

四川省人民政府办公厅
关于印发四川省“十大”文化旅游品牌建设
方案(2021—2025年)的通知

川办发〔2021〕5号

各市(州)、县(市、区)人民政府,省政府有关部门、有关直属机构,
有关单位:

《四川省“十大”文化旅游品牌建设方案(2021—2025年)》已经省政府同意,现印发给你们,请结合实际认真组织实施。

四川省人民政府办公厅

2021年1月22日

四川省“十大”文化旅游品牌建设方案

(2021—2025 年)

为贯彻落实省委省政府《关于大力发展文旅经济加快建设文化强省旅游强省的意见》精神,持续打造“天府三九大·安逸走四川”金字招牌,促进文化旅游深度融合高质量发展,特制定本方案。

一、总体要求

(一) 总体思路。

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,贯彻省委省政府建设文化强省旅游强省的决策部署和 2020 全省文化和旅游发展大会精神,围绕推动文旅经济转型升级,以文化和旅游供给侧结构性改革为主线,以全域旅游理念为引领,聚焦资源范围、产品、线路、项目和推广,整合优势特色资源,持续开展“对内注重提品质、对外注重美誉度”管理服务质量提升行动,发挥精品景区的核心带动作用,培育形成新的国家级和区域级文化旅游品牌,打造世界级文化旅游品牌,构建多层次、宽领域、特色化、多样化的文旅品牌体系,推动巴蜀文化影响力、四川旅游吸引力、文旅产品供给力、文旅产业竞争力整体提升,促进文化强省、旅游强省和世界重要旅游目的地建设。

(二) 基本原则。

坚持核心引领、全域提升。以重点产品、重大项目为抓手,做

强做大核心增长极,进一步发挥龙头景区的辐射带动作用,促进区域文化旅游空间协同、一体化发展。

坚持区域联动、协同共建。树立“一盘棋”思维,整体谋划,强化区域资源整合联动,以点串线、以线成带、以带促面,提升区域整体竞争力,形成布局合理、优势互补、各具特色的协调发展格局。

坚持文旅融合、齐头并进。以文塑旅、以旅彰文,宜融则融、能融尽融,打造具有鲜明时代特征、巴蜀特色和地域特点的文化旅游业态和产品,推动文化旅游相互渗透、互为支撑、共同发展。

坚持科学利用、绿色发展。严守生态保护红线、环境质量底线、资源利用上线,合理开发利用文化旅游资源,处理好资源保护和开发利用关系,实现生态效益、经济效益、社会效益相互促进、共同提升。

(三)总体目标。

聚焦巴蜀文化特色底蕴和文旅资源核心价值,将全省 21 个市(州)中的 156 个县(市、区)(区划面积共计 43.1 万平方公里、占全省 88.7%,文旅资源总量超过 21.6 万处、占全省 88%,区域旅游总收入超过 1 万亿元、占全省 91.8%)文化旅游资源进行高度整合提炼,通过深化品牌内涵、丰富产品供给、开拓精品路线、加快项目建设、大力营销推广等措施,打造大九寨、大峨眉、大熊猫、大香格里拉、大贡嘎、大竹海、大灌区、大蜀道、大遗址、大草原等“十大”文旅品牌。

到 2022 年,基本构建起“4+4+2”的品牌体系,大九寨、大峨

眉、大熊猫、大遗址建成世界级文旅品牌,在国际市场具有较高的知名度和市场占有率;大香格里拉、大贡嘎、大竹海、大蜀道建成国家级文旅品牌,在国内市场具有较强的吸引力和辨识度;大灌区、大草原建成区域特色文旅品牌,核心吸引力和竞争力明显增强。

到“十四五”末,“十大”文旅品牌体系基本完备,在国内外市场具有较强的影响力、竞争力和较高的知名度、美誉度,品牌价值进一步提升,有力支撑“天府三九大·安逸走四川”文旅总品牌,充分带动全省文化旅游深度融合高质量发展,促进文化强省、旅游强省和世界重要旅游目的地建设。

二、主要任务

(一)深化品牌内涵。

大九寨注重深化“童话世界·人间仙境”品牌形象,建成单一观光景区向全域旅游目的地转变的样板、世界自然遗产保护与开发的典范。大峨眉注重提升“佛国仙山、东坡故里、禅茶圣地”品牌形象,建成世界文化和自然遗产保护利用高地、中华禅茶康养旅游目的地、国际文旅博览会议会展首选地。大熊猫注重优化“探寻熊猫家园,乐享川人生活”品牌形象,建成世界濒危动物保护与科技创新示范高地,人与动物、城市与自然和谐共生的“生命共同体”典范,世界生态价值实现、生态教育展示的样板。大遗址注重强化“文明之源、古蜀奇迹”品牌形象,建成世界古文明研究高地,世界一流、四季多元、宜游宜居的国际山地休闲度假旅游目的地,全国最具知名度和影响力的红色旅游目的地。大香格里拉注重塑

造“高原秘境、自驾天堂”品牌形象,打造世界人与自然和谐共处的典范、我国民族文化保护与发展的示范区、中国生态旅游发展新高地、国际知名的自然生态和康巴文化旅游目的地。大贡嘎注重塑造“世界云端秘境、东方户外天堂”品牌形象,建成世界户外登山探险圣地、世界极高山山地生态旅游典范和中国藏彝民族文化走廊重要展示窗口。大竹海注重塑造“碧波万顷、蜀南清韵”品牌形象,打造竹文化和生态价值转化的典范,竹文化旅游产业全方位、全链条发展的样本,国际竹生态文化旅游胜地。大蜀道注重塑造“关山驿路、天险蜀道”品牌形象,建成秦巴山片区文旅融合产业发展示范走廊和中国南、北陆上丝绸之路的连接纽带。大灌区注重培育“水润天府、诗画田园”品牌形象,打造水利文化传承创新发展的典范、农耕文明与现代文化相融合的样本、彰显天府文化的国际乡村旅游目的地。大草原注重塑造“中国最美湿地草原”品牌形象,建设黄河上游生态文明和民族团结进步高地、国际高原湿地草原生态旅游目的地。

(二) 丰富产品供给。

突出系统谋划、鲜明主题特色,大力丰富“十大”文旅品牌产品供给。大九寨品牌重点依托九寨沟、黄龙,发展世界遗产观光、雪山草原生态观光休闲和藏羌文化体验产品。大峨眉品牌重点依托峨眉山、瓦屋山、三苏祠,发展世界遗产观光度假、佛禅文化和东坡文化体验产品。大熊猫品牌重点依托卧龙、碧峰峡、唐家河,发展生态文化体验、教育科普和休闲度假产品。大遗址品牌重点依

托三星堆、罗家坝,发展古蜀和古巴文化体验、研学产品。大香格里拉品牌重点依托稻城亚丁、泸沽湖,发展高原生态观光、康巴文化和摩梭风情体验产品。大贡嘎品牌重点依托海螺沟、木格措,发展山地户外运动、休闲度假产品。大竹海品牌重点依托蜀南竹海、沐川竹海,发展竹文化体验、竹生态度假和竹美食体验产品。大蜀道品牌重点依托剑门蜀道、阆中古城,发展蜀道文化体验和大巴山生态康养产品。大灌区品牌重点依托都江堰、东风堰,发展水利文化研学、天府农耕文化体验和天府田园度假产品。大草原品牌重点依托川西北大草原,发展草原生态休闲、民族文化体验产品。

(三) 开拓精品线路。

构建“7+72+N”的“十大”文旅品牌精品线路体系。联合周边省(区、市)重点打造巴蜀文化之旅、大熊猫国家公园之旅、长征国家文化公园之旅、中国大香格里拉之旅、竹海丹霞之旅、蜀道文化之旅、黄河探源文化之旅等7条国家级文旅精品线路。联动推出大九寨世界遗产国际旅游线、峨眉山·乐山大佛世界遗产观光旅游线、大熊猫国际生态旅游线、环亚丁原生态秘境观光旅游线、大贡嘎国际生态精品旅游环线、竹文化体验旅游线、水利文化研学体验旅游线、蜀道三国文化体验旅游线、古蜀文明寻踪旅游线、最美湿地草原落地自驾旅游线等72条精品主题线路。细分消费者市场群体,针对不同区域、不同年龄、不同需求的消费者群体,推出“N”条主题类、定制型的多日游、特色游精品线路。

(四) 加快项目建设。

建设“十大”文旅品牌项目库,重点策划包装招引一批标志性、示范性、引领性的重大文旅项目,争取纳入省、市重点建设项目,加快推进项目落地开工、建成投用。

充分运用文化和旅游资源普查成果,培育一批高品质大景区,力争每个品牌至少有1个国家级旅游度假区。大力推进曾家山、巴山云顶、中国死海等14个度假区创建国家级旅游度假区,福宝、观音湖等52个度假区创建省级旅游度假区,蜀南竹海、泸沽湖等19个景区创建国家5A级旅游景区,赵化古镇、神仙池等31个景区创建国家4A级旅游景区,达古冰山、莲宝叶则等14个旅游区创建国家生态旅游示范区,虎牙、彝海等20个旅游区创建省级生态旅游示范区。

积极推进文化旅游公共服务设施建设。重点新建、提升古蜀文化遗址博物馆、巴文化遗址博物馆等55个博物馆(纪念馆、陈列馆),三星堆国家考古遗址公园等10个考古遗址公园,四川省文化旅游中心等4个文艺展演剧场,眉山青神竹编体验基地等25个非遗传承体验基地。完善旅游厕所、旅游标识标牌、自驾车营地、旅游咨询服务中心、智慧旅游等公共服务设施,提高旅游公共服务便利化、智能化水平。

完善“飞机+高铁+高速+景区道路”立体化综合旅游交通网络,推进城市交通站点与景区无缝对接,进一步提升可达性和便捷性。加强国道、省道、区域农村公路沿线自然风貌和人文景观建设,打造一批旅游风景道、旅游公路,进一步扩大“慢游”旅游交通

网络的覆盖范围。

(五)大力营销推广。

着力构建全省文旅宣传推广大格局。在“智游天府”文化和旅游公共服务平台开设“十大”文旅品牌专区。结合巴蜀文旅全球推广计划、中国(四川)大熊猫文化旅游周、中国成都国际非物质文化遗产节、四川国际文化旅游节和四川国际旅游交易博览会等活动,多渠道、全方位、立体化宣传推广“十大”文旅品牌。

实施全媒体营销。整合广播、电视、网站、音像、电影、出版、报纸、杂志等各类媒介宣传优势,运用5G、超高清显示、人工智能、增强现实/虚拟现实、交互式页面、沉浸式高新视频等新技术,通过微博、微信、短视频、手游、动画、网络直播等手段,积极构建多元、立体、精准、高效、全面的“十大”文旅品牌宣传营销体系。

创作文艺精品。实施主题文艺精品创作计划,鼓励支持国内外优秀艺术家、顶尖设计师和艺术制作公司,创作一批紧扣“十大”文旅品牌的舞台艺术、影视剧作精品,力争每个品牌至少打造一个有较强影响力的演艺项目。

举办特色节事活动。提升数字国际熊猫节、巴人文化艺术节、大蜀道文化旅游节、四川甘孜山地旅游节等特色节事活动的知名度和影响力。创新举办公学术研讨会、文艺展览展演、文创产品设计大赛、美食节、体育赛事等各类节事活动。

深化区域合作,协同整体营销。充分发挥“十大”品牌文旅发展联盟作用,整合政府机关、文旅企业、行业协会、科研机构对外宣

传推广力量,跨区域、跨行业、跨部门联合开展形式多样的宣传推广活动。

三、保障措施

(一)完善推进机制。

文化和旅游厅牵头负责全省“十大”文旅品牌建设工作,依据本方案科学制定10个文旅品牌建设子方案,加强对市(州)、县(市、区)工作指导力度,协调省直有关部门(单位)切实解决工作中的困难问题,扎实推进“十大”文旅品牌建设工作。各市(州)、县(市、区)是“十大”文旅品牌建设的责任主体,要把品牌建设工作放在突出位置重点谋划,结合实际制定细化实施方案,一以贯之抓好落实。省直有关部门(单位)单位要结合职责密切配合,共同推进“十大”文旅品牌建设工作。

(二)加强政策保障。

各地要强化“投资唱主角”思路,坚持“大抓项目、抓大项目”,按照事权和支出责任主体,完善投入机制和激励政策措施,统筹整合现有资金渠道,在符合资金使用条件的前提下,重点支持“十大”文旅品牌建设。依法依规落实国家支持文化建设和旅游发展的有关税收优惠政策。对获得国家级和省级荣誉、发挥示范性作用的重点文旅项目在资金安排上予以倾斜支持。通过举办“十大”文旅品牌项目招商引资专项活动、金融对接专场活动,积极协调各类文旅产业基金、引导社会资本与优质文旅项目对接,采取政府和社会资本合作(PPP)、贷款贴息等方式,鼓励各类资本参与

“十大”文旅品牌建设。

对符合相关规划的“十大”文旅品牌项目依法依规及时安排新增建设用地计划指标。在符合生态环境保护要求和相关规划的前提下,大力发展文旅新业态,积极探索实施点状供地,支持使用未利用土地、废弃地等保障项目建设合理用地需求。

支持“十大”文旅品牌建设成效突出的市(州)、县(市、区)创建 A 级旅游景区、旅游度假区、生态旅游示范区、全国乡村旅游重点村、文物保护利用示范区、考古遗址公园、国家一二级博物馆、文化或旅游产业领域示范园区(基地)、文化和旅游消费试点(示范)城市等国家、省级重点旅游品牌。

(三)强化人才支撑。

实施“十大”文旅品牌人才队伍建设计划,加大对文化创意、文物保护、商务会展、赛事策划实施、康养、研学等领域的“文旅+”复合型人才和文旅项目策划、产品开发、资本运作、市场营销、智慧旅游、乡村旅游等文旅紧缺人才的招引和培养力度。大力发展文化和旅游职业教育,鼓励政府、企业和高校建立文旅人才培养培训联动机制。推出互联网在线课堂,持续开展“十大”文旅品牌建设专题培训。