区的休闲度假、商贸会议等功能,建设晋南旅游中心城市,晋陕豫旅游服务重要节点城市、区域旅游集散中心城市。充分发挥临汾市区位交通优势,以尧都机场、大西高铁、大运高速等为纽带,积极构建“米”字形交通网络。大力发展会展产业、康养产业,以文化观光、城市休闲、商务会展、健康养生为引领,提供丰富的文旅休闲产品,讲好临汾故事,打造临汾文化输出的桥头堡与文化临汾体验地。

(二)三区:城旅融合示范区

“十四五”时期,以吉县、安泽县、侯马—曲沃为试点,开展城旅融合发展示范区试点工作,立足现有产业资源,融合文化旅游发展优势,通过城旅一体化发展,促进县域城市发展与文化旅游产业升级:

吉县以管头山及周边区域(包括县城、壶口瀑布景区、人祖山景区、克难坡景区、苹果种植园、管头山特色民宿等)为主,建设以旅游业、苹果产业、会展产业、康养产业融合为主的示范区。

安泽县以县城及周边红色爱国主义基地、自然资源游览点、特色乡村等区域为主,构建以荀子文化、红色文化、康养产业、医药制造、会展产业为核心的产业融合示范区。

侯马—曲沃县以保税区、军工厂遗址、太子滩温泉、大型钢铁企业、乡村旅游区等特色资源为主,积极谋划对接“一带一路”国家和城市周边区域,发展免税商品、会展产业、电子商务、工业旅游等为主的融合发展示范区,促进侯曲同城化发展,做强临汾经济发展新的增长极。

(三)三线:文旅融合风景廊

沿黄突出黄河风情游,围绕黄河国家公园建设,提升完善黄河一号旅游公路(黄河风景廊道),以黄河板块核心景区建设为核心,把壶口瀑布、云丘山、乾坤湾等核心景区打造成黄河流域游客人数最多、停留时间最长、经济效益最好的龙头景区和世界级旅游目的地,贯通黄河一号旅游公路,增加旅游公路观景点、自驾营地、

标识标牌等设施,构建以黄河风情、民族精神为主题的黄河文化廊道。

沿汾突出根祖文化游,构建汾河谷地文化体验廊道(汾河风景廊道),通过主线串联、支线循环、连线成网,以完善沿线城市休闲设施、文化体验设施为主,丰富大运公路和滨河路沿线文化旅游功能,连接霍州署衙、汾西师家沟、洪洞大槐树、广胜寺、陶唐故园、尧庙-华门、丁村民俗博物馆、陶寺遗址博物馆、晋国博物馆、燕村荷花园等景区景点,做好亮化、美化,布局康养、会展等业态,完善餐饮住宿设施,适时启动文化旅游驱动的特色城镇建设。

沿太岳突出研学康养红色游,规划建设环太岳山旅游公路(太岳风景廊道),整合沿线丰富的旅游资源,以开发康养旅游、红色旅游、研学旅游、观光旅游为基础,打造多元化生态文化旅游产品。重点推进霍州七里峪、洪洞兴唐寺、古县云顶小镇、浮山太皇峪、安泽飞岭村、翼城舜王坪和河上公德等康养项目建设。支持各县挖掘地方文化,开发弟子规、蔺相如、荀子等研学旅游产品体系,构建以太岳乡村风情、自然风光、特色民宿为主题的休闲度假、生态康养旅游廊道。

(四)六地:做大做强目的地

建设能够吸引游客、留住游客的六大旅游目的地:壶口旅游目的地、大槐树旅游目的地、云丘山旅游目的地、陶寺遗址旅游目的地、尧庙—华门旅游目的地、晋国文化旅游目的地。壶口旅游目的地以壶口景区为龙头,整合管头山、人祖山、吉县县城及周边景区

和乡村旅游点打造黄河文化旅游目的地；大槐树旅游目的地以大槐树景区为龙头，联合苏三监狱、广胜寺、古历山等景区，打造根祖文化旅游目的地；云丘山旅游目的地以云丘山景区为龙头，联合紫砂小镇、戎子酒庄、峰岭等区域景区景点，打造山地休闲度假旅游目的地；陶寺遗址旅游目的地以陶寺遗址为龙头，整合周边的滑雪场、乡村旅游点，联合丁村民俗博物馆，打造陶寺遗址旅游目的地；尧庙—华门旅游目的地，整合锦悦城、新百汇、汾河公园等景区景点，打造中国尧文化旅游目的地；晋国文化旅游目的地以晋国博物馆为龙头，联合曲沃、侯马、翼城现有文博资源，加强基础设施建设，丰富旅游新业态，打造晋国文化旅游目的地。旅游目的地的建设要突破原有行政区域限制，发展特色文创产品和旅游商品，丰富夜间文化旅游产品，烘托整体文化景观和浓郁度假氛围，结合文化遗产、主题娱乐、精品演艺、商务会展、城市休闲、体育运动、生态旅游、乡村旅游、医养康养等充分打造核心旅游产品和精品演艺项目，龙头景区要精心设计打造一台大型高标准实景剧，增加旅游新业态，为来临游客提供更深入、更完整的文化旅游体验。

第三章 产业发展规划

一、做强文化，引领全局，抓好八项工作

(一) 打造临汾文化品牌

文化产业的竞争，核心是文化品牌的竞争。文化品牌是具有强大影响力和突出代表性并被大众广泛认同的文化标识，是精神、

价值、理念的重要载体,体现了优异的文化品质。文化建设必须充分发挥自身优势,打造文化品牌,使之走入群众、走进市场、走向世界。临汾是人类文明之源、中华文明之源、三晋文明之源的重要发源地;临汾市拥有丰富的文化资源,由于历史积淀、方言习俗、地理环境、经济发展水平等方面明显差异的制约,临汾历史文化和现实发展区域差异较大,特征迥异,其中任何一个区域文化的主要特征,都不能概括为临汾文化的共同特征。以“中国根·黄河魂”为统领,打造根祖文化品牌、黄河文化品牌、晋国文化品牌、中医药康养文化品牌、红色文化品牌。积极开展对外宣传和交流,提高临汾文化品牌对外的影响力和美誉度。

(二) 夯实文化研究基础

筹建临汾市文化研究院,坚持从研究临汾本地出发,深入解读临汾文化的发展现状,大力推进临汾当代文化发展研究,总结发展经验,厘清得失;着力挖掘整理临汾历史文脉,推进历史文化专题研究,系统梳理临汾文化名人资源,全面盘点临汾历史文化典籍,挖掘文化内在动力,重点围绕黄河文化、根祖文化、晋国文化、晋商文化、鼓乐文化、二十四节气、庙会、名人文化、古代建筑、传说故事、戏曲文化、丁村文化、尧文化、陶寺文化开展专项研究,为经济社会发展和文化建设、激活文化基因提供智力支持。通过与中国社会科学院、中央党校、山西大学等大院名校的紧密合作,组织实施历史、文化系列研究,产出一系列有分量有影响的理论研究成果,多出新品、多出精品。

(三) 打造文化艺术精品

打造文化品牌、文化艺术精品是临汾文化强市的一个重要标志。实施文化艺术精品工程,鼓励各文艺创作生产单位不断加大精品创作力度,着力提高精品创作的组织化程度,打造一批具有较高创作水准和较大社会影响的精品,推出一批为广大群众喜闻乐见的大众文化产品。推进《老鸛窝》《泪洒相思地》等剧目改编提升,参与国家舞台艺术精品工程评选,重视在国家级平台的展示;推进蒲剧、眉户等戏剧艺术作品的创作,出新人,出新剧,朵朵梅花开平阳;除舞台艺术外,支持文学作品、美术作品、电视连续剧、动漫作品、精品出版物等艺术门类百花齐放;鼓励以艺术院团、文化团体等文化机构为载体,推动优秀文化艺术产品有效传播,面向群众、面向基层,让大众感受到文化艺术精品的魅力。

(四) 守护临汾地域文化

文物、古籍与地方文献、非物质文化遗产是临汾市民精神家园的重要组成部分,临汾市拥有文物及非物质文化遗产 515 项,文物保护单位 180 处,其中国家文物保护单位 54 处,省级文物保护单位 96 处,市级文物保护单位 30 处,各级各类公共图书馆收藏有 9 种国家珍贵古籍和大量珍贵地方文献,市级以上非物质文化遗产项目 365 项。对于临汾的地域特色文化,通过举办文艺晚会、成果展,举行民间艺术节,大力向公众宣传文化遗产保护,营造良好的社会氛围。对于临汾本地产生的属于全民族共有的文化,如根祖文化、尧文化、晋国文化、法显文化、锣鼓文化、面食文化,应当加强文化研究、文

化解读和文化定位,确保拥有对文化的绝对解释权和话语权,避免在文化国际化的背景下,临汾地域文化淡化与消失。对于古籍与地方文献,要坚持守正创新,加大古籍文献普查力度和收藏保护,加强地方文献征集与研究,重视文献价值揭示挖掘与宣传开发,让文献里的文字活起来,实现创造性转化与创新性发展,服务地方经济与社会发展。在物质文化遗产活化方面,对文物保护单位、大遗址、历史文化名城名镇名村等珍贵遗产资源,在严格保护的基础上,充分挖掘文物的历史文化内涵,更新思维观念,创新方式方法,千方百计让文物活起来,以旅游盘活文物价值,迎合现代人的旅游休闲需求,采用酒店、民宿、餐饮等形式进行活化利用,打造一批网红文旅体验产品,在保护传承弘扬临汾物质文化遗产的前提下充分发挥物质文化遗产价值。重点推进襄汾县‘一都一城一村’文物保护活化利用。

(五)建设文化传播阵地

文化需要传播,传播需要阵地,让临汾百姓人人享“文化”,只有抓好基础文化设施的建设,才能夯实基层文化工作的基础,巩固社会主义文化阵地。一方面,重视文化广场、博物馆、图书馆、美术馆、大剧院等文化设施的建设,满足群体性文化传播的需求;另一方面,布局街头公园、社区小广场、购物场所等便民文化设施的建设,满足大众文化传播需求;此外,鼓励支持利用餐饮设施、购物场所、废弃房屋、公共厕所等设施,建设阅读沙龙、曲艺类节目、折子戏、戏剧表演等活动场所,培育丰富多样的文化艺术传播阵地。纵

向构筑市—县—乡—村功能齐全、设施先进的传播体系,横向构筑跨文化、跨艺术形式的文化传播网络,并对文化传播阵地分类命名授牌,规范管理。

(六)促进文化产业发展

结合现有的旅游企业、文化企业、工业企业等企业实体,分层次、分重点推进文化产业化发展。积极推进国有文化单位转企改制、发展民营文化企业、建设公共文化服务体系、培育现代文化市场体系、健全宏观管理体制,推进蒲剧院、眉户剧团、小梅花剧团等单位开展文化体制改革综合试点工作,加速提升国有文化集团整体实力和竞争力。结合临汾市工业、农业、中药材等产业的优势,利用剪纸、印刷、药茶、苹果、梨、美食等特色优势,旅游搭台,文化唱戏,布局高规格会展活动。

(七)拓展文化传播渠道

临汾市在国家级平台、省级平台宣传的力度仍需加强,扩大临汾文化影响力,必须拓展文化传播渠道,强化临汾地域文化竞争力和辐射力。其一,要请进来,以“交流、友谊、合作”为主题,邀请国内外新闻文化界人士来临汾实地考察采访,增进外界对临汾市和临汾文化的了解和认识,促进与国内外企业的交流与合作;其二,要走出去,在“一带一路”沿线国家举办文化交流活动。以法显文化为纽带,促进法显文化和“一带一路”倡议的结合推广,组织法显文化研究和学术交流活动,创建国际交流合作平台,做中国优秀传统文化的传播者。通过摄影展览、艺术表演、文物展览、民间工

艺展演、戏曲表演等形式,对外传播临汾优秀文化。其三,要沉下去,充分发挥临汾文化阵地作用,通过发行文化便民卡,方便市民和外来务工人员在全市景区游览,在影剧院看戏、看电影,在图书馆(室)免费借阅图书等,更好满足人民群众的文化需求。

(八)引进培育文化人才

文化名人名家、高素质文化人才是一个地区的文化名片和文化形象。文化强市建设,人才是支撑;文化事业创新,人才是关键。坚持以人为本,把工作重点放在创新、完善人才工作的机制上。筑巢引凤,创造良好的环境吸引一批高级文化人才来临汾工作,在临汾市文化的各个领域,特别是在考古、动漫、文学研究、戏曲创作等方面,积极谋划具有全国水准的名人名家人才引进计划,引进或柔性引进重量级文化名人。

在创新人才培养手段和改进培训方式方面开拓思路,争取资金为人才队伍建设提供保证,用于加强文化领域领军人物和各类高层次专门人才的培养、培训、引进、激励和选拔管理;鼓励支持业余文体骨干培训与选拔,充实基层群众文化活动组织群体。

专栏1 临汾市“十四五”专项文化事业项目

——凝练、总结、提出新时期“临汾精神”

——专项文化研究项目

围绕黄河文化、根祖文化、晋国文化、晋商文化、鼓乐文化、二十四节气、庙会、名人文化、古代建筑、传说故事、戏曲文化等开展研究,出版一系列高水平研究成果。

——文化艺术精品项目

◆**国家级:**《百年师家沟》《南上官狮舞》《彭真》《春暖蒲子山》《绿染蒲子山》《振兴蒲子山》等剧目。

◆**省市级:**《黄河大合唱》《又见大槐树》《白店秧歌》《水神庙》《崔法珍与赵城金藏》《廉吏曹端》《塔尔坡烽火》《黄河仙子的故事传说》《隰县梨颂》等剧目。

——**特色地域文化保护**

围绕帝尧文化、根祖文化、晋国文化、法显文化、荀子文化、蔺相如文化、弟子规传统文化、锣鼓文化、面食文化,结合城市建设和景区开发,建立文化保护区,打造研学基地。

——**文化传播阵地**

依托各县(市、区)博物馆、美术馆、图书馆、各乡镇文化站、广场、餐饮设施等公共设施和民营设施,建设文化传播阵地。

——**文化体制改革**

推进蒲剧院、眉户剧团、小梅花剧团等单位开展综合改革试点工作。

二、产业融合,产品升级,实施产业融合十大工程

(一) 双创示范工程

结合国家全域旅游示范区创建,打造特色文旅县,实施双创示范工程。国家全域旅游示范区的创建,产业融合发展是根本条件,洪洞县全域旅游示范区的创建为临汾市全域旅游示范市的创建开了好头。临汾市全域旅游示范区的创建,应在文旅融合的新业态方面取得突破,文化引领的多产业融合势在必行。鼓励各个县(市、区)在这个背景下,创建山西特色文化旅游目的地,在树立本地资源的基础上,围绕大康养、核心文化、特色产业,通过差异化发展,积极构建本地特色文化旅游产品,在本省有优势,在全国有特点。持续推动“双创”活动,完善创新成功单位的奖励制度,提高各县(市、区)对文化旅游融合发展的重视程度,原则上国家全域旅游示范区的名单从特色文化旅游县中产生。

(二) 品牌创建工程

实施品牌创建工程,通过旅游+康养+城市+廊道的组合,以天下尧都古镇、吉县壶口瀑布景区、洪洞大槐树寻根祭祖园景区、尧庙—华门景区、古县牡丹园区、太子滩温泉等项目建设为重点,完善核心城市基础设施,强化核心城市功能,精心培育和持续孵化一批旅游区、康养度假基地、旅游中心城市、旅游景观廊道;A级景区方面,全力推进乾坤湾景区创建国家5A级景区;文博产业方面,建设非遗文化博物馆群、尧文化博物馆群、晋文化博物馆群、抗战文化博物馆群、红军东征革命文化博物馆群、非遗传统文化艺术博物馆群等6大博物馆群,打造“博物馆之城”。康养产业方面,以霍州市、乡宁县、蒲县等县(市、区)为试点,创建区域天然氧吧、气象小镇等以气象特色为主的康养示范区,推动霍州七里峪、吉县人祖山、乡宁戎子酒庄、襄汾荷花小镇创建综合康养示范点。

(三) 乡村提质工程

乡村提质工程要采取农业、文化、旅游、康养产业全方位、深层次融合发展,依托乡村特色产业,大力发展城郊休闲农业、生态康养农业、旅游观光农业,建设一批农业、文化、旅游、康养“四位一体”、生产生活生态同步改善的农业主题公园、休闲农业示范点、美丽乡村、特色村镇和田园综合体;提高农村厕改质量,提升民宿建设水平,改善乡村旅游住宿卫生条件,能够提供但不限于乡村骑行、特色农家乐、乡村度假、乡土教育、乡村摄影、农事体验等专项旅游;到2025年,建成乡村振兴旅游示范村30个,打造精品休闲农业示范点30个以上、推介精品线路10条,创建中国美丽休闲乡

村 5 个、山西省美丽休闲乡村 15 个，全市休闲农业和乡村旅游营业收入力争达到 10 亿元以上。

在全民奔小康的背景下，以乡村振兴为目标，坚持文化引领，旅游、康养、会展齐发力，积极创建“三个人家”，结合社会主义核心价值观恢复传统庙会，激活民间戏曲、故事等，发展剪纸、陶器制作、青铜工艺等民间工艺，促进乡村从“环境美”向“发展美”转型、实现“美丽乡村”到“美丽经济”的转型。

(四) 文体强市工程

大力发展体育事业，特别是民间体育项目，树立世界飞镖故里、中国围棋之源、三晋射击强市、航空运动佳地等体育旅游名片。更新发展理念，文旅部门和体育部门共同协调发展，通过体育+旅游+文化+比赛的形式，整合现有的赛事资源、传统体育文化、既有的体育公共服务设施等，将传统武术（通背拳、太极拳）文化、传统武术研学、射击运动教育、航空运动教育同临汾地方饮食、文化、风俗结合，开展体育赛事（田径、摔跤、武术、射击等）、体育展览（体育装备、体育文化等）、体育研学、文体论坛（研讨会），发挥文体融合优势，做大做强体育产业，形成以临汾地域体育文化为标识，以优势体育赛事为依托、以旅游产业为载体的复合型体育旅游产业，促进临汾市文体强市建设。

(五) 康养培育工程

老年、养生和医疗旅游在临汾全市范围内均适合开发，充分利用中医药资源，结合森林康养、乡村旅居等形式，促进老年旅游、养

生旅游、医疗旅游等相关产业的共同发展,加强与文化遗产旅游、自然旅游、乡村旅游等其他旅游形式的融合,依托资源禀赋,积极利用智慧气象服务,以宜居、宜业、宜游、宜养的良好自然环境、丰富的人文风情、舒适安逸的生活方式和休闲文化以及优质的康养服务为支撑,整合中医药康养旅游、温泉旅游、美食旅游、康复医疗、养生养老等各类旅游产品的优势,融合各个产业资源优势,建设特色康养旅游目的地,扩大康养旅游产业规模,保护传承民族文化、打造文化精神高地,实施城镇养老幸福工程;鼓励全市各级医疗机构深度拓展健康、养生、养老服务空间,支持社会力量开办非营利性医养结合服务机构,以打造“山西康养生活新方式”为目标,多元化开发康养旅游产品,推动康养产业建设。建议采取以下五项战略:

1. 发展研学旅游

与临汾市各大中小学合作,组织开展研学旅游,提供创新型研学旅游产品。依托临汾市博物馆、铁佛寺、陶寺遗址博物馆、丁村民俗博物馆、晋国博物馆等陈展,推出一批亲子考古、博物馆研学旅行、体验旅游精品线路,展示临汾历史文化。依托侯马彭真故居、永和红军东征纪念馆、安泽小李村等革命文物点推出爱国主义教育研学旅游产品。依托蔺相如、荀子、法显等历史人物推出临汾历史文化研学旅游产品。依托曲沃磨盘岭、安泽黄花岭、翼城舜王坪、乡宁县戎子酒庄、襄汾尧京酒庄等资源推出中药材、自然及野生动物、特色果蔬、葡萄酒等研学旅游产品。通过不同类型产品线

的建设,打造临汾市研学旅游产品体系。

2. 养生旅游提质

临汾市矿泉和温泉资源得天独厚,但是服务设施质量有待提高,高质量的新企业也有待创建。要开发不同类型的温泉和水疗设施,升级养生旅游服务,以提质升级为目标,组织国际品牌研讨会,学习国际养生企业和国际知名品牌的开发经验,提高温泉养生及水疗设施的现代化水平,达到可以供应日韩等国际市场的标准。抓好两个市场,通过产品分类,明确推广市场,向省内居民推广一般性休闲和养生服务的温泉及水疗产品,向省外市场以及入境市场推广医疗温泉及延伸产品。重点推进曲沃太子滩和襄汾荷花园提质升级,打造温泉康养小镇。

3. 医疗旅游开发

以临汾市医疗设施为基础,结合康体医疗的需求,提供医疗旅游服务,培育以强身健体的健康医疗服务为核心的疗养旅游产品。实施中医药旅游战略,充分利用知名医院、老中医、老专家、高校及科研院所及康养设施等资源,发展中医药旅游,打造中医药旅游示范区和基地,鼓励旅游运营商创新旅游产品。重点依托吉祥王氏烧伤、一针消肿疗法、楼村中医世家胃灵散制作技艺、贾氏乌金散制作技艺、襄汾关梁氏膏药制作技艺、谢氏艾灸、姚氏乳病消药膏、东南李烧伤生肌膏、义门李氏捏骨、太乙万灵膏、马氏理筋等中医特色疗法,吸引对传统中医感兴趣的游客或希望在临汾寻医治疗的人,利用价格优势,制定老年人“治疗+旅游”一体化产品。

4. 乡村休养基地

为医疗旅游者开发术前和术后护理旅游套餐,延长医疗旅游者用于治疗 and 康复的停留时间,建设乡村休养基地,制定乡村康养旅游战略,提供针对老年游客的特色服务,特别是医疗康养老年游客的特色乡村旅游产品。开发老年游客购买或租赁房地产作为度假或退休养老居所,建设高质量的建筑综合体,配备适合老年游客的基础设施,鼓励养生旅游单位自主开发美容产品与保健产品。加强与重点企业和行政事业单位联系,以乡村休养基地为重点,特别是依托壶口瀑布、乾坤湾、云丘山、古县牡丹园、云顶小镇、历山·大河国家级森林康养示范基地、七里峪、陶唐峪及周边乡村,建设集旅游观光、避暑度假、森林康养、中医养生于一体的乡村休养基地,打造全国知名的山地生态乡村休养度假区。

5. 打造康养基地

打造与气象、节气、气候相关的康养旅游示范基地,在前期创建成果的基础上,继续探索“文旅+康养+气象”融合发展的模式,巩固翼城县“历法之源”的创建成果,打造全国唯一的“历法之源”文旅标签;积极开展临汾市“二十四节气之城”创建;推进霍州市、安泽县、乡宁县、蒲县等区域天然氧吧、气象小镇等特色文旅康养项目的创建,打造全国知名生态康养旅游目的地。2022年,重点推进霍州市七里峪康养小镇、安泽县草本香康养社区、乡宁县云丘山、安泽县蒹葭乡居与“田园康养”、洪洞县“康养庄园”等项目的建设 with 提升。

(六) 会展提升工程

做好会展产业发展顶层设计,大力实施“文化+会展”“旅游+会展”“农业+会展”“工业+会展”等策略,积极筹办临汾市优势产业会展项目,争取国家级会展项目;重视非物质文化遗产、传统庙会、民间习俗,实施“庙会+餐饮”“庙会+文化”“庙会+旅游”“庙会+非遗”等措施,丰富庙会内容,强化庙会的综合平台作用;利用临汾市煤炭、钢铁、蔬菜、药茶等产业优势,提升原有行业展会的级别,增加展会的内容与功能,采用行业展会的形式,增强行业地位,提高行业影响力。

“十四五”时期,抓好两项工作,一是国家级会展,做好大河文明旅游论坛、中国药茶博览会、吉县苹果产业大会、隰县玉露香梨产业发展论坛、晋陕豫黄河金三角(曲沃)国际果蔬博览会暨智慧果蔬创新发展大会等5大会展节事;二是抓好会展场馆设施建设,规划论证临汾会展中心建设,加快闲置厂区(临钢厂区、侯马军工厂区等)特色会展改造利用,优化全市会展产业空间布局,促进会展服务企业发展,加强对外宣传交流,擦亮临汾对外宣传的新窗口。

(七) 城旅融合工程

城旅融合作为临汾市文旅融合的重要抓手之一,临汾市城区继续深化“靓城提质”工程,坚持主客共享,提高城市形象,提高居民幸福感,“十四五”期间建设城市公园共1个,建设游园22处,配备完善的旅游标识系统。

吉县通过城市、乡村、旅游、文化、智慧科技的综合提升,积极

推动国家文化公园的创建申报,强化文化自信,引领区域文化旅游发展;安泽县通过做精山水观光、气候旅居,做强避暑度假、生态康养、会展商务,做大山地运动、自驾旅游、乡村旅游、红色旅游等产品;侯马一曲沃,改变景区与行政中心割裂的现状,加快文化娱乐演出、文化创意商品、极限运动、自然研学等业态的培育,突出中心城镇的引领作用,建设临汾市、安泽县、吉县、侯马一曲沃“一心三点”的城旅融合试点,延伸辐射乡镇与乡村的旅游休闲平台体系。

提高城市的宜居性,提高居民幸福感、获得感,以优质的生态、生活环境“筑巢引凤”吸引高素质人才,进而实现“人城产”的区域经济发展模式,实现城市的长远发展与繁荣。

对接5G网络技术发展,以旅游交通为抓手,重点推进旅游厕所、旅游集散服务中心、旅游公路服务区、自驾车营地等全区旅游基础服务设施建设,为消费者提供丰富的旅游体验。通过自驾旅游公路、自行车骑行绿道、低空航线等特色交通将全市旅游景区景点、美丽乡村、特色城镇、中心城市串联,营造便捷、安全、高效的文旅消费场景。

(八) 主体培育工程

临汾市文旅产业主体不成规模、综合能力不强。“十四五”时期,市场主体培育工作围绕三方面展开:

一是,策划包装一批重大特色文化旅游项目,招商引资一批有实力、有理念、有经验的文化旅游产业战略投资者和运营操盘机构,引入一批现代康养、度假、会展、医疗等国内一线品牌企业,提

升一批以本地文化体验、自然观光为主的优势企业,打造一批综合实力和竞争力强的社会骨干文化旅游企业。

二是,深化国有文化旅游企业改革创新,推动文化旅游企业的混合所有制改革,特别是博物馆、文物保护单位等。从政策、项目、资金等多方面大力扶持文化、旅游、康养、会展企业发展,特别是涉及非遗、康养、会展等相关产业的小微企业,形成相互促进、开放多元的发展格局。

三是,鼓励和培育临汾市重点景区、优势文旅企业、文化旅游创意企业在主板、创业板、新三板等多渠道上市挂牌,丰富融资渠道,增强企业发展活力。

(九)提振夜间经济

临汾市的夜间经济以餐饮为主,餐饮业较为发达,在夜间美景、夜间娱乐方面欠缺较多。“十四五”时期重点抓好步行街、24小时营业场所、旅游演艺等方面的工作。

一是,加快步行街改造提升,推动临汾市财神楼街、青狮街、铝锅巷、尧庙步行街、秦蜀路改造升级,推动尧庙步行街与锦悦城、新百汇综合开发,编制夜间经济消费地图,精心培育若干个地标性夜间经济生活集聚区、夜间经济示范街、特色消费商圈、夜间经济示范点(网红打卡点)等;打造展现山西特色的全国样板街区,创建国家级旅游休闲街区;全面启动各县(市、区)步行街改造提升试点建设工作,鼓励有条件的街区加快景观化、娱乐化、数字化改造。

二是,以“点亮临汾,多彩之夜”为主题,培育7个以上夜间经

济试点,打造一批特色鲜明、业态多元、亮丽美观的地标性夜经济生活集聚区,构建“城区、街区、景区、商区”四位一体的夜间经济体系。围绕夜游、夜娱、夜食、夜购、夜宿、夜健等主题特色,支持建设夜间经济集聚区,营造全天候消费氛围。

三是,加强老字号挖掘保护,培育 100 家老字号企业。鼓励开展老字号企业进景区、进步行街、进影院等消费体验活动,支持开展地方非物质文化遗产技艺进景区、进剧院、进社区展示活动;鼓励老字号开设旗舰店、体验店、集成店、快闪店等,培育老字号新零售集聚区。

四是,提升夜间文化品位。夜间经济真正的魅力在于营造浓厚的文化味,可将戏曲文化、尧文化、晋国文化、根祖文化、锣鼓文化、养生文化等本土文化融入到夜间经济的各个环节,让传统注入时尚与活力,满足不同主体的差异化精神文化需求,打造若干个“平阳之夜”文化地标。在餐饮、购物之外,开发文化、体育、竞技、表演、康养之类的夜产品,鼓励展览馆、美术馆、体育馆等夜间开放,推出“临汾书房”“深夜影院”“24 小时药店”“非遗夜工坊”等项目,打造一批具有标志性和知名度的节庆、演艺活动、灯光秀、体育运动等品牌项目。

(十) 商品提质工程

积极引导扶持临汾特色文化旅游商品产业发展。重点研发生产营销独具临汾地方文化特色和临汾地理标志的系列工艺品、工业品和农副土特产品以及生态健康食品,努力把古县核桃、大宁西

瓜、贺家庄鲜桃、隰县玉露香梨、蒲县马铃薯、安泽连翘、戎子酒庄葡萄酒、乡宁琪尔康翅果油、吉县苹果、永和条枣、大宁红皮小米、南林交村紫皮蒜、吴家熏肉、羊獬烧鸡等农副产品和地理标志产品品牌化、标准化,特别是吉县苹果、隰县玉露香梨、安泽连翘等“气候好产品”“气候品质认证”等特色农产品,充实“后备箱”经济。

鼓励平阳版画、平阳麻笺、郑月巴葫芦、乡宁紫砂、唐人居家具等临汾非物质文化遗产走入寻常百姓家里,夯实地方文化消费市场,分类推进驰名中外的文化旅游商品体系,凸显旅游商品的文化性、包装小型化、购买便捷性、推广网络化(视频直播)、功能多样化,适应现代消费者旅游购物需求和旅游后日常消费需求。

加强具有临汾市地域文化的特色文创产品开发,特别是博物馆文创产品、非遗与地方旅游资源结合的文创产品、特色餐饮文创产品等,重点围绕壁画、古建、经书(赵城金藏等)、雕塑、戏曲等内容进行开发,建立临汾市文创知识产权库,组建文创推广行业组织,构建临汾市文化产业新体系。

专栏2 临汾市“十四五”产业融合项目

——双创示范工程

各县(市、区)分次分批完成国家全域旅游示范区、特色文化旅游县建设。

——旅游目的地

推进壶口旅游目的地、大槐树旅游目的地、云丘山旅游目的地、尧庙—华门旅游目的地、陶寺遗址旅游目的地、晋国文化旅游目的地等多要素融合的旅游目的地。

——乡村旅游集聚区

曲沃县乡村旅游集聚区、吉县乡村旅游集聚区、安泽县乡村旅游集聚区、乡宁县乡村旅游集聚区。

——重大文体项目

◆国家级：

全国软式飞镖公开赛、“尧王杯”围棋公开赛两项国家级赛事。

◆省级：

浮山县厨师大赛、隰县梨花节和玉露香采摘节、山西省射击赛(安泽)、吉县黄河大合唱艺术周、云丘山黄河英雄越野赛等节庆赛事。

——重点康养项目

◆森林康养：推进七里峪景区、二郎山康养旅游景区、人祖山景区森林康养项目、浮山县太皇峪生态旅游景区、侯马市紫金山文旅康养小镇、蒲县五鹿山国家级自然保护区、洪洞县兴唐寺旅游景区、古县云顶艺术休闲小镇、古县党家山村、古县祖师顶森林康养基地、隰县紫荆山省级旅游度假区、乡宁县云丘山景区、乡宁县峰岭景区、历山景区、乡宁县才子书院等森林康养项目。

◆运动康体项目：以体育健身、休闲度假、康养运动为主，推进古县牡丹园、侯马市香邑湖、蒲县湿地公园、尧都区天寿山登山步道、翼城县佛爷山、汾西县北姑射山等运动康体项目建设。

◆温泉康养项目：燕村荷花园、洪洞县恒富温泉、曲沃县太子滩、古县牡丹景区、隰县紫荆山省级旅游度假区、乡宁县戎子酒庄-黄土高原葡萄酒特色康养小镇、乡宁县云丘山景区等景区做好高水平温泉旅游产品开发。

◆食疗养生项目：永和县民俗小吃槐花饼、浮山县尧田醋业、乡宁县琪尔康翅果油、乡宁县圣酝蜜坊、乡宁县光华镇玫瑰饼等食疗养生项目。

◆养老地产项目：汾西县北姑射山景区、侯马市乔北社区养老幸福工程。

◆山西药茶项目：打造浮山县寨圪塔端午茶、古县兴岳连翘酸枣叶茶、乡宁县尉庄乡连翘茶、乡宁县光华镇季槐饮(双季槐米茶)、乡宁县光华镇玫瑰庄园玫瑰茶、乡宁县云丘山流苏茶、蒲县药茶、侯马山西药茶生产基地、翼城县“翼壶好茶”研发基地等山西药茶基地。

——会展提升项目

◆国家级：大河文明旅游论坛、中国药茶博览会、吉县苹果产业大会、隰县玉露香梨产业发展论坛、晋陕豫黄河金三角(曲沃)国际果蔬博览会暨智慧果蔬创新发展大会等国家级会展。

◆省市级：帝尧文化旅游节、晋文化论坛、中国·霍州教育产业发展论坛、法显论坛、中医药康养大会等省市级会展项目。

◆会展设施：临汾市会展中心。

——城旅融合工程

试点推进安泽文旅城、吉县文旅城、侯马曲沃文旅城、洪洞文旅城、燕村文旅小镇、奥特莱斯芭蕾雨文旅小镇等城旅融合项目的建设和提升工作。

——特色街区项目

◆国家级：尧庙华门步行街、隰县梨花街(电商一条街)。

◆省市级：大明文化风情街、洪洞民俗主题街、蒲县特色风情街、曲沃曲村古街、曲沃兴隆街—西环路、隰县怡泽街美食一条街、霍州市州里街等特色街区。

——旅游文创品牌

以工艺品、日常用品、食品、服饰为主,打造鱼娃朵朵、黄河仙子、布老虎、槐宝、鹤鹤、槐豆、翼壶好茶等文创 IP。

第四章 公共服务体系规划

一、公共文化服务体系建设

(一) 公共文化设施提档升级

制定公共文化设施建设规范和标准,在原有文化馆(站)和图书馆(站)建设标准基础上,完善相关设备的配套,提高文化站硬件设施水平,提高综合性服务能力,实现公共文化设施功能多样化、融合化,提升公共文化服务能力。强化乡镇文化站功能和地位,向乡村综合文化服务中心倾斜,整合各类公共文化资源和公共服务职能,促进共建共享,打通公共文化服务“最后一公里”。“十四五”时期,全市各乡镇完成乡镇综合服务中心的建设,补足乡镇公共文化服务环节,建设有广场、有活动室、有宣传栏、有图书、有文体器材、有数字文化服务、有文艺团队、有特色活动的村级综合文化服务中心,实现“八有”村级综合文化服务中心建设覆盖率达

50%，积极申报国家公共文化服务体系示范项目。

（二）县级文化场馆体系建设

按照《山西省县级文化馆图书馆总分馆制建设评价指标（试行）》《山西省基层综合性文化服务中心建设评价指标（试行）》等规范和标准，扎实有序开展县级文化馆图书馆总分馆制建设工作，做好市、县（市、区）、乡镇、乡村均衡发展，惠及更多群众。“十四五”时期，在全市范围内建立起以县（市、区）文化馆、图书馆为总馆、以乡镇（街道）综合文化站等文化活动场所为分馆、村（社区）综合文化服务中心为支馆的县级文化馆总分馆体系，统筹利用本地区文化活动、文艺创作、文艺辅导、送戏下乡、送书下乡队伍培训和演出器材设备等群众文化艺术资源，形成资源共享、管理规范、服务高效的文化艺术服务网络，丰富群众文化活动产品和服务，推进全民艺术普及，传承优秀传统文化，更好满足城乡居民日益增长的美好文化生活需要。有序推进图书馆分馆进学校、进军营、进社区，建设农村文化礼堂、村级数字文化广场、村民艺术学校、文化舞台。不断延伸公共文化触角，缩小公共文化服务半径，促进公共文化服务均等化。

（三）非物质文化遗产保护传承

开拓创新非物质文化遗产保护传承方式，贴近百姓生活，在地方戏曲保护传承方面，促进戏曲进校园常态化，尝试在尧都区、蒲县等地中小学开设戏曲艺术兴趣班并常年教学，定期开展蒲剧、京剧等优秀戏曲进校园宣传展演，组织全市少儿戏曲汇演活动，组织

优秀剧目进乡镇进社区。结合乡村振兴战略,推动曲艺、雕塑、食品加工、传统手工艺等非物质文化遗产,一起随送戏下乡队伍,推广到田间地头,打造临汾市非物质文化遗产活态化集中交流展示平台,让非遗重回民间。尝试每两年组织一次临汾市非物质文化遗产综合性展览,包括非物质文化遗产研究成果评比、非遗创新作品展、戏曲新创现实题材剧目展演(特别是当代农村题材)等,促进非遗保护、文艺精品创作和群众文化活动的丰富多彩。

(四) 树立公共文化服务品牌

深化“回家·悦生活”服务理念,求新求变,树立临汾公共文化服务品牌。全市公共文化服务设施能够根据年龄、性别等提供特色服务设施,能够实现文化服务产品电子化,方便查询、订阅、投诉,能够提供免费存包、饮水、老年人急救药品等,公共文化场所实现无线网络全覆盖,为读者提供方便和服务。

积极创新公共文化设施管理模式,在政府统筹的前提下,探索众筹基金、众创、志愿者、社会资本等共同参与的管理模式,盘活资源,提高利用效率,收获更大的综合效益。深入挖掘地方特色文化资源,将二十四节气、大槐树祭祀礼仪、德孝文化等地方优秀文化,结合现代生活需求,通过图书馆讲座、美术馆展览、演艺剧院文艺精品等品牌群众文化活动,让优秀文化贴近生活、贴近群众、贴近基层,创建全省基层公共文化服务先进典型。广泛发动文化志愿者,投入公共文化服务活动,建立文化志愿者联合会,充实基层文化服务人才队伍,夯实公共文化服务体系建设的中坚力量。

二、凸显临汾地方文化特色餐饮品牌

(一) 凸显餐饮企业文化

改变只重味道和口碑的原始做法,增加餐饮文化梳理与展示;改变浅显粗硬的历史杜撰,真实反映餐饮个体发展的过程(如牛肉丸子面、浮山面馆等);改变一味展示外地文化特色的做法,适度增加临汾地方文化元素(增加外来菜系,用餐环境的在地化);改变盲目求大求洋的奢靡装修,追求有文化、有意境的就餐环境(如平阳大排档等);餐饮文化的营造与展示是一项长期的工作,不能急于求成,也不能无动于衷,务求所有餐饮企业和个人,秉持餐饮+文化的理念,提升餐饮产品品味,助力长久发展,重点做好霍州宴、尧都宴、平阳宴、重八席等特色餐饮企业文化建设。

(二) 完善餐饮体系建设

建立多层次的特色餐饮体系,在中心城镇,以主题饭店为载体,增加文化附加值,抓好平阳宴、霍州宴、尧都宴、翼城十大碗等特色宴席,让旅游者感受临汾特色民俗文化,品味餐饮演化历史;在特色商业街区 and 步行街,布局建设特色餐饮街区,以临汾当地特色菜肴、风味小吃为主,辅以其他特色餐饮,按照时令节气推陈出新;在旅游景点和旅游交通节点,建设特色餐饮摊位。在餐饮体系建设方面,融合地域文化和时令节气,在餐饮产品色、香、味、形等方面,用匠人精神,做到精致精美。

(三) 重视餐饮标准推广

中餐的劣势在于标准化难度大,为了给游客提供味道稳定、分

量相同、形态一致的餐饮产品,选择牛肉丸子面、洪洞软米饭、曲沃饸饹面、曲沃羊汤、翼城生炒面、浮山烧麦、乡宁油糕、乡宁月饼、临汾黄米蒸饭、襄汾油粉饭等产品,选择部分特色饭店和餐饮点进行标准化试点工作,在制作工序、原料来源、加工方法、食用方式等方面进行标准化,鼓励更多餐饮企业参与标准化创建,对于成功创建试点工作的饭店和餐饮点,悬挂临汾旅游标志,并列入对外推广名单。鼓励餐饮企业在标准化的基础上,融入地方文化元素,进行特色化创新。

(四)加强行业自律管理

强化临汾市名厨协会、临汾市烹饪协会、临汾市旅游饭店协会等行业协会行业指导力度,制定临汾市旅游餐饮服务规范化管理制度,针对星级饭店、主题餐厅、特色民宿、连锁餐饮、特色餐饮点等餐饮服务设施,从服务质量、餐饮特色、游客满意度、服装服饰、主题装饰等方面制定相应指导规范,定期评定旅游服务质量与信誉等级,并予以挂牌认定,明确退出机制。

餐饮文化是一个地方优秀的活态文化,一个地方特色文化的展示窗口,通过凸显临汾地方文化特色餐饮品牌的创建,积极输出临汾特色餐饮文化,强化“中国根·黄河魂”的品牌效应。

专栏3 临汾市“十四五”地方文化特色餐饮品牌项目

——特色宴席

翼城八八宴、洪洞重八席、大槐树家宴、汾西八碗农家宴、古县党家宴、蒲县七碟八碗、大宁八大碗、浮山“六六宴”、尧都区尧都宴、襄汾县丁村家宴、霍州宴、云丘水席。

——特色餐饮一条街

洪洞大槐树景区大明文化风情街、洪洞漠河特色小镇三晋文化研修园、古县天下第一牡丹景区美食街、吉县小府美食一条街、汾西师家沟美食村、襄汾县丁陶风情街、侯马埝上小吃一条街、大宁步行街餐饮街、蒲县特色风情街、霍州市州里街、乡宁古城一条街。

——地方特色小吃

乡宁山羊羊汤、霍州干馍馍、汾西枣糕、洪洞甄糕、洪洞麻糰、临汾市牛肉丸子面、襄汾臊子面、曲沃羊汤、曲沃饸饹面、侯马御膳泡泡糕、永和槐花不烂子、乡宁空心月饼、吉县面辣子、翼城牛肉丸子、安泽玉米煎饼、浮山烧麦、永和厚馍馍、霍州年馍、乡宁油糕、乡宁饸饹面、乡宁太太饼。

三、以“非标住宿”引领住宿多元化发展

(一) 品牌化

积极发展多元化住宿体系，坚持高端住宿设施品牌化、休闲度假住宿设施主题化、特色民宿精品化、乡村农家住宿设施标准化，引进一批旅游住宿品牌企业，提升一批本土住宿品牌，培育一批具有发展潜力的旅游住宿企业，围绕品牌酒店、特色民宿、主题酒店、农家乐，通过旅游住宿设施品牌化塑造，构建主题明确、文化特色鲜明的旅游住宿体系。

(二) 特色化

凸显地方文化特色，在餐饮、住宿、娱乐、休闲、服务等方面凸显各自不同的特色，针对黄河沿线、太岳山周边、汾河沿线的住宿设施，参照黄河文化、红色文化、根祖文化、尧文化等文化元素，打造文化特色酒店及住宿设施；将地方民俗、特色餐饮、特色娱乐活动与住宿设施结合，丰富游客住宿体验；将非物质文化遗产与住宿

设施结合,促进酒店文化氛围营造及二次消费的增长;将温泉、中医、康养项目与住宿设施结合,增强顾客粘性,促进旅游住宿吸引物的打造。

(三) 多元化

大力发展非标住宿设施,结合康养、度假、休闲、会展、节庆、自驾车等活动,开发自驾车营地、帐篷酒店、窑洞民宿等住宿设施,满足游客多元化的旅游住宿需求。在住宿设施多元化方面,重点关注城市居民周边旅游住宿与外地医疗、康养、避暑游客的住宿需求,对于设施设备的配置和个性化服务要求认真分析,推出适销对路的住宿产品。

(四) 组合化

强化住宿设施与旅游景区关联性,住宿企业应积极对接周边旅游景区,加入旅游景区产品包,扩展自身销售渠道,增强景区吸引力;建设三大品牌酒店体系,围绕黄河一号旅游公路、滨河路、108国道、太岳山旅游线,布局建设黄河、根祖、红色山水主题住宿设施,将旅游公路与主题住宿连接在一起,形成“游线+酒店”产品,互相促进,自成一体。

专栏4 临汾市“十四五”住宿业发展建设项目

——星级酒店

创建洪洞大酒店、蒲县可道宾馆、洪洞桐叶酒店等3家四星级酒店,创建金梓源酒店、霍州龙腾大酒店、乡宁玉鑫源大酒店3家三星级酒店。

——主题酒店

建设洪洞老家商务酒店、蒲县文化酒店、七里峪静心谷、翼城古城大酒店等8家主题酒店。

——特色民宿

建设洪洞县兴唐寺村红麦山居、永和东征民宿、七里峪村东方人家、翼城阎村小镇等特色民宿。

——农家乐

建设洪洞县兴唐寺村兴唐亲子牧场、大宁县道家村农家乐、蒲县太林村农家乐。

——自驾车营地

建设曲沃诗经山水自驾车营地、云顶小镇森林旅游风情主题露营地、党家山生态体验主题露营地、牡丹景区房车露营地、吉县人祖山自驾车营地、永和冯家腰房车营地等自驾车营地。

四、建成快旅慢游交通体系

(一) 加快交通设施文旅融合

积极融入“一带一路”等国家战略,推进交通基础设施与旅游的融合发展,增加已有公路旅游功能建设,做好沿线旅游停车点、观景平台、旅游服务设施的建设;另一方面,继续推进旅游公路建设,加快推进“黄河一号”旅游公路的建设,推进太岳山旅游公路规划编制工作。在利用临汾市航空、高铁发展成果的基础上,积极布局旅游休闲开发,利用外部交通,优化内部交通,构建文化元素丰富、服务设施完善、旅游功能完备的特色旅游交通。

(二) 重点旅游交通项目建设

航空方面,加快临汾尧都机场升级扩建工作,超前布局,积极谋划。通过开展“飞机+酒店+景区”模式,增开京津冀、长三角、珠三角客源城市的航班,加大航班密度,积极尝试开通国际航班,促进临汾对外开放的直接通道;高铁方面,加快推进临汾高铁站升级扩建,提前谋划,积极争取过境线路,增加停靠车次、增加直达城市

数量,加快推进侯马市、永和县、乡宁县、吉县等通用机场建设,早日实现通用航空短途运输和空中观光旅游。

高速公路方面,加快推进隰县至吉县高速、洪洞至大宁高速公路修建,同时布局洪大高速与沿黄高速、霍永高速的连接高速,盘活临汾西北区域旅游;推进临汾东经浮山至沁水县高速,安泽县至沁水县高速,连接阳济高速、陵侯高速,接通晋城旅游,连接中原城市群;建设古县至翼城县高速公路,盘活太岳山区旅游线路。通过航空、高铁、高速公路设施的建设,打造“快旅慢游”的旅游交通体系,重视旅游支线和景区内部交通建设,使临汾旅游交通更加通畅,更加高效。

此外,做好区域内国省道景观化改造规划,高质量完成黄河一号旅游公路建设,启动太岳旅游公路建设和“四好农村路”建设;结合大型水利工程、河道疏浚工程等水利项目,适时启动水上航运资源普查和水上旅游线路的开发。

(三)打通旅游交通最后一公里

按照“交通+文旅”融合发展,继续加大乡村旅游公路建设,参照景区主题文化,提升乡村旅游公路景观设计,在环境脆弱地区,加强环保设施建设,提升道路等级,配套旅游观景台和服务设施,完善出行服务品质。积极推动沿黄旅游公路、滨河路、108国道、太岳旅游公路建设,以干线旅游公路为纽带,串联核心景区,联通周边乡村旅游点,完善景区内部旅游环线建设,形成快旅慢游旅游网络。平川地区旅游景区连接国省道干线公路,达到二级公路及

以上标准,山区旅游景区连接国省道干线公路,达到三级公路及以上标准。

(四)特色旅游休闲交通设施

大力发展低空飞行旅游,按照《山西省通用航空业发展规划(2018-2035年)》积极建设热气球、滑翔伞、直升机、小型固定翼飞机等低空飞行旅游综合基地;“十四五”期间,建设侯马通用机场、浮山航空经济区、永和通用机场、乡宁通用机场4个项目,估算投资22亿元;在高铁站、火车站、汽车站、重点景区、乡村旅游点、公路服务区建设综合性旅游集散中心,能够提供交通、信息咨询、旅游购物、临时休息、娱乐休闲等服务,通过特色公交联通旅游集散中心-旅游城镇-旅游景点,实现区域内旅游交通互连互通,为游客提供具有临汾地方文化特色的文旅交通服务。

专栏5 临汾市“十四五”旅游交通设施建设项目

——旅游公路

新建永和县杨家坬—白家崖段农村扶贫旅游公路、永和县县城—桑壁农村扶贫旅游公路、永和县沿黄支线—永和东征旅游路—于家咀(一期)、乡宁县西交口乡—云丘山景区旅游专线、侯马市紫金山旅游道路建设工程等旅游公路。提升108国道至丁村遗址路面改造、二郎山旅游公路、隰县玉泉寺旅游路、管头山—人祖山旅游公路等旅游公路。

——旅游集散中心

建设临汾、霍州和侯马铁路旅游集散中心,尧都区、曲沃、侯马、乡宁公路集散中心,大槐树、云丘山、壶口瀑布、尧庙华门、晋国博物馆、乾坤湾、七里峪等重点景区旅游集散中心,洪洞、霍州、蒲县全域旅游集散中心。

——低空飞行综合旅游基地

建设乾坤湾、壶口、戎子酒庄、侯马市、襄汾县、安泽、霍州和隰县8个通用航空旅游基地,太岳山滑翔伞基地,壶口和汾河公园2个热气球旅游基地。

(五) 旅游产品线策划

打造6条“游山西·读历史”精品线(养身、养心、养生)

1. “三晋之源”晋国文化产品

以侯马市、曲沃县以及晋国文化核心区为主:

侯马晋园文化城——侯马台骀庙文化园——曲沃晋国博物馆——曲沃晋园——曲沃春秋晋国城——翼城古绵山景区——翼城大河口遗址

2. “黄河之魂”山水文化产品

以云丘山景区、吉县壶口景区、乾坤湾景区为主:

乡宁县云丘山景区——乡宁县戎子酒庄——吉县壶口景区(克难坡景区)——吉县人祖山景区——隰县小西天景区——大宁县黄河仙子祠——永和红军东征纪念馆——永和乾坤湾景区

3. “古村古镇”历史文化产品

以临汾市传统村落、历史文化名镇、特色乡村、田园综合体为主:

霍州市退沙办许村——汾西县师家沟村——尧都区东羊村(魏村等)——襄汾县燕村荷花园——襄汾县汾城镇——襄汾县丁村——曲沃县曲村镇——翼城县曹公村(史伯村、南撒村、尧都村)

4. “英雄临汾”红色爱国主义教育产品

(1) 东部大环线

以临汾烈士陵园和安泽太岳行署旧址为核心:

临汾市尧都区烈士陵园——洪洞红军八路军纪念馆——苏堡烈士陵园——古县烈士陵园——安泽烈士陵园——安泽太岳行署旧址——浮山八路军总部旧址——浮山烈士纪念馆——翼城县烈士陵园——石桥堡中共曲沃地下县委旧址

(2) 西部大环线

以临汾烈士陵园和永和红军东征纪念馆为核心：

临汾市尧都区烈士陵园——洪洞红军八路军纪念馆——赵城烈士陵园——霍州市南塔烈士陵园——汾西刘家庄地下党革命旧址——隰县烈士陵园——晋西革命纪念馆——红军东征永和纪念馆——蒲县烈士陵园

5. “美丽乡村”乡村度假产品

以吕梁山、太岳山特色乡村旅游点为主：

乡宁县塔尔坡村——吉县桑峨村——古县云顶小镇——安泽县小黄村——安泽县飞岭村——浮山县太皇峪景区——浮山县东陈村

6. “工业临汾”工业研学产品

以临汾市军工企业、煤炭企业、焦化企业、非遗传承企业为主：

霍州煤炭博物馆——山西光大焦化工业旅游示范园——晋南钢铁工农文旅融合景区——建邦集团工业旅游景区——侯马军工企业遗址

五、“全过程”打造旅游购物

(一) 旅游前引导

深挖临汾历史文化,整理临汾市已有旅游商品、工艺品、土特产品等商品文化内涵,创造新的旅游商品文化符号体系,通过网络宣传,直播购物等形式,提前对潜在游客市场进行购买欲望培育,并实现部分购买行为。通过旅游商品文化符号的提炼,建立临汾市旅游购物 IP,充实旅游商品体系。

(二) 旅游中体验

强化旅游购物体验,采用场景化方式,创新旅游购物形式。在城市购物中心、旅游集散中心、旅游景区、乡村旅游点、旅游步行街等游客能够到达的区域,按照时间设置旅游购物点,合理配置食品、手工艺品、日用品的购买场所;强调参与式的旅游产品销售,根据旅游商品制作过程,引导游客部分过程或全过程参与旅游商品的制作,强化独特性,刺激购买行为;具有开发能力的旅游点,开发具有自身特点的旅游商品,不具有开发能力的单位和个人,要采用联合知名企业共同开发或贴牌加工的方式开发旅游商品,强调品质和独特性。

(三) 旅游后购买

建立旅游商品方阵,明确旅游商品功能,丰富旅游商品组合,完善快递服务,促进“快递+旅游”综合服务深化,使旅游商品转化为生活日用品,从旅游商品角度发展特色产品,从产业化的角度延伸产品生产,形成良性互动,促进地方相关产业转型升级,带动更多人口就业,巩固脱贫攻坚成果,蹚出一条旅游商品带动地方相关产业转型升级发展的新道路。

六、文化引领休闲娱乐

(一)城市休闲娱乐

加强与落实旅游目的地和旅游集散中心的剧院、网吧、文化广场、娱乐场、KTV、电影院、咖啡馆、茶室、特色旅游街区、主题公园等区域旅游娱乐项目建设,推进文化娱乐项目文化性、规范性、娱乐性体系化建设,规模化运作。完善城市休闲娱乐场所政策规定,制定旅游观赏娱乐业的服务质量和安全管理标准,丰富城市休闲娱乐业态,满足当地居民和游客多层次城市休闲娱乐需求。

(二)景区休闲娱乐

各个景区要结合景区文化主题,地方民俗节庆文化,开发清明踏青、端午划龙舟、九月九登高、元宵节逛灯等节庆娱乐活动;结合地方鼓乐文化、婚庆文化、特色庙会、戏曲等,开发观赏性、体验性、互动性较强的民俗娱乐活动;提高休闲娱乐活动的文化性、趣味性、安全性、竞技性,增加外文解说系统,服务境外文化旅游者;鼓励景区适时开展文化演艺活动,提高游客满意度,延长游客停留时间,重点打造《黄河大合唱》标志性品牌演艺产品。

(三)乡村休闲娱乐

采用“古村落+”战略,开发“古村落+彩绘”“古村落+动漫”“古村落+灯艺”等方式,布局网红打卡点、趣味摄影点,丰富夜间休闲旅游活动;利用水库、河道等小型水利设施,开展水上休闲、淡水养殖、休闲垂钓等水上休闲娱乐活动;利用特色果蔬种植,开展春天赏花节,秋天丰收节等农事体验节庆,延伸农产品采摘、农产

品加工等休闲农事体验活动,充分利用乡村庙会、时令节气,开展舞狮、跑鼓车等特色乡村体育运动休闲活动。

(四) 康养休闲娱乐

活化开发传统娱乐活动,特别是射箭、武术、骑行等休闲活动,开发传统射礼活动产品以及延伸的投壶等射箭娱乐活动,涵盖各个年龄层次;对于青少年的休闲康养活动,大力推行无动力游乐设施和场所的建设;依托黄河、汾河、沁河、黄河一号旅游公路、滨河路、太岳山地等资源,开展漂流、溯溪、徒步穿越、高尔夫、自行车骑行等休闲娱乐活动;依托临汾市汾河谷地温泉资源,开发温泉康养、温泉度假产品;依托临汾市丰富的垂钓文化和垂钓资源,开展休闲野钓和专业竞技垂钓活动。

七、文旅安全生产规划

(一) 提高常态化安全防范意识

针对旅游产品中高风险项目,特别是玻璃吊桥、大型索道、滑道(玻璃、石板或混凝土材质等)、栈道、蹦极等高风险项目,强调常态化安全管理,常抓不懈;针对国庆黄金周、地方大型节庆活动,特别是大槐树寻根祭祖节、中国旅游日、世界旅游日等节庆活动期间游客短时大流量情况,制定应急预案,强化人员疏导;针对节假日游客高峰和低谷问题,严格执行景区最大承载量调控政策,完善景区最大承载量核定工作;提高民间庙会、节庆活动,大范围、大流量人员安全管理意识,时刻强化安全防范意识;适时扩大对户外旅游、论坛旅游、微信旅游等团体性旅游活动的安全监管。

（二）健全公共卫生安全防护网

在后疫情时代,公共卫生安全防护与保障还需不断强化。外部建立景区——社区医院——市县中心医院——省级医疗机构四级联动机制,确保满足游客重大医疗需求,强化旅游单位公共卫生防护医疗支持力量;内部建立员工——景区医护人员——景区管理层三级联动机制,快速处理游客医疗事件;完善医疗设施设备,特别是隔离设施和设备,通过内外机制的关联,健全公共卫生安全防护体系,确保旅游景区安全。

（三）文旅企业安全生产管理

针对旅游餐饮企业,重点做好餐饮生产安全、餐饮原材料安全监管,确保安全卫生;针对旅游客运车辆,通过部门联合督查,严格落实“导游专座”制度与车辆动态监测制度;针对文物单位和单个文物,严格遵循《文物保护法》,确保在旅游活动开展过程中,文物不受破坏;针对自然保护区、生态脆弱地区,在遵循相关法律法规的基础上,严格审查项目建设许可,特别是火灾防护、动植物保护等方面;针对旅游产品生产者,旅游企业要确保旅游生产者安全,并购买相关保险;对于红色旅游景区、文化类旅游景区,严格意识形态审查,确保传递文化符合社会主义核心价值观。

（四）旅游应急管理体系建设

建立临汾市旅游应急管理指挥中心,推动文化旅游安全管理的信息化、智慧化,建立覆盖旅游全过程的便捷信息环境,实现旅游预防预备、监测预警、应急处置和恢复管理的智能化,打通政府、

企业和游客间的信息屏障,给游客即时、充分、全面的信息支撑,实现旅游活动安全化。到 2025 年,完成临汾市旅游应急管理平台建设,市域内 A 级景区视频监控系统、门禁闸机系统、旅游车载系统接入应急指挥平台,全市旅游经营单位系统能接入的尽量接入,统一接入标准,完善临汾市旅游应急管理体系建设。

积极完善旅游安全培训制度,增加旅游应急救援知识普及与技能培训,特别是旅游从业一线人员的安全识别能力、安全防护能力的培训;积极对接专业救援队伍(蓝天救援队、消防队等),提高应急保障效率;完善旅游保险制度和快速理赔机制,降低意外伤害、突发事件的影响力度。

八、搭建智慧服务网络

(一)智慧旅游平台建设

重点围绕旅游企业和旅游行政管理两个方面,分期推进旅游营销、旅游 APP、应急指挥、大数据中心等智慧旅游应用平台建设。在景区智慧旅游建设方面,围绕电子门禁、客流监测、门户网站、景区 WIFI 等基础设施和数据分析系统进行建设;在旅游行政管理方面,围绕行业综合管理、公共信息获取与发布、应急指挥、旅游项目管理、大数据分析等方面进行建设。通过智慧旅游平台建设,向上对接省级智慧旅游平台,向下连接各县(市、区)及各个旅游企业,实现全市各级智慧旅游平台无缝衔接,助力文旅产业高质量发展。

(二)智慧消费端口建设

打造临汾文旅云平台 and “临汾一部手机游” APP,从网络和 APP 端接入场景设计,满足游客在旅游前选择目的地、选择行程和预定支付需求,在旅游活动中,满足手机导航、天气查询、酒店引导、景区入园、餐饮预定,演出票务及座位预定等服务;在旅游后,方便游客评价、投诉,方便旅游经营单位旅游信息推荐等服务。

(三) 建设智慧旅游试点

建设吉县壶口瀑布景区、乡宁云丘山景区、洪洞大槐树寻根祭祖园景区、永和乾坤湾景区 4 个智慧旅游示范景区;促进古县牡丹文化旅游区、隰县小西天景区、蒲县东岳庙景区、襄汾龙澗峪景区、侯马彭真故居纪念馆、临汾汾河公园、吉县人祖山景区、曲沃县晋国博物馆景区、曲沃县晋园景区、洪洞县广胜寺景区智慧旅游设施建设;分类推进一批智慧旅游专项试点:智慧自驾游线(沿黄旅游公路)、智慧乡村旅游试点(飞岭村等)等。

九、继续推进“厕所革命”

(一) 满足需求,设施升级

临汾的“厕所革命”近年来取得了很大的成就,但是临汾市旅游厕所建设仍存在区域发展不均衡、部分地区布局不合理以及管理落后等问题,旅游厕所的设施建设仍未达到游客要求,尤其是乡村旅游点旅游厕所整体建设还需进一步提升改造。“十四五”期间,重点支持乡村旅游点、传统村落等重点区域旅游厕所的建设,厕所风格与当地环境相融合,采用乡土材质进行建设,内部装饰体

现民俗文化元素,数量充足、分布合理。建设主题类厕所,如临汾蒲剧主题厕所、安泽太岳红军主题厕所、壶口瀑布的黄河主题厕所等。旅游厕所的建设要符合相关建设标准,杜绝豪华建设,过度装饰,鼓励使用新技术建设生态旅游厕所。

(二) 创新管理,加强督导

采用政府购买服务的形式,委托第三方机构(公司)进行统一规划建设管理,加快旅游厕所管理的标准化、规范化、专业化。探索厕所自负盈亏、独立经营的新形式,采用“以商管厕、以商养厕”方式,推广“大中型企业冠名赞助”“商业广告特许经营权”等措施,利用广告收入作为管理者的收益和公共设施维护的投入,在减轻财政压力的同时,确保每座厕所保洁到位。建立和完善全市旅游厕所运行管理长效机制,每日对卫生间保洁员作业情况进行监督检查,并填写卫生间工作记录表,留存检查痕迹。

(三) 智慧服务,健康文明

积极探索厕所管理智慧化服务,建立“临汾厕所地图”小程序,实现厕所线上更新与在线导航,提供更加便捷的如厕服务,提升游客与市民的使用体验。拓展延伸厕所的功能,如厕所+便利店、厕所+ATM取款机等,提供多元化服务,最大程度地利用厕所开发服务体系。在一些没有配备厕纸的公厕,安装扫码取纸智能设备。制作“文明如厕”宣传短片,在大景区、旅游集散中心等公共厕所内循环播放,引导积极、健康、向上的旅游厕所文化。

第五章 市场营销规划

一、营销目标

(一) 树立“寻根·铸魂”文旅品牌

持续宣传“中国根·黄河魂”旅游品牌,在全国范围内宣传临汾文化、旅游产品、康养度假产品、会展产品与服务,进一步加深全国市场对临汾根祖文化品牌、黄河文化品牌、中医药康养文化品牌、红色研学旅游品牌等的认识,丰富临汾旅游体验内涵。

(二) 强化“回家·悦生活”服务标准

继续推进“回家·悦生活”贯标活动,在全市文旅行业和窗口服务单位开展“回家·悦生活”服务品牌创建活动,全面打造临汾特色高质量服务品牌,以“回家·悦生活”服务品牌创建活动推动全市文旅产业和服务行业服务质量、服务水平大提升。将特有的“回家文化”转化为“回家服务”标准,让所有来临游客都能享受到“寻根、铸魂、悦生活”的良好体验,感受到回家的温馨和温暖。树立临汾文旅服务新标准,为临汾文旅、康养、会展产业发展提供强有力的服务保障。

(三) 持续围绕客源市场营造文旅消费热点

借助系列营销措施,重点通过线上自媒体营销、网络营销和线下节事活动,制造临汾文旅、康养、会展等行业热点话题,让临汾成为文旅、康养、会展等客户“种草”目的地,扩大周边市场的影响力和知名度,并逐渐为开拓国内外市场奠定更加坚实的基础。在主

题形象不变的前提下,分年、分市场提出不同的宣传口号,不断给市场提供多样化的选择,营造持续的旅游需求。

二、宣传口号

坚持“所有的旅行都是出发,到了临汾咱是回家”的旅游宣传口号,持续发力宣传,针对不同的客源类型、客源市场层级、旅游产品类型,适时推出不同的宣传口号:

子品牌口号 1:发现临汾·品味平阳

注释:

临汾市建设黄河流域绿色崛起转型样板城市、打造黄河金三角区域中心城市,需要建设,更需要发现,发现临汾新的文化,发现临汾新的景观,发现临汾新的消费,发现临汾新的时尚,善于发现临汾的变化,认识临汾,喜欢临汾。

临汾历史悠久、文化深厚,品味临汾古老的建筑、品味临汾优美的戏曲、品味临汾壮丽的景观、品味临汾丰富的美食,品味临汾多彩的文化,从平阳开始品味,懂得临汾,爱上临汾。

子品牌口号 2:文明第一城·华夏第一都

子品牌口号 3:山水康养·绿色生活

子品牌口号 4:运动之城·会展之都

子品牌口号 5:魅力之夜·舞动平阳

三、创新市场营销策略

(一)虚拟营销,提升体验

旅游是一种体验式经济,XR 体验与旅行体验天然契合,其相

得益彰的好处在于——通过技术、服务和环境,突破旅游产品空间上的约束性,身临其境的沉浸式体验。抓住 XR 应用快速普及的趋势,以“发现临汾·品味平阳”整体品牌形象为核心,与专业的技术公司或机构合作,根据文化、会展、康养、旅游产品的宣传需求及经营需求,推出 XR 虚拟全景旅游项目,打造精美广告作品、体验产品,提升临汾文化产品的营销体验;在虚拟营销落地实施方面,建议政府提供必要的资金与政策支持,政企联动促进虚拟体验在临汾市文化、旅游、康养、会展等产业营销方面的落地实践,创新营销方式,塑造临汾新形象。

(二) 线上线下,流量转化

单一地依靠某个媒体传播已经不能满足当下社会信息交流的速度与广度,多渠道立体营销是大势所趋。快速构建线上图文、短视频、直播等营销战略和人才部署,提升线上内容的原创力与传播力。抢占“双微一抖一快”的巨大流量池,推出图文、短视频类营销内容,通过建立与消费者的互动平台,传播更加趣味化、场景化的优质原生内容,提升消费者黏性,形成粉丝经济,完成消费转化。一是文化、旅游及相关部门要建立自己的自媒体平台,并为其他自媒体平台(抖音、快手、头条、百家、企鹅)提供内容,服务于自身的营销活动。二是借助“双微一抖一快”等新型宣传手段,推介临汾文化旅游产品、文化旅游节庆、康养度假产品、会展产品与服务,展示临汾文旅融合发展新形象。三是加强线下场景营造,包装系列关注度高、转发率大的爆点话题,通过线上新媒体打造扩散式传播

效应,如:天下第一洞房在哪里?最早的中国在临汾?谁吃了我的牛肉丸子面?你的小脚趾是两瓣吗?“解手”应去“解手场”等。四是充分利用现代网络传播途径,抓住热点新闻要事,寻找与临汾市衔接点,大力宣传,达到借势营销目的。

(三)做好实体,广泛发动

选择10个境内外客源地旅游营销机构或代理门店,建立临汾旅游体验店,充分展示和宣传临汾文旅、康养、会展资源。全球招募体验店志愿者,加强体验店和临汾旅游的宣传推广,在海外唐人街设立临汾旅游营销体验点。设立专项资金,组建两支队伍,一是组织地方文化研究者、文化宣传员、博物馆讲解员、旅游景区导游利用短视频等网络平台,组建目的地营销专业队伍。二是充分抓好在异地读书的学生群体,在假期对他们实施旅游景区免费政策,并招募部分优秀学生作为志愿者,进行专业知识和技能培训,让他们利用在校生的优势,在学校所在地宣传临汾。通过深化“体验店+志愿者”模式,让越来越多的人通过不同渠道了解临汾、认识临汾、来临汾旅游观光、度假、休闲。

(四)区域联合,互惠互利

加强与陕西、北京、天津、河南、内蒙古等周边省市的旅游合作营销力度。建立互惠互利的区域联合营销机制,跨地域联合开发旅游、康养、会展市场,促进旅游一卡通跨地域一体化营销。加强与京津冀区域旅游协作,采用狭缝市场定位,承接区域康养、会展转移市场;以根祖文化游、自然生态游、自驾游等主题产品为主,加

强与太原、晋中、运城、长治等城市的联合,共同打造经典文旅线路;采用差异化战略,充分利用地方文化资源,创新发展根祖文化旅游、红色旅游、温泉度假游、会展节事游、中医药旅游等产品,强化区域节点支撑,具备区域辐射能力。

(五) 讲好故事,做好内容

内容营销通俗理解即是“讲故事”。优质故事的设计与开发是做好旅游内容营销的核心。临汾有很多可以挖掘的故事,例如移民故事、黄河人家故事、晋国故事、厕所故事、丁村故事等等,营销人员可以借助大数据对粉丝进行准确分析,了解用户行为和喜好,按照其消费行为、地域、兴趣爱好等将临汾与热点 IP 进行有效结合,讲好临汾故事,宣传临汾形象。围绕体育赛事、美景美食、传统节庆、特色文化、非物质文化遗产等,挖掘临汾旅游目的地潜力,选择最匹配的营销点,集合粉丝群体,主攻新媒体平台,做好内容营销,适时制造热点事件,助力临汾文旅、康养、会展精准营销。

(六) 团队营销,远交近攻

在文旅、康养、会展等行业的营销方面,鼓励引导各主体单位组织专门的营销团队,以 300 公里为半径,作为一级市场深入挖掘(近攻),主要是山西省内、河南省、陕西省部分区域,以每个县/乡为单位深入推进,带领本区域合作商和相关企业建立合作关系,建立快速收客机制。300 公里及以上市场,主要指京津冀、长三角等地区,通过多方合作,利用团队奖励机制,为远距离游客提供更加丰富的产品组合与价格策略。对外营销的产品组合形式要更加多

样、价格组合更加丰富,产品形象更加明确,客户要以团体的形式开发,产品要以团体的形式组合,根据地理位置,采取不同的产品组合策略、价格策略、促销策略和渠道策略。

(七) 公众营销,树好形象

利用央视 1 套、4 套、7 套、9 套、11 套等记录类、旅游类、乡村类、戏曲类节目,如《走遍中国》《远方的家》等节目,拍摄临汾的专题片与纪录片,扩大认知宣传效果;利用《中国旅游报》《中国国家地理》《中国会展》《旅游》等期刊杂志,针对专业细分市场的专题营销;积极参与山西省内宣传推介活动,提高临汾文旅、康养、会展产品在公众层面的曝光率;开展“临汾旅游形象”“康养产品策划”“会展机构评选”等多种形式的全国有奖征集活动,通过“客创”方式营销;利用国家、山西省以及本地企事业单位的派出机构,通过参加会议、合作与交流、考察学习等方式,推介宣传临汾文旅、康养、会展资源。

(八) 数据营销,服务细分

大数据时代,游客的旅游需求、康养需求、度假需求、休闲需求、会展服务更加个性化,精准营销的实施可以更加准确地定位顾客、发掘顾客的消费偏好、为顾客提供更加满意的服务、实现目的地良性发展。具体措施:一是通过银联卡、住宿等级、购票系统、手机信号、导航软件等消费设施和软件使用,精确分析客源市场群体;二是通过旅游 OTA、搜索引擎、社交网站等专业网站,分析顾客产品使用体验、商品浏览记录、个人移动轨迹等,特别是旅游客源

市场分析;三是通过智慧城市建设,收集分析旅游交通、医疗机构、保险机构、住宿企业、景区景点、餐饮企业、会展服务企业等旅游企业的顾客消费数据,助力企业精准营销。通过专项细分市场来带动大众客群市场,以小博大,最终形成细分市场与大众市场在临汾的完美融合。

(九) 节事策划,营造热点

节事活动是旅游品牌营销的利器。现有的节事活动,如大槐树寻根祭祖节、尧文化旅游节等传统的旅游节事活动功能单一、主题单一,需要更新换代,提质升级。在节事功能方面,加入娱乐化、互动式体验设计,达到品牌传播、汇聚人气的效果。创新节事策划,策划一批文化节事活动,惠及普通群众;策划一批康养节事活动,培育康养度假市场;策划一批会展节事活动,展示新的城市形象;重点策划一批文旅、康养、会展融合的节事活动,聚合力量,形成文旅综合力量,促进各个产品发展。在景区景点以及重点街区节事活动营销策划中,应深挖文化特色,策划好景区内的例行表演活动,注重现场表演,增添景区娱乐气氛,丰富节庆表演形式,从视觉、嗅觉、触觉、听觉的四种感觉诉求上满足游客新奇、愉悦的需求。近期可策划“发现临汾(美景,好人)”营销评比活动、“品味平阳(文化、美食)”全国评比活动、“体验不一样的临汾(康养、度假、休闲)”全网评比活动等。

(十) 影视嵌入,综艺推广

重视通过影视及综艺作品宣传营销,重点围绕黄河文化、晋

文化、根祖文化等方面,通过与影视娱乐媒体等跨界合作,借助文化娱乐节目元素多样、形式丰富的优势,利用真人秀、网剧、动漫等形式,从拍摄场景、节目音乐、演员服饰、环节定制到冠名联动,借助其较高的收视率,建立客户情感联系;针对不同年龄层次、娱乐方式、旅游时尚、热播节目,有重点地选择影视剧目和综艺节目,吸引不同消费需求和不同年龄层的客源市场群体,通过特色产品的包装和后续的品牌延伸,实现文旅、康养、会展品牌提升效果。

第六章 保障体系规划

一、明确组织管理

(一)建立健全文化旅游会展康养发展领导体系

完善党政统筹的领导机制,成立“临汾市会展和康养业发展领导小组”,由分管副市长任组长,相关职能部门为成员,领导小组负责全市会展和康养业的统筹协调与规划决策、完善会展和康养业政策和相关规定等。强化文化和旅游、商务、民政部门与相关部门的协调配合,统筹协调文化旅游会展康养产业发展,构建科学高效的议事制度,强化领导小组对产业发展的统领和协调作用。临汾市文化和旅游局牵头负责文化和旅游业、临汾市民政局牵头负责康养产业、临汾市商务局牵头负责会展产业发展,相关部门在区域规划、城乡建设、生态环境、道路交通、文物保护、土地利用、资金安排等方面应主动征求文旅、民政、商务等部门意见。

(二) 完善文化旅游会展康养督导考核

采用目标责任考核制,把文旅、康养、会展等工作纳入政府工作考核中,加强对目标责任、工作进度的跟踪检查和阶段性问责问效。实施市县两级督导工作,强化主体责任,由文旅部门牵头,联合各个相关政府单位组成多个督导组,真正构建起符合“旅游是综合性产业”要求的“立体督查”格局,形成所有相关部门都是“督查员”的大督查局面,督导工作实行双向通报、季度督导、督导工作例会、督导工作倒查等工作制度,建立第三方评价机制,完善工作督导考核体系。

(三) 创新市场综合监管机制

后疫情时期,文旅领域的公共治理能力,尤其是预警、干预、协调、指导和反馈的工具储备和运用水平,亟需提升。探索新时期的综合执法机制,通过创新包容式监管和容错性促进的制度,切实完善治理体系、提升治理能力,是文化和旅游系统疫后振兴文化旅游发展的重要任务。文化和旅游联合公安、市场监督管理、应急管理、卫健、消防救援和教育等部门开展综合执法,强化旅游综合执法及监管职能,合力保障文旅市场有序运行。切实抓好文化旅游市场综合执法队伍建设,统一配备执法服装、装备和配备统一涂装的执法车辆;加大力度引入专项人才,有效受理游客投诉,变执法为服务,内强素质、外树形象,全面提升文旅综合监管能力。

(四) 建立 1+N 旅游行业协会体系

成立临汾市文旅行业协会联合会,搭建临汾市文旅开放发展

与合作创新的大平台,促进项目、企业、行业、区域之间的合作,实现旅游行业内部协调发展,促进跨产业对接融合与社会资源优化配置,推动旅游行业稳步发展。联合会下设 N 个行业协会团体会员,依托社会力量,逐步筹建旅游景区协会、旅游交通运输协会、旅游商品与装备协会、旅游电子商务协会、体育旅游协会、旅游民宿协会、户外露营房车协会等多个专业性的行业协会,同时,明确划分政府与行业协会的职能,扩大政府与行业协会共治的范围,赋予行业协会行业自治权、政策知情权、参与权、自主发展权、服务外包权、行业认证权、自律惩戒权等,形成行业协会参与共建共治共享的文化旅游社会治理新格局。

二、创新投融资机制建设

(一) 强化财政金融政策支持

加快制定文旅融合发展的财政税收、资金支持政策、旅游基础设施投资优惠政策、吸引外资政策、旅游创汇奖励政策、旅游促销奖励政策;积极设立各级旅游发展专项资金,增加旅游产业投资,增加旅游宣传费用。通过积极的税收政策,鼓励社会投资,吸引境外资金,促进旅游业基础设施、配套设施的建设,提高旅游业整体素质,加快促进旅游产业良性健康发展。

(二) 建立文旅金融合作平台

由临汾市人民政府牵头打造文旅金融战略合作平台,为文旅企业和金融行业之间搭建桥梁,实现文旅项目与银行、企业对接,实现金融业助推文旅产业大发展。金融机构要大力扶持符合服务

产业导向的新建、扩建、改建文旅项目,优先安排贷款资金,特别是文旅小额贷款项目。积极探索发行文旅产业发展债券,优化整合现有彩票资源,助力文旅产业融资发展。

(三)鼓励引导社会资本

逐步推进景区经营企业化、景区运作市场化、市场主体多元化,增强发展活力。鼓励丁村、广胜寺、姑射山、尧陵、尧庙-华门景区等非企业性的国有旅游景区通过拍卖、竞标等方式出让开发权和经营权,变换经营主体,盘活旅游资源。通过改组、改制、控股、联合重组等形式,组建专业化的旅游集团,不断壮大民营企业规模。

(四)综合利用多种金融工具

一是利用资产抵押的方式向银行借款。开发商可在对文旅资源进行开发时使用土地使用权、开发经营权、未来门票或其他收费权抵押借款;二是将旅游项目打包,通过信托凭证,向社会集资,进行信托融资;三是通过私募资本进行融资;四是采用 BOT(建设——经营——转让)模式将整体项目进行融资;五是充分利用国家鼓励政策,进行政策支持型的信贷融资,包括旅游国债项目、扶贫基金支持、生态保护项目、文物保护单位等。

三、专业人才保障

(一)创新人才培养机制

探索建立政、企、学、研合作的培养机制,在临汾市委组织部的指导下,分专业、分层次,组织临汾市文化、旅游、康养、会展等行业

人员,赴国内高校和研究机构进行专业培训和学历教育,夯实产业发展基础。鼓励文化旅游企业加强员工在职学历教育和岗位技能培训,将文化旅游从业人员纳入全市就业技能培训计划,加强专业人才培养模式建设。积极发挥临汾市博物馆、图书馆、文化馆的作用,鼓励支持乡村文化能人、民间协会及民间艺团队的发展,鼓励优秀文化人才到基层挂职锻炼,开展交流和帮扶活动,培育基层文艺活动骨干和带头人。大力开发用工市场,树立“浮山厨师”等特色劳务品牌。

(二)人才引进与激励

围绕旅游营销策划、会展旅游、康养旅游、文化创意、旅游信息化等重点领域,面向社会引进高层次和急需紧缺的文化旅游人才及团队。注重人才柔性引进,不断优化发展环境,鼓励用人单位以特设岗位、项目聘用等灵活方式引才。要把引进高层次人才工作纳入经济社会发展规划,财政部门要结合实际安排一定资金用于引进人才工作,确保引智工作正常开展。

重视对文化旅游人才的精神鼓励和物质奖励。建立临汾市文化旅游人才专项资金,用于文化旅游人才队伍建设工作。鼓励旅游企业探索资本、知识、技术、管理等由要素市场决定的报酬机制,采取多种形式奖励有特殊贡献的文化旅游人才,逐步实现人才薪酬水平与市场接轨。按照有关规定,积极开展优秀文化旅游人才评选表彰工作,树立一批文化旅游领域不同行业人才优秀典型,逐步建立以政府奖励为导向、用人单位和社会力量奖励为主体的

才奖励体系。

(三) 战略智库建设

建立临汾市文化旅游人才信息库,每3年开展一次文化旅游人才资源调查。完善文化旅游人才奖励评定机制,鼓励旅游人才提高自身素质、提高业务能力,积极参与技能大赛等各类业务选拔活动,对获得市级以上大赛奖励的非物质文化遗产传承人、导游员、景区讲解员、饭店服务员、优秀导游人员等,按国家级、省级、市级给予通报表彰、物质奖励以及外出学习考察机会,旅游企业根据相关条件对优秀旅游人才给予晋级或破格晋级机会。

(四) 务实开展教育培训

1. 扩大培训范围

聚焦提升服务质量和游客满意度,提升技能人才的职业能力和服务水平。整合相关培训资源,定期举办各类行业技能比赛活动,分级分层抓好景区、星级饭店等窗口单位从业人员的岗位技能培训。鼓励文化旅游企业加强员工在职教育和岗位培训,开展短期实务培训和技能培训。

2. 抓好导游培训

以提高素质、优化结构为重点,打造一支结构合理、素质优良的导游人才队伍。通过开展日常培训、邀请名师名导授课、组织考察学习交流等形式,鼓励在职导游员积极参加在职学历教育和全国导游等级考试,逐步建立完善导游人才专业培养模式。

3. 强化基层培训

培训教育向基层倾斜,特别是强化基层文旅人才队伍。通过“引进来、走出去”等多种方式,邀请专业老师对各县、各乡镇、各社区文化管理人员每年培训不少于5天,每年选派一定比例文化管理员去外地考察学习;同时鼓励文化事业管理人员主动参加继续教育,提升综合业务能力。

抄送：市委，市人大常委会，市政协，市中级人民法院，市检察院，人民团体，
新闻单位。

临汾市人民政府办公室

2022年10月14日印发
