

《打造文旅消费新场景 确定文旅发展新战略》

主讲：王成慧

【课程背景】

近年来各地通过深入挖掘地方文化资源，提供独特的旅游体验，开发建设文旅项目，吸引了大量游客，为当地经济发展注入了新的活力，创造了大量就业机会。在行业发展中，一些文旅项目凭借独特的地理环境、自然生态景观和丰富的文化资源，取得了较好的成绩。例如，杭州西溪印象城以其独特的江南水乡风情吸引了大量游客，成为杭州的一张文化名片。苏州同里古镇则通过保护传统建筑和推广苏州文化，成为了苏州市的重要旅游景点。但也有诸多文旅项目由于仓促上马、缺乏特色、业态单一、运营混乱、资金链断裂等种种原因，这些特色旅游项目既没有留住人气，也没有保住自己，令人唏嘘！同质化严重、过度商业化、产品单一是当前阻碍文旅项目发展的“三座大山”。经典文化旅游项目的广泛复制致使“千景一面”“千镇一面”“千村一面”，弱化了旅游地的原生吸引力；资本的逐利性打乱了文旅项目建设发展的正常的生命周期，同时也打破了文旅地应有的自然美感、文化氛围、古朴韵味和生活气息，降低了游客的消费体验；对文旅资源的挖掘和整合深度不足“扼杀”了打造新消费的可能，也阻滞了参与体验型产品的创新开发。在近年来诸多特色旅游景区景点和文旅小镇整改淘汰的背景下，文旅项目又该如何摆脱“死亡”困境，实现破局？

通过分析我国文化旅游产业发展面临的新机遇新挑战，学习文旅公司新赛道选择、新场景打造和新商业模式构建，学习掌握文旅开发的八大运营战略与路径，探讨文旅开发如何才能深植于在地文化的深入挖掘，朝着定位差异化、商业适度化、功能复合化的方向发展，打造真正“独一无二”的文化体验。

【课程收益】

- 学习掌握我国文化旅游产业发展面临的新机遇新挑战
- 了解国民旅游休闲发展的总体趋势和特点
- 分析文化旅游的新一轮发展机遇
- 学习文旅企业新赛道选择、新场景打造和新商业模式构建
- 学习掌握文旅开发的八大运营战略与路径

【课程对象】

地方政府分管文旅领导、文化旅游局负责人、文化旅游企业中高层管理者、战略管理人员和一线经营者。

【课程时间】

2天（6小时/天）

【课程方式】

专题讲授、案例讲解、实操演练、小组研讨等，并通过大量情景案例和案例的分析讲解使教学过程寓教于乐、深入浅出、贴近实际。

【课程大纲】

第一篇章 认清旅游新时代 把握文旅新格局

一、旅游进入新时代

1. 全球化变迁时代
2. 不确定性影响
3. 从小康到中等发达
4. 进入高质量发展
5. 中国式现代化

二、旅游面临新挑战

1. 旅游消费能力下降
2. 旅游市场格局变化
3. 旅游投资全面下降
4. 旅游经济作用减弱

三、旅游发展新格局

1. 城市大休闲，乡村微度假
2. 升级老项目，拓展新项目
3. 强化老要素，融入新要素
4. 世界级景区，综合式产品
5. 发展夜经济，活跃夜旅游
6. 运用新科技，拓展智慧游
7. 多业态融合，康养大赛道

四、旅游战略新转型

1. 以导游为中心的旅行社转型
2. 以城市化为中心的酒店转型
3. 以目的地为中心的景区转型
4. 以沉浸式为中心的演艺转型
5. 以营地为中心的自驾车转型
6. 以旅居为中心的度假区转型
7. 以烟火气为中心的休闲转型
8. 以生活为中心乡村民宿转型

案例：错失山东威海南海新区的投资

五、旅游全面新认识

1. 旅游资源无限制，差异吸引
2. 旅游行为无框架，合法底线
3. 旅游体验无穷尽，古今中外
4. 休闲消费无止境，追求兴高采烈
5. 休闲产业无边界，追求全面覆盖
6. 休闲发展无约束，追求创意为王

第二篇章 适应消费新升级 打造文旅新场景

一、新生活新消费催生新场景

1. 新生代新生活引领新需求
 - 新生代新消费取向
 - 沉浸式体验新需求

延伸分析：两大市场——银发市场和 Z 世代

2. 新消费催生文旅消费新场景
 - 文旅新场景的表现形式
 - 文旅新场景的业态特征
 - 文旅新场景的核心要义

案例：台湾后壁乡土沟村农村美术馆——文化艺术赋予乡村新场景

二、新场景推动文旅新融合新发展

1. “场景化”，文旅融合的大趋势

案例：百年渔村西岛——基于乡村生活的跨界创意

2.“场景化”，全域旅游的下半场

案例：广州小洲村艺术场景设计

3.“场景化”，产业重构的新生态

4.“场景化”，景区旅游的升级版

案例：河南济源五龙口景区的场景化升级

5.“场景化”，城市更新的新走向

三、新理念新技术造就文旅新场景

1.文化赋魂

案例：又见平遥——把晋商文化和百年平遥古城演绎

案例：浙江绍兴越王古都慢文化设计

2.业态赋形

案例：杭州西溪湿地的渔夫之旅

3.科技赋能

案例：无锡华莱坞景区则以影视产业+元宇宙技术

4.创意赋新

案例分析：中国陶唐都城文化遗址小镇创意设计

案例分析：江西兴国无极村的设计思路

5.生活赋美

案例：寻找柳州螺蛳粉小镇——美食与旅行的完美融合

案例：锦江夜游梦回锦官城

第三篇章 打造文旅开发新模式 确定旅游发展新战略

一、开启认知新思维

1.终极思维

2.全局思维

案例：宁化古城业态策划

3.用户思维

➤ 锁定目标顾客（案例：河北衡水邓庄农业+旅游园区设计）

➤ 发现真需要找到真问题（案例：桃花山庄的产品打造）

4.专注思维

案例：北京延庆柳沟——一个靠豆腐发展的旅游小镇

5.极致思维

案例：格凸河旅游区的整体设计

6.流量思维

7.共享思维

8.社交思维

二、打造文旅发展新模式

1.高点化规划，给予游客新鲜感

案例分析：湄澜会客厅发展规划

课堂讨论：新疆喀什旅游发展方向？

2.匠心化建设，强化游客审美感

案例讨论：胡各庄发展前景与经营思路

3.场景化空间，塑造游客沉浸感

案例讨论：榆林陶唐都城如何进行沉浸化产品设计

案例讨论：贵州朱砂小镇如何进行体验产品设计

案例讨论：广西靖西市漂流项目打造

4. 游乐化项目，给予游客刺激感

案例讨论：如何创造极致的游乐氛围

5. 人性化服务，营造游区舒适感

案例：四川省洪雅县康养旅游的服务战略

6. 沉浸化夜游，营造文化体验感

延伸分析：如何打造夜间消费文化 IP

案例：瘦西湖“二分明月在扬州”

7. 精品化演艺，给予游客震撼感

➤ 旅游演艺三大特征

案例分析：七里坪引进东北抗联演艺的故事

8. 精准化营销，维系游客社交感

➤ 如何打造旅游新媒体矩阵

案例分析：黄龙洞“定海神针”的故事

案例分析：王屋山和五龙口的精准营销策略