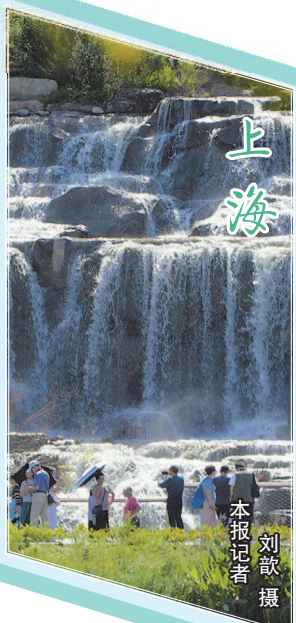




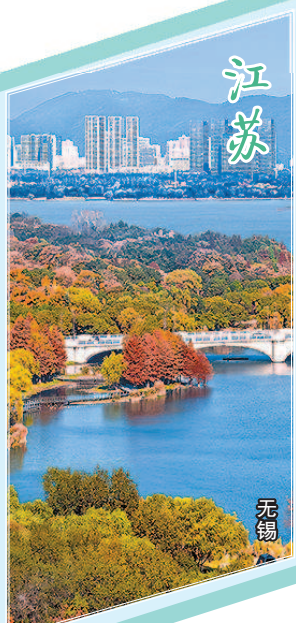
这两年,大家出游热情持续高涨,为不少地方带来了“泼天流量”。长三角作为国内重要的旅游目的地,不断有城市、县域、乡村或景区“爆款”。下一步,长三角将如何携手共进,建设世界级的重要旅游目的地,让长三角文旅不仅“出圈”,更能“出海”?

今年全国两会,我们邀请了沪苏浙皖的全国人大代表、全国政协委员,就如何推进长三角文旅一体化高质量发展建言献策。



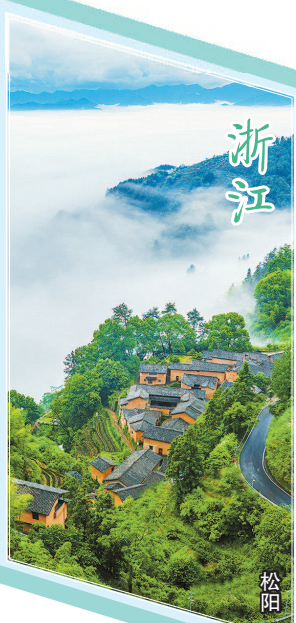
上海

本报记者 刘敬摄



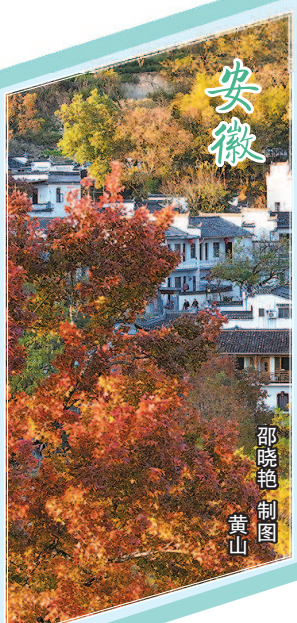
江苏

无锡



浙江

松阳



安徽

邵晓艳 制图  
黄山

## 从出圈到出海,长三角代表委员擘画文旅一体化蓝图

# 用“诗和远方”扛起“流量担当”

全国人大代表权衡

### 创新机制,让长三角城市群“美美与共”

长三角,是中国经济活动最具活力的区域之一,也是全国铁路网络最密集的区域。数据显示,目前长三角铁路营业里程突破1.5万公里,其中高铁营业里程超过7700公里,占比首次过半。在全国人大代表、上海社会科学院党委书记权衡看来,“轨道上的长三角”加速建设,为人员流通、经济流动奠定了重要基础,也成为长三角文旅一体化发展的显著优势。

“经济不是静态发展的,人员流动起

来,消费就能热起来。”权衡认为,长三角市场能释放巨大的消费潜力。随着高铁网络的日益完善,人们的旅游目的地从传统的沪宁杭、苏锡常、甬台温、黄山等地,进一步拓展至皖南、浙西南、苏北等区域,也为一些二三线城市的发展带来机遇。

权衡认为,在提振内需方面,长三角城市群差异化、多样化的消费场景,让大家“愿消费”“想消费”“能消费”,进一步促进经济回升向好。在对外开放方面,串珠成链的长三角各地,也能携手为入境游客提供更深度的文化体验,让他们更好领略江南水乡、中华文化的独特魅力。

长三角文旅一体化已有相关探索。例如,在制度创新方面,《2024年长三角

文化和旅游联盟重点工作计划》从持续深化协作机制、合作提升公共服务水平、共同推动文化传承发展、合力巩固增强文旅消费回升向好态势、携手建设世界重要旅游目的地、协同提升文旅领域治理水平等6个方面明确了54个合作事项。

权衡还关注到,今年政府工作报告提到,要完善全口径消费统计制度。他建议,长三角区域可以进一步创新机制,加速打破行政壁垒,加强区域协同,助力长三角文旅一体化市场和品牌成为中国经济内循环与国际化交融的生动样本,让“各美其美,美美与共”的长三角城市群成为世界瞩目的亮丽名片。

特派记者 杨洁

全国人大代表吴国平

### 从“网红”到“长虹”,差异化发展助力文旅持续焕新

“总书记指出,要深化城乡精神文明建设,繁荣发展文化事业和文化产业,优化文化产品和服务供给,以文化赋能经济社会发展。”全国人大代表、江苏省无锡灵山文化旅游集团有限公司战略规划委员会主席吴国平认为,文旅“一业带百业”,是拉动消费、提振内需的重要抓手。

“文旅,文化是灵魂,旅游是载体,因此要坚持内容为王、场景为根本。”吴国平介绍,长三角是全国消费能力最高的地区之一,为文旅市场的繁荣提供了强大的内生能量。因此文旅市场需持续焕新——新项目不断涌现,老项目不断迭代升级,不断丰富自己的文旅产品服务内容,让游客常来常新。而在文旅市场激烈的竞争中,不能追求一时的“网红”,要紧贴市场需求,坚持差异化错位发展,努力实现人气“长虹”。

扬子晚报/紫牛新闻记者 张可 石小磊

全国人大代表丁德芬

### “家风文化”IP出海,以软实力书写文明传承新篇章

全国人大代表、安徽省东至县新时代文明实践服务中心主任丁德芬表示,在长三角区域内,有很多优秀的中华家风文化资源,比如位于浙江湖州的南浔家风传承馆,为南浔近代丝商“八牛”之一的金桐于清同治、光绪年间所建;位于江苏苏州的百年雕花楼,不仅是全国重点文物保护单位,也是苏州市新时代家教家风实践基地。

安徽同样有许多优良的家风文化世代相传。“其中,安徽省池州市东至县周氏家族‘六世书香 百年家风’的故事就特别具有代表性。”丁德芬说,周氏家族是中国近现代第一文化世家,他们“崇儒尚德 培心正业 清慎开明 勤俭乐济”的优秀家风文化,成为全国第70个、安徽省第3个好家风。可以充分挖掘各地资源,讲好共同的家风文化故事。通过文化赋能长三角文旅一体化,也是为文化强国的建设贡献长三角城市的力量。

新安晚报大皖新闻记者 姚一鸣

全国人大代表许忠

### 探索演艺生态一体化新路径,奏响长三角文旅协奏曲

“我是上海歌剧院院长,同时兼任苏州交响乐团的首席指挥,而宁波交响乐团每年也会请我去指导。”全国人大代表、上海歌剧院院长许忠对长三角三省一市的演艺市场,尤其是古典音乐相关的领域比较熟悉,对于长三角文旅市场如何一体化发展,他也进行了思考。

许忠建议,一个是要优化沪苏浙皖

三省一市演艺市场的互动交流,加强长三角一体化的音乐联盟。“这个音乐联盟不仅包括剧院,还包括各地的艺术院团等。”同时,在一体化的基础上对票务系统全面升级,可以做一些研究和开发。“一体化发展,信息公开互通共享非常重要,对于文化演艺市场,你首先要让大家知道,上海在演什么,其他省市在演什么,解决信息公开和到达率的问题,让老百姓有更多的选择。”

他介绍,在具体的操作层面,比如三省一市在大演艺板块中,共同协商成立长三角一体化的大演艺平台。在票务一体化方面,可以由上海牵头打造,三省一

市轮值,发挥各自的优势,实现票务销售的联动。

许忠认为,一体化的大演艺平台,是长三角地区全演艺生态一体化新路径的探索,除了可以在票务一体化上率先做一些尝试,在国际剧目和优秀剧目的引进上,也可以分摊成本,共享收益。“借由这个平台,可以更好发挥上海在国际文化层面对长三角的带动作用,提高优质文化资源利用率和共享度,打造现象级文化项目,同时,加强艺术人才的合作力度,合力打造长三角艺术人才高地,实现共赢!”

特派记者 毛丽君

全国政协委员张毅

### “免签+流量”双引擎,打造入境游“黄金走廊”

“长三角文旅一体化发展一定要用好240小时免签政策。”全国政协委员、金杜律师事务所高级合伙人、上海新联会会长张毅表示,中国已对54国过境免签延长至240小时,这是一个非常好的吸引外国人来中国旅游的政策,能够让他们加深对中国的了解和认识。长三角一定要用好流量经济的基本规律,做好

宣传和规划,吸引并留住入境流量。

“对于长三角而言,传统的文旅资源,用自媒体吸流量等创新方式来拓展旅游业的发展,是一个全新的视角。”张毅说,上海往往是老外入境游第一站,要想把老外留在长三角,长三角就要抱团整合宣传,可以选择在那些中国已经出海的社交媒体上多做宣传,多向老外推介长三角的风景名胜、特色小吃、非遗文化等,让老外产生旅游兴趣。除了宣传好外,还要设计一些便捷化的旅游线路,让老外从浦东机场下来后,可以很容易地到达长三角其他地方。

张毅认为,长三角旅游在硬件、软件、服务上其实已做得很好,可以针对新经济、新消费策划一些新热点新亮点,来吸引流量。比如,随着这几年冰雪运动的兴起,长三角可在冰雪经济上做文章,建设让人眼前一亮的新设施,设计“夏季到长三角来玩滑雪”的冰雪主题游,同时也要做好产业链合理规划与调控;又比如,上海乐高乐园将于今年夏季在金山区枫泾镇开园,枫泾镇和浙江毗邻,长三角可以早做规划,多出创意,尽可能让这波乐高乐园的流量,辐射到长三角多地。

特派记者 屠瑜