附件1

**国家文化和旅游消费试点城市建设2022年行动任务清单**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 内容 | 2022年主要任务 | 责任处室 |
| 1.创新消费场景，推动文旅消费业态集聚 | 实施“文旅商圈”计划，依托现有文化和旅游消费集聚区，选择基础条件好、消费市场活跃的街区、文体商旅综合体、旅游景区等，布局一批文旅消费新地标,推动文旅消费业态进一步集聚,力争创成 1 家国家级夜间文化和旅游消费集聚区和 2 家省级集聚区,指导各县（市、区）培育不少于3个市级文旅消费集聚区和特色文旅消费示范点。 | 产业发展处资源开发处 |
| 通过政策引导，打造常态化演艺活动，为温州南塘景区、五马历史街区等消费集聚区提供新消费集聚点。探索推动一批体验式、沉浸式文旅消费新场景落地，做大做强“楠溪江乡村音乐漫都”“山根音乐艺术小村”“铁定溜溜”，聚焦促进文旅消费，打造一批高品质、高人气、具有温州辨识度的旅游休闲街区，2022年力争创成省级以上旅游休闲街区1-2家。广泛利用大剧院、文苑剧场、东南剧院等特色专业剧场，打造“艺路同行”“周末剧场”、“新年戏剧月”等品牌活动。 | 产业发展处资源开发处艺术处公共服务处 |
| 2.一战略五行动 | 坚持文化为魂,探索将“文化基因解码”成果、“宋韵瓯风”等文化标识植入景区景点，开展“微改造、精提升”工作,提升温州旅游品质和美誉度，推进 6 个省级试点县、 13 个省级单体试点工作,以点带面深化核心吸引物、目的地、接待场所“微改精提”工作。 | 资源开发处公共服务处 |
| 指导A级旅游景区加大住宿、餐饮、演艺、文创、夜游等产品开发力度，推动“门票经济”向综合产业经济转变。2022年打造1-2 家特色明显、业态丰富且有引领性的未来景区。力争年底“放心景区”覆盖率达 70%以上。 | 资源开发处 |
| 创新升级一批非遗体验基地、非遗小镇、非遗景区、非遗街区等非遗共富共享新空间。持续擦亮“瓯”系列非遗品牌，举办非遗创意产品设计大赛，加快非遗创造性转化与创新性发展，为推进东亚文化之都2022活动年设计提供非遗伴手礼、城市之礼。举办“文化和自然遗产日”活动、非遗展销会、非遗市集，集聚非遗创新创意产品，推广温州非遗GO微信小程序购物平台、温州非遗抖音官方账号等数字化传播平台，带动非遗产品线下＋线上消费。 | 非遗处 |
| 以“建设中国民办博物馆之城”为目标，进一步鼓励社会力量参与兴办非国有博物馆，发展一批具有地域特色与产业主题的行业博物馆。鼓励文博场馆利用本地文物资源开发有温州传统文化标识的文创产品。鼓励温州博物馆、瑞安博物馆等国有馆推出多样化的文物点阅活动，适时推出“夜游博物馆”“博物馆过大年”“博物馆研学游”等博物馆旅游品牌。指导塘河沿线民办博物馆群、永嘉芙蓉古村博物馆群活化空间，带动博物馆消费。 | 文物处 |
| 开展第三批温州市红色旅游教育基地评选工作，评选3-5家市级红色旅游教育基地，打造红色旅游精品线路。 | 资源开发处产业发展处 |
| 3.实施“两个布局” | 充分利用公共图书馆、文化馆（站）、博物馆、文化礼堂等现有设施空间，提升新型文化空间文旅消费功能，实现文化+消费等功能，有条件的设施，匹配艺术展览、文化沙龙、休闲小憩等功能，改造为城乡新型公共文化空间，打造高品质文旅消费空间载体资源矩阵。培育一批示范项目，在全市建设12个创意性改造示范点，建设12个小而美的示范艺术空间。 | 公共服务处 |
| 鼓励常态化创意市集落地城区，创新文旅市集发展模式，形成一批布局合理、管理规范、各具特色、功能完善的新“文旅市集”品牌和商圈。进一步提升青灯市集、南塘夜市、鸣山非遗夜市等文旅市集，释放人们的文旅消费需求。 | 产业发展处、公共服务处、非遗处、文物处 |
| 4.数字化改革赋能文旅消费 | 通过数字化场景丰富线上文旅消费功能，利用“错峰乐游”、“游在鹿城”等应用，实现假日旅游通，改善假日消费体验。通过“E游温州”文旅信息服务平台，建成文旅信息服务总入口，建设多终端发布、跨平台统一用户体系，实现温州旅游攻略全覆盖，为游客出行提供全方位指导。建设温州文旅大脑，开发文旅数字驾驶舱，迭代升级文旅数据仓，赋能温州文旅市场分析、产业发展和领导决策。 | 局信息中心 |
| 5.塑造推广文旅消费新形象 | 打造提升“十大市集”“十大街区”“十大创新空间”“夜游十景”“研学十基地”“工业旅游十景”“美食十街区”“乡村十集聚”“十大线路”“十大网络热门打卡地”等 10 个“十”系列文旅特色消费品牌。 | 产业发展处、公共服务处、非遗处、资源开发处 |
| 提升打造“9.20就爱温州自驾旅游”“我爱夜温州”“百县千碗 瓯味百碗”“青灯市集”“楠溪江乡村音乐漫都”“宋韵南塘”“跟着二十四节气游温州”等核心文旅品牌。 | 产业发展处、公共服务处 |
| 打造国际时尚与我市乡村文化交融的沉浸式体验场景,将“侨家乐”打造成高品质、富有温州识别度的“旅游微目的地”，通过“民宿+景区”组合营销活动，带动温州本地游客过夜消费。 | 资源开发处、市场法规处、产业发展处 |