

关于培育“文体旅+”特色活动助推我县文体旅康养高质量融合发展的建议

政协委员 闫 鹏



推动文化、体育、旅游与康养四大产业深度融合,是顺应消费趋势、培育县域经济新增长极的关键路径。为深入贯彻落实习近平总书记关于文化和旅游工作的重要指示精神,紧扣省委、省政府关于推动“文体旅康养”融合发展的战略部署,建议以培育“文旅+”特色活动为抓手,系统整合民族节庆、体育赛事、非遗工艺、温泉康养等优质资源,构建“活动引领、业态联动、全域融合”的立体化发展新格局。

一、发展现状与基础

(一)特色节庆活动持续开展,群众基础广泛

我县拥有“睦邻节”“敖包节”“圣祖节”等传统民族节庆,其中“睦邻节”已连续举办217届,已拥有较为稳定的参与群体。“敖包节”“圣祖节”等活动年均参与人次超过10万。全县非遗资源丰富多样,现存项目达110项,包括了“蒙古勒津那达慕”等一批具有地方特色的代表性项目。蒙医药、玛瑙雕刻、东蒙短调民歌等代表性项目逐步融入节庆场景,提升了活动的文化内涵与体验深度。“十家子玛瑙文化旅游节”等特色节会持续举办,形式不断丰富,从地方性展会逐步拓展为涵盖行业交流、技艺展示与市场对接的综合性平台。

(二)体育赛事形态多样,区域性影

响初步形成

“那达慕大会”“飞麟赛鸽”“三丰文化年”已形成相对固定的举办模式和规模,篮球、搏克、赛马、射箭等传统体育项目也逐步建立起具有一定认知度的赛事体系。从举办效果看,赛事期间对住宿、餐饮、交通等相关行业已形成阶段性拉动,为后续提升综合效益奠定了基础。

(三)康养旅游发展迅速,产业带动能力持续增强

东梁温泉城依托宝地温泉小镇,年接待游客量超过70万人次,通过承办“领峰杯”全国青少年篮球邀请赛、珍珠球比赛等大型活动,推动“体育+温泉+康养”模式深入发展,形成了特色鲜明的康养旅游品牌。景区配套设施不断完善,服务质量持续提升,为文体旅康养产业融合发展提供了有力支撑,展现出良好的发展态势和增长潜力。

二、存在问题与短板

(一)活动资源联动有待加强,全域融合格局尚未形成

尽管各类活动已具备一定基础,但“节庆、赛事、非遗、产业”等资源之间缺乏系统串联,整体协同效应不强。例如,“那达慕大会”与“敖包节”,“玛瑙文化旅游节”与“三丰文化年”武术养生大会等活动之间关联较弱,游客难以形成连贯的消费动线,制约了全域旅游体系的构建。

(二)品牌影响力尚需提升,IP价值挖掘不够深入

当前活动宣传多呈分散状态,缺乏整体策划与持续推广,尚未形成具有广泛辨识度的区域文旅IP。“蒙古贞文化”“三丰故里”“十家子玛瑙”等特色文化资源传播力有限,品牌整体影响力未能有效突破地域范围,文化价值向市场吸引力的转化仍有提升空间。

(三)市场机制活力仍显不足,专业

运营能力有待提高

活动组织仍以政府推动为主,社会力量与专业机构参与程度不高,导致后续产业化开发和衍生运营缺乏持续动力。完整产业链条尚未健全,限制了“文旅+”模式的市场化发展与经济效益的充分释放。

(四)产业协同与综合保障仍需完善,资源转化能力亟需增强

特色活动与景区、民宿、餐饮、文创等本地产业之间的衔接不够紧密,玛瑙、蒙医药等特色资源仍以初级形态为主,尚未充分转化为具有市场竞争力的文旅产品或深度体验项目。同时,部分活动承办地的基础设施与公共服务存在短板,智慧服务与全流程保障能力尚未健全,影响游客整体体验与产业价值提升。

三、对策建议

(一)强化顶层设计与区域联动,构建融合发展新格局

建议由县政府牵头,制定《阜新县“文旅+”特色活动融合发展行动计划》,明确以“文化节庆、体育赛事、非遗工艺、康养产业”为主线的融合路径。通过组建文旅产业联盟,建立由重点景区、酒店、旅行社等市场主体参与的季度联席会议机制,统筹制定联票套餐、串联线路和联合营销方案,形成常态化协同发展格局。同时,积极融入京津冀先导区,联合打造跨区域精品线路,实现资源互荐、客源互送,提升区域协同发展能力。

(二)推动活动矩阵融合,打造精品文旅线路

促进“节庆+体育”融合,将传统节庆的文化内涵与体育赛事的参与体验深度结合;深化“赛事+文旅”联动,推动各类赛事从单一竞技向“观赛、游览、体验”一体化转型;加强“非遗+产业”共生,推动非遗项目与特色产业节会联动。重点推动宝地温泉与瑞应寺“双核驱动”,通过

统一运营管理、完善交通接驳、推出联票产品等举措,力争将游客联动率提升至30%以上,形成示范效应。同时,创新“康养+非遗”体验,依托温泉、生态等康养资源,将三丰太极养生与温泉理疗有机结合,打造特色养生旅游线路,培育差异化竞争力。

(三)创新运营与服务机制,提升市场活力与游客体验

积极推行“政府引导、市场运作、社会参与”模式,引入专业文旅公司与运营机构,通过冠名、赞助、合作运营等方式提升活动策划与执行水平。实施文旅人才振兴计划,每年培训本土运营人才100人次,柔性引进2-3名文旅项目策划专家,成立集内容创作、产品开发、营销推广于一体的运营团队,为产业可持续发展提供人才支撑。加快建设“智慧文旅”平台,推动实现“一码通游、一屏统览”,同步完善服务保障体系,建立“活动服务专员”制度,建立健全活动评估机制,推动政府从主导角色向服务角色优化升级。

(四)整合宣传资源,系统塑造“蒙古贞+”文旅IP

实施“全域矩阵传播”计划,聚合县内媒体、景区、节会、赛事等宣传渠道,统一策划、分层推广。深入挖掘“蒙古贞文化”“三丰故里”“查海遗址”“十家子玛瑙”等核心文化符号,系统构建“蒙古贞+”品牌体系。重点打造“三个一”工程,即创作一首县域文旅主题歌曲、拍摄一部文化旅游宣传片、开发一系列“蒙古贞故事”文创产品,在主流平台开展主题传播,每年举办一次文创产品评选与展销活动,全面提升品牌辨识度与对外影响力。同时,着力打造统一标识系统和产品标准,推动非遗与现代设计融合,实现文化资源向品牌资产的有效转化。

关于系统推动特色餐饮品牌创新发展促进产业价值能级跃升的建议

政协委员 初跃坤



我县特色餐饮业承载着地方文化与民族记忆,是激活消费、彰显魅力的重要载体。当前,消费结构持续升级,餐饮行业面临品牌化、数字化、绿色化发展的新要求。为推动我县特色餐饮突破发展瓶颈,在尊重历史与民族脉络的基础上,加快品牌化、商业化、特色化转型,实现产业价值跃升,服务县域高质量发展大局,提出如下建议。

一、发展基础与现状

我县特色餐饮品牌培育已初步构建政策、品牌与产业三重支撑。一是工作机制初步建立。由商务部门牵头,多部门协同的工作专班已召开6次联席会议,形成《餐饮品牌培育活动工作方案》,建立“摸底—申报—评审—公示”全流程机制。二是品牌梯队逐步形成。从全县166家餐饮单位中评选出25家地方特色品牌,涵盖羊汤、馅饼、蒙古族宴席等品类,其中如“蒙古方蒙餐”等已依托民族饮食文化积淀,具备了一定的市场影响力。三是产业支撑持续增强。2025年餐饮业零售额达4.2亿元,同比增长5%。以华兴熏兔为代表的本地食品企

业稳步发展,为餐饮标准化、产业化提供支撑。四是社会关注度有所提升。通过快手、抖音等平台开展宣传,《寻味阜新县老店》系列视频播放量超20万次,部分品牌已成为本地消费与游客打卡点。

二、主要问题与挑战

我县特色餐饮虽具资源基础,但传统优势与现代市场衔接不畅,品牌化、商业化进程缓慢,面临以下突出问题:一是知识产权保护不足。25家品牌中仅少数完成商标注册,技艺流失、品牌被仿冒风险较高,制约长期发展。二是对年轻客群吸引力弱。客群集中于六零到八零后,场景营造、产品形态创新滞后,未能有效对接年轻化、体验式消费趋势。三是产业链融合度低。与农业、文创产业联动不足,特色食材未形成稳定供应链,产品附加值挖掘不够。四是数字化营销能力薄弱。缺乏体系化内容策划,未能将历史、民族、地方特色转化为具有传播力的品牌叙事。

三、推动创新发展的路径与具体建议

为破解上述难题,必须坚持保护传承与创新发展并重,在深挖历史脉络与地方特色的基础上,推动其向品牌化、工业化、特色化方向加速转化:

(一)强化法治保障与活态传承,构筑品牌可持续发展根基

一是加强知识产权全链条保护。为重点品牌提供知识产权托管服务,力争短期内帮助未注册品牌完成商标注册。同步研究推动“阜新羊汤”等具有地域特色产品的集体商标或地理标志证明商标的申报工作。联合司法、市场监管部门

设立“品牌维权快速通道”,降低企业维权成本,严厉打击侵权仿冒行为。二是推动传统技艺系统性记录与传承。系统梳理并影像化记录代表性品牌的核心技艺,支持符合条件的技艺申报非物质文化遗产。建立“阜新特色餐饮技艺传承人名录”,实施传承人研修研习计划。鼓励品牌与非遗传承人、地方文化研究者合作,在店内嵌入技艺展示与手作体验区,增强品牌的文化互动性与记忆点,确保其文化内涵的纯正性与独特性。

(二)深化产品创新与数字赋能,激发品牌内生增长动力

一是鼓励产品形态与业态创新。支持品牌企业在坚守传统风味精髓的前提下,研发便携装、速食包、预制菜等新产品,借鉴复合业态模式,延伸消费场景和时段。鼓励传统餐馆融入文化展示、体验教学等功能,引导其向复合型文化体验空间转型。二是深化数字化营销与用户运营。引导品牌积极利用抖音、小红书等新媒体平台,围绕其历史故事、民族特色、匠心工艺等核心价值点,开展美食制作过程展示、文化故事讲述、互动测评等内容营销。支持品牌参与线上营销活动,探索通过短视频专享价、体验卡等工具精准触达目标客群。

(三)促进产业互联与业态融合,拓展品牌价值增值空间

一是打造特色餐饮品质消费集聚区。依托早、夜市等成熟营销区域,规划建设“特色餐饮品质消费区”,在建筑风格、服务氛围上融入地方历史与民族文化元素,科学布局网红打卡点,完善配套设施,打造“日+夜”协同发展的消费新高

地。二是推动“餐饮+农业+文创”联动发展。建设特色食材直供基地,促进餐饮品牌与本地农产品生产企业的深度合作。支持餐饮企业与文创企业、玛瑙产业联动,深度挖掘蒙古族文化、玛瑙文化等特色IP,开发主题文创产品、联名礼盒,提升产品附加值与品牌文化内涵。三是深化与区域节庆、赛事融合。积极组织餐饮企业参与那达慕大会、玛瑙文化旅游节等本地重大节庆赛事活动,设立特色美食专区,使其成为展示地方风情与民族文化的生动窗口,实现客流共享与跨界引流。

(四)完善梯度培育与生态营造,优化产业发展长效机制

一是建立品牌星级动态管理制度。对现有品牌引入星级评定与动态管理机制,将历史传承的真实性、地方特色的鲜明度、文化表达的创新性等纳入评价体系,从经营规模、创新能力、知识产权保护、社会口碑等多维度进行综合评价与差异化扶持。二是加强潜力企业孵化与新锐品牌培育。持续筛选具有清晰历史脉络、独特技艺或鲜明地方特色的发展潜力品牌,建立品牌储备库,在店铺选址、形象设计、供应链管理、初始投资等方面提供精准扶持。三是组建专业智库与完善人才培养体系。聘请餐饮管理、品牌策划、文化创意、数字化营销等领域的专家学者,组建我县特色餐饮品牌发展专家智库。定期组织从业人员开展经营管理、品牌建设、法律法规、市场营销等专题培训,特别加强在历史文化挖掘、地方特色提炼、品牌故事讲述等方面的能力培养,全面提升行业人才素质。