

河北省文旅产业发展现状及政策优化路径研究

曾瑜, 张玲*, 褚金雨卓, 任雨辰

河北农业大学经济管理学院, 河北 保定

收稿日期: 2025年8月18日; 录用日期: 2025年9月10日; 发布日期: 2025年9月22日

摘要

近年来, 随着经济水平的提高, 人们对文旅消费的需求不断增长。河北省凭借其地理位置优势和丰富的文旅资源, 积极推进文旅融合和全域全季旅游强省的建设。本文分析了河北省文旅产业发展现状, 包括文旅资源基本情况、不同文旅项目发展现状、旅游消费市场分析、潜在消费人群分析以及存在的问题, 并提出了创新文旅产品供给、完善基础设施建设、探索丰富文化内涵、创新文旅宣传手段和注重人才培养引进等对策建议, 以期为河北省文旅产业的高质量发展提供参考。

关键词

旅游产业, 文旅消费, 高质量发展

Research on the Current Situation and Policy Optimization Path of Cultural and Tourism Consumption in Hebei Province

Yu Zeng, Ling Zhang*, Jinyuzhuo Chu, Yuchen Ren

College of Economic Management, Hebei Agricultural University, Baoding Hebei

Received: Aug. 18th, 2025; accepted: Sep. 10th, 2025; published: Sep. 22nd, 2025

Abstract

In recent years, with the improvement of economic levels, people's demand for cultural and tourism consumption has been continuously growing. Hebei Province, leveraging its geographical advantages and abundant cultural and tourism resources, has actively promoted the integration of culture and tourism and the construction of a strong province for all-for-all-seasons tourism. This paper analyzes

*通讯作者。

文章引用: 曾瑜, 张玲, 褚金雨卓, 任雨辰. 河北省文旅产业发展现状及政策优化路径研究[J]. 服务科学和管理, 2025, 14(5): 714-722. DOI: 10.12677/ssem.2025.145087

the current situation of cultural and tourism consumption in Hebei Province, including the basic situation of cultural and tourism consumption, the consumption status of different cultural and tourism projects, the analysis of tourism consumption market, the analysis of potential consumer groups and existing problems. And countermeasures and suggestions are put forward, such as innovating the supply of cultural and tourism products, improving infrastructure construction, exploring and enriching cultural connotations, innovating cultural and tourism publicity means, and paying attention to talent cultivation and introduction, so as to provide reference for the high-quality development of cultural and tourism industry in Hebei Province.

Keywords

Tourism Industry, Cultural and Tourism Consumption, High-Quality Development

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

国家相关部门出台了一系列政策来鼓励文化产业与旅游产业协同发展，支持新兴市场的开拓，增强文化与旅游的吸引力。河北省位于中国北部，环抱北京和天津两大直辖市，东邻渤海，南接河南省，西靠山西省，北界内蒙古自治区。这一独特的地理位置为其经济发展和交通运输提供了良好的基础。因此，打造文旅融合、全域全季的旅游强省对推进中国式现代化河北场景具有重要意义。

近年来，河北省文化和旅游厅围绕高质量发展目标，多措并举推进旅游强省建设，京津两省的周末游产品要高水平发展，以“自然深呼吸”、“文化漫步”、“时尚达人”和“康养微度假”这四大主打产品为核心，着力打造冰雪运动、海滨度假等系列精品。通过加大对旅游基础设施的投资，推动产业升级。将河北省打造成为京津游客周末休闲娱乐的首选目的地，呈现出起势强劲、进展顺利的良好局面。

2. 河北省文旅产业发展现状

2.1. 河北省文旅产业基本情况

在 2017 至 2021 这五年间，河北省共接待了 28.21 亿人次的中外游客，累计创造了高达 31191.68 亿元的旅游收入。2022 至 2023 这两年，河北省接待了 11.76 亿国内游客，实现了 13125.08 亿元的旅游总收入，为经济复苏提供了强有力的支撑。回溯到具体年份，2017 年，河北省共接待了 5.72 亿人次的中外游客，达到了 6140.9 亿元的旅游总收入[1]。到了 2018 年，游客接待量进一步攀升至 6.8 亿人次，旅游总收入同比增长了 24.4%，这一增速不仅超过了全国平均的 8%和 12%的增速[2]，2019 年的旅游业继续保持增长势头，接待了 7.83 亿人次的中外游客，旅游总收入同比增长了 22% [3]。2020 年，河北省的旅游人数出现了断崖式的下跌，接待游客数量和旅游收入均出现了大幅度的下滑，分别下降了 54.3%和 60.5% [4]。但 2021 年逐渐复苏，海内外旅游总人数同比增长 19.69%，旅游总收入也同比增长了 20.34%，展现了旅游业的强大恢复力[5]。2022 年，河北省接待的国内旅游人次为 3.32 亿人次，同比下降了 22.64%，旅游总收入为 3008.88 亿元，同比下降 31.99% [6]。2023 年，河北省的旅游业迎来了大爆发。春节七天假期期间，河北省接待旅游总人数达到了 1115 万人次，取得旅游总收入 78 亿元，同比增长了 39%和 36%，其增长水平平均高于全国平均水平。从全年来看，接待人数为 8.44 亿人次，同比增长了 154.4%，旅游总收入达到了 10116.2 亿元，同比增长了 236.2% [7]。

2.2. 不同文旅项目开展现状分析

(1) 红色文化。为了充分深入挖掘河北省的红色文化资源,河北省文化和旅游厅以文化和旅游相融合为出发点,营造身临其境的氛围感,采用别具一格的教育方式,精心策划推出了“抗日烽火——太行红色长征”等五大主题旅游项目。这些项目在全省范围内汇集了一支充满力量的队伍,共同传承和弘扬红色精神。2022年,相关部门提出了关于河北省红色旅游高质量发展的一些具体目标和要求,推动了红色景区开发出一系列红色教育产品。2023年暑期,西柏坡纪念馆推出了一系列主题活动,通过歌曲《我的西柏坡》、快板《红色情怀西柏坡》等节目,用说、唱、诵等形式向游客展示西柏坡独特的红色文化魅力。截止到2023年9月,狼牙山爱国主义教育基地累计接待27万余人次,同比增长237%。而从人群构成看,参加红色旅游的群体越发年轻化,主要集中在90后、00后,其中00后增长最为显著[8]。

(2) 体验式旅游。游客旅游的目的不仅仅是获得一种舒适的、独一无二的体验,关键的是要迎合旅游者对于休闲娱乐、追求美学、知识探索以及个人成长等更高层次的需求,因此“体验旅游”应运而生。河北省以“这么近,那么美,周末到河北”作为时尚引领,提升旅游消费体验,精心策划并推出了一系列特色旅游线路,如京张体育文化旅游带等,让游客深度游览景区的同时享受篝火晚会、乐队演奏、曲艺舞蹈表演、露天电影的乐趣,动物观赏、研学旅行等沉浸体验式旅游活动,体验旅游产品也可以是乡村旅游、民间工艺制作流程体验、民间习俗等等。

(3) 冬奥旅游。随着河北省冰雪旅游项目的发展,该省与东北和新疆形成了“三足鼎立”的空间发展格局。2022年,河北省建成14座冰雪体验馆、训练基地,建成189座溜冰场、嬉雪场,举办群众性冰雪赛事347场,各类冰雪培训或冬令营活动2248批次,在培训冰雪指导者方面,共培训冰雪社会体育指导员1120名,冰雪体育教师6000名,取得河北省大众滑雪(冰)等级标准证书的总人数为115,000人[9]。美团数据显示,2023年1~3月,主要冰雪旅游目的地省份的游客规模和消费规模均呈现出同比增长态势,我省用户规模同比增长达152.6%,远超过黑龙江、辽宁、上海、四川等地,消费规模同比增长超100%。另据调查显示,游客中单次冰雪旅游的花费在1000~2000元比例占40.5%,2000~4000元的游客比例占24.7%,冰雪旅游消费拉动能力突出。在2023年下半年冰雪季,全国异地游客在餐饮、酒店、民宿、休闲娱乐、即时零售等业态上的消费规模分别同比增长了76.4%、146.8%、196.5%、356.6%和65.7%,而一些热门冰雪旅游目的地的几类业态消费规模的同比增速基本都高于全国平均水平,其中新疆平均增速超570%,黑龙江平均增速超420%,业态多样性和消费融合度对当地旅游发展起着重要作用[10]。

(4) 会展旅游。在2022年,河北省相关部门出台了《关于推动会展经济高质量发展的实施意见》,在该文件中提出了“大会展、大文化、大旅游”的新思路,为推动我国会展经济向高水平发展,出台了20余条具体措施。同时设立专项资金,对会展项目给予财政补贴,支持大型展会的举办。河北省在2023年共举行各类展览活动226场,展览数量全国占比为2.88%,展览面积为270.13万平方米,平均展览面积为1.20万平方米,全国占比1.88%。在展览的过程中,通过互联网和社交媒体平台推广河北的会展资源,吸引了更多的参展商和游客[11]。

(5) 历史文化旅游。在38项文化遗产中河北省占据三项,分别是长城-河北段、承德避暑山庄及其周围庙宇、明清皇家陵寝等。除了这些世界文化遗产项目以外,承德的金山岭长城、安新的白洋淀、石家庄的赵州桥等也是不错的历史文化旅游消费区,尤其是赵州桥,最能凸显中国古人的智慧。

(6) 休闲度假。随着人们的收入越来越高,人们崇尚自然、回归自然的生态观念越来越强,河北省的休闲度假产品也越来越丰富,比如滑雪度假,康养旅游或者生态旅游等,这些休闲度假产品更好地满足了人们多样化、个性化的休闲度假需求。河北省地形复杂,西部为太行山脉,东部为平原,中部有一些丘陵,形成了丰富的地貌,这里不仅地形地貌类型齐全,而且拥有丰富的自然景观和人文遗产。在气候

方面,河北省属于温带季风气候,四季分明,夏季炎热潮湿,冬季寒冷干燥,年降水量主要集中在夏季。其迷人的自然风光和舒适的气候,成为人们休闲度假首选。

3. 旅游消费市场分析

社会经济的不断进步推动着旅游业的快速发展并向可持续化和数字化方向发展,旅游消费市场出现了新的变化趋势。

(1) 旅游消费出现新特征,人们逐渐追求高品质以及高端旅游消费。在旅游消费水平上,消费者在旅游消费方面的选择越来越高端,但受国际形势影响,国外高端旅游者逐渐开始向国内转移,对旅游出行、住宿等方面的需求也越来越高。有关资料表明,五星级酒店所占的比例持续上升,1000元以上的酒店产品在市场上的比重也在增加,人们逐渐倾向于选择体验式、情景式、主题式的高端旅游产品,如特色餐饮、健康与养生项目、虚拟现实体验和智能化服务等。

(2) 旅游消费市场呈现出明显的年轻化趋势,与此同时,“云旅游”等新型业态和新模式实现逆势增长。2024年“五一”假期,河北各大景区游人如织,文旅市场热度持续高涨,“假日经济”数据持续攀升。根据中国移动大数据监测显示,全省游客客流量较2019年增长超30%,石家庄市、保定市、邯郸市成为游客的首选目的地[12]。从年龄结构看,31岁~60岁的中年游客成为“五一”假期旅游市场的主力,占比近八成;从出行方式看,超过九成的游客选择自驾游,反映出游客对旅途中日益看重便捷舒适。在此背景下,新型业态和新模式旅游开始蓬勃发展,例如“VR游园”、“云旅游”、数字文旅等开始蓬勃发展。全国许多城市和景区纷纷推出了线上旅游服务,“旅游+直播”带货的新模式亦逐渐升温,比如美团推出的“安心住”酒店服务,通过“云看房”功能,有效促进了住宿产品的复苏,为全省旅游业的可持续发展注入了新的活力。

(3) 在健康意识日益增强的今天,旅游的动机和偏好正逐渐与健康、卫生等要素紧密相连。近些年,登山、赏花和户外探险等自然健康旅游活动越来越受到追捧,成为旅游市场的新宠。游客们越来越偏爱那些人迹罕至、空气清新、风景如画的旅游目的地,乡村旅游、避暑胜地和冰雪景观因其独特的自然美景和健康益处而备受欢迎。在旅游行程的规划上,短途旅行已经成为新的趋势,长途跋涉和跨省游的人数相对减少。本地游、周边游和乡村游因其便捷性和亲近自然的优势而变得越来越流行。自驾游因其提供的灵活性和私密性,成为旅游交通方式的首选,这反映了人们对短途旅游、健康旅游和乡村旅游的新趋势和偏好。这种旅游方式的变化,不仅满足了人们对健康和安全的追求,也为旅游业的复苏和发展注入了新的活力。

4. 潜在消费人群分析

4.1. 红色旅游

(1) 红色文化爱好者。传承红色基因,弘扬红色文化。中国的悠久红色历史拥有一大批追随者,他们热爱红色文化,为了更好地了解到红色历史,他们愿意到红色文化的发生地感受红色文化氛围,逐渐成为红色文化旅游的潜在消费者。

(2) 需要接受红色教育洗礼者。红色旅游资源是一座蕴含深厚历史和文化价值的宝库,它们不仅见证了革命先辈的奋斗历程,也承载着丰富的教育意义。这些资源在高等教育中扮演着至关重要的角色,尤其是在思想政治理论课程的实践教学,它们成为了不可或缺的教学媒介。

为了更好地将红色旅游资源融入高校的思想政治理论课程,我们需要从以下几个方面着手:首先,提升教师运用这些资源进行实践教学的能力,使他们能够更有效地将历史故事与现实教学相结合。其次,建立以红色旅游资源为核心的实践教学基地,为学生提供直观的学习平台。在教学过程中,信息技术的

应用也极为重要，利用数字化手段让红色资源更加生动和易于接触。最后，完善评价机制，确保红色教育资源在人才培养中发挥出最大的效能。通过这些措施，我们可以确保红色旅游资源在培养新时代人才的过程中发挥出关键作用，同时也让学生们能够更加深刻地理解和传承这些宝贵的历史文化遗产[13]。

4.2. 体验式旅游消费

(1) 文化体验。旅游的核心在于让游客深入了解和参与目的地的本土文化。游客与当地居民同住，参与他们的日常活动，这有助于深入了解当地的风俗习惯、生活方式和社交礼仪。例如，住在传统民宿中，参与家庭聚餐或节庆活动。游客学习制作当地的传统工艺品，如陶器、刺绣或木雕。这种体验让游客不仅欣赏工艺品，还能了解其背后的文化和历史。当地的民间表演、音乐演出、传统舞蹈等节目展示了当地的艺术传统和文化表达，具有很高的教育价值和娱乐性。通过这些活动，游客能够更好地理解和尊重不同的文化，获得独特的旅行记忆。

(2) 教育体验。游客在旅行中可能看到了从未见过的、听到了未曾听过的、尝到了从未尝过的美食，每一次旅行都会让游客有新的收获和体验。无论是自然风光还是人文景观，它们都以其独特的自然之美、深厚的文化底蕴、悠久的历史传统和精湛的建筑艺术，吸引着人们的眼光，使人们在游览中自然而然地将学习与旅行紧密结合。近年来，一种新型的农家乐旅游项目——“土地认领”体验活动，正逐渐成为教育与旅游相结合的典范。这种参与体验式的活动不仅为城市儿童提供了亲近自然、了解农耕的机会，更让他们在实践中领会到“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦”的真正含义，从而在轻松愉快的氛围中接受教育。这种创新的旅游形式，有效地将教育内容融入旅游体验之中，为传统的旅游活动增添了新的教育价值和意义。

(3) 逃避体验。工作的压力，生活的压力，复杂的人际关系，喧嚣的生活环境，使人想要经常去尚未都市化的地方修身养性，减轻工作和生活的压力。近年来，随着农家乐旅游的兴起，它在很大程度上迎合了游客对于返璞归真生活方式的向往。置身于乡村的宁静环境中，游客得以远离都市的喧嚣，体验那份久违的田园诗意。这种体验不仅为游客提供了一种身心放松的方式，更让他们在与世无争的田园生活中，深刻感受到人类与自然和谐共处的美好境界。

(4) 审美体验。沉浸在美丽的环境和艺术中，如参观古代建筑，游览峡谷、湖泊、山脉等自然风光时，会使游客在紧张的工作之余获得极致的放松。当游客们漫步于名山大川，领略其壮丽多姿的自然风光，或是在人文建筑前赞叹其精湛的艺术造诣时，他们不仅能够领略到不同凡响的视觉盛宴，也获得精神上的极致享受。不论从环境和设施的设计的哪个角度看，它们都能使参观者获得巨大的审美体验。

4.3. 冬奥消费

(1) 时尚文旅爱好者。时尚文旅爱好者通常是对旅行、文化、艺术和时尚都有着浓厚兴趣的人群。他们热爱旅游和探索，对文化和艺术有独特的眼光，追求时尚和品质，拥有多元化兴趣爱好，希望通过旅行获取更广泛的文化、艺术以及时尚的体验。对他们来说，旅游不仅是玩，更多是去发现、探索、体验，希望通过参观博物馆、艺术展览、音乐会等获得对文化和艺术的独特感受，甚至通过旅行和体验来激发灵感和创作能力。

(2) 冰雪旅游爱好者。根据艾媒咨询数据显示，在2023年中国网民对冰雪运动了解程度中，52.72%消费者对冰雪运动一般了解，36.68%消费者了解冰雪运动，只有10.60%消费者不了解冰雪运动。在2023年中国冰雪运动爱好者了解冰雪运动渠道中，55.06%消费者通过家人/朋友了解冰雪运动，52.06%消费者通过新媒体平台(小红书、微博、抖音等)了解冰雪运动，46.04%消费者通过电视广播了解冰雪运动，44.46%消费者通过冰雪APP或社群了解冰雪运动，12.82%消费者通过报纸杂志了解冰雪运动。在2023年中国

冰雪运动爱好者平时参加的冰雪运动类型中,53.80%消费者会选择滑雪,50.16%消费者会选择花样滑冰,46.20%消费者会选择速度滑冰,33.86%消费者会选择短道速滑,19.94%消费者会选择冰球[14]。

4.4. 商务会展

会展是促进行业交流的载体和平台,对经济发展和社会进步具有很强的拉动效应和催化作用。因此,对商务会展需求最强的是企业,因为参与会展可以打开企业对接渠道,直观地向客户展示产品品质和服务以及企业形象,从而解决对接过程中信息屏蔽和不对称问题,实现最有效的信息交换。其次会展+旅游等对相关行业、产业升级换代的带动作用,商务会展可以提供拉动内需、扩大开放、提升城市综合竞争力的新出口。

4.5. 历史文化爱好者

历史文化旅游消费群体大多是受过良好教育并追求生活品质的主体客群。通过旅游,体验独特历史文化,见证重大历史事件,了解鲜为人知的历史故事,开拓眼界,增强沉浸式文化体验感。如邢台市神头村通过碑刻史料、古诗名篇、庙会祭祀等流传许多关于扁鹊的故事,可以作为旅游资源进行开发。其次,古村落的选址极为考究,不但景色优美,而且可以营造出一种与自然融为一体的意境。

4.6. 自然风光爱好及休闲度假者

休闲度假旅游可以满足游客的异地观光、学习、健身、娱乐、交流的需要,还能让人身心愉悦。游客大多带着愉快的心情前来游玩。在休闲旅游的过程中,在休闲旅游中,人文关怀注重表达对美的追求,将美学原则贯彻到方方面面,积极地体现出健康简朴的审美趣味,营造出一种美好的旅游文化氛围。所以,热爱自然风光和休闲度假的人拥有非常大的文旅消费潜力。

5. 文旅产业发展中存在的问题分析

5.1. 旅游产品较为同质,品类发展仍然不均

我省的文化和旅游资源极为丰富,然而在深度开发和内涵提炼方面仍有提升空间。当前,我们面临的挑战包括内容挖掘的深度不够,文化内涵的凝练度有待加强,以及邻近地区在红色旅游资源开发上的同质化现象。虽然也能在一定程度上带动革命老区的经济发展,但创新不足导致文旅产业难以实现可持续发展。此外,我省文旅产业各品类之间发展不均衡。自然风光、休闲度假、历史文化等资源发展最为悠久,冬奥文旅资源热度最高,但红色文化、体验式旅游等发展仍存在显著的开发不充分、配套不完善等问题,商务会展更是处于起步阶段,距离大体量、高品质发展仍有很长的路要走。

5.2. 基础设施不够完备,产业环境尚需提升

我省文旅产品在供给上存在基础设施不完备问题,在交通、住宿、文娱等方面都存在不同程度的短板,尤其是节假日等旅行旺季,存在交通拥堵、住宿条件区分度不足、文娱配套产品不丰富、部分文旅品类发展时日短、选择少等问题,也存在旺季旅游区食宿价格过高、食品安全不能得到充分保障、宰客等不文明的文旅现象,造成大量潜在“回头客”的流失,产业环境尚需提升。

5.3. 产业内涵挖掘欠缺,文旅品牌建设不足

河北省文化旅游资源对产业内涵的挖掘仍存在较大欠缺,且没有形成足够有影响力的文旅品牌。如北京八达岭长城能够闻名于世界,归功于北京将旅游业和文化产业相结合,赋予长城独特的文化内涵,长城作为中国古代建筑史的奇迹以及古人智慧的结晶,是捍卫领土完成的屏障和象征,具有深厚的历史

文化底蕴，从而吸引了众多的历史文化爱好者。而位于河北省滦平县的金山岭长城是明代万里长城的重要组成部分，具有景观奇特、建筑艺术精美、军事防御体系健全、保存完好的特点，早于 1987 年就被列入世界文化遗产，为全国重点文物保护单位，但知名度远逊于八达岭长城，可见产业内涵挖掘的欠缺和文旅品牌建设的不足已经在极大程度上制约了河北省文化旅游产业的发展。

5.4. 宣传方式较为传统，产业发展有待升级

河北省文旅资源与其知名度不相符，重要原因之一在于宣传方式较为传统。比如，沧州市娲皇宫景区是我国 5A 级景区，但人气却与风景名胜区的档次极不相称，例如位于邯郸市的广府古城景区以及位于保定市的清西陵景区等也都存在同样的问题。虽然廊坊旅游宣传也曾在北京地铁一号线车厢上打出了“温泉、绿道、养生、健身”的广告，但就河北省文旅产业整体来说，在当前已经取代了传统纸媒、电视媒体的新型主流媒体等上的资讯发布及推广依然严重不足，没有认识到新媒体营销的关键所在。特别是缺乏以省为单位、多个信息平台联动的全方位总体规划，对大数据、云计算等新型信息技术的应用也存在较大短板。这些问题都影响了河北省文旅产业在全国的推广，导致知名度不高[15]。

5.5. 复合高端人才匮乏，产业内生动力不足

河北省文旅产业在高端人才，特别是复合型人才储量方面处于较低水平。这些高端人才通常需要具备深厚的文化知识背景，同时拥有丰富的旅游管理经验。然而，现有的高端人才资源有限，在文化旅游景点、文化产业园区等相关机构中，技术型、管理型、经营型等各种类型的人才稀缺，人才引进与奖励机制不完善，对高端人力资源方面的需求无法得到满足，导致相关机构在硬件、软件方面的升级优化缺乏动力，减缓了文旅产业的发展速度。而且在创新能力方面较为缺乏，河北省的文旅产业在产品和服务的创新、品牌塑造和市场拓展等方面存在局限性。传统的文旅产品和服务难以满足消费者日益变化的需求，创新的力度和深度不够。

6. 文旅产业高质量发展的对策建议

6.1. 创新文旅产品供给，实现品类共同繁荣

首先，要将红色旅游资源的内容进行整合，提高其典型性、生命力，同时要将周围的红色旅游资源进行有机结合，如将红色历史故事与当地传统手工艺品结合，推出具有教育意义的纪念品。组织红色主题的文化活动或节庆，如红色文化周、革命历史讲座等，吸引游客参与并体验[16]。其次，对原有的旅游产品从提供的方式到员工的服务等重新进行构思体验式产品，特别是利用井陘拉花、武强木版年画、蔚县剪纸等“非遗”项目开展游客“非遗”体验课程，让游客有机会亲自动手感受古老技艺的魅力，赋予它们更多的情调和个性。也可以通过线上线下渠道进行推广，与旅游机构、教育机构等合作，拓展红色旅游的受众群体，提升红色旅游的整体吸引力。最后，打造后冬奥旅游产品，冰雪季可以充分利用真冰真雪资源，开展冰雪冬令营、冰雪赛事、冰雪培训、雪地足球、滑雪等群众冰雪运动等项目，非冰雪季可以开展旱地冰壶、轮滑、滑轮等项目，并充分利用冬奥竞赛场馆室内外空间功能，开发冬奥 + 音乐节、演唱会、大型光影实景演出等一站式文旅资源综合体，满足不同季节、不同消费群体的多样化需求。

6.2. 完善基础设施建设，营造良好发展环境

立足实际，完善基础设施建设，完善旅游公共服务，针对旅游市场呈现的全域化、无景点化、目的地化等新趋势，营造良好发展的文旅产业环境。首先，合理调整酒店结构，为不同消费能力的文旅爱好者提供多种客房选择，引进先进管理模式，提升酒店服务水平，改善房客的居住体验。其次，加大对旅

游景点周边地区基础设施建设的投入以解决交通拥挤、停车困难的问题,完善交通条件,加快推动构建立体旅游交通网,完善“综合便捷”自助游服务体系。最后,市场监管部门加大对景区内及周边餐饮、购物场所的监管力度,重点监督和查处违法违规的行为,保障旅游消费者的合法权益;旅游部门联合环保部门,强化对旅游环境的治理和监督,大力整治“三无”企业,营造高质量文旅发展环境。

6.3. 探索丰富文化内涵, 打造文旅特色品牌

开发本地文化资源价值,将特色文化资源深入融合到旅游资源之中,挖掘其独特的文化内涵[17]。以文化内涵为灵魂,以旅游资源为载体,打造河北省特色文旅品牌;开发精品旅游项目,丰富旅游文化活动,不断巩固河北特色文旅品牌形象,进一步增强品牌知名度和竞争力,让全国人民了解到河北文化旅游的魅力[18]。

6.4. 创新文旅宣传手段, 推动智慧文旅发展

充分发挥新型主流媒体高效便捷、耗时短、传播广、扩散快的宣传优势,积极扩大河北省文旅产业宣传范围,增加宣传覆盖面和穿透力,推广本地特色旅游资源,助推文旅产业发展。加快推动智慧旅游体系建设,通过高科技技术和现实文旅资源的深度融合,打造具有新时代生命力的新型文旅产业,通过“文化遗产+数字创意”、智能操作平台、XR数字互动等高科技助力城市“微度假”,满足消费者关于家门口的“微度假”需求。

6.5. 注重人才培养引进, 增强产业发展动力

加强人才队伍建设,尽快构建和完善人才引进体系,提高高端人才的待遇,加大对国内外文旅复合型人才的引进。充分利用教育机构、培训机构,在省内高校开设文旅复合型专业以及相关课程,聘请高端人才进行授课,学习国内外先进的培训理论和管理方法,通过合作办学、联合培养的再培训计划,对现有的文旅专业人才进行二次培养,提升专业能力和综合素养,为推动文旅产业可持续发展注入新鲜的血液和活力,并优化政策支持以激发文旅产业的内生动力。

基金项目

2024年河北省社会科学发 展研究课题“数智赋能河北省农文旅融合发展的模式创新及实现路径研究”(项目号:202402196);保定市哲学社会科学专项课题(bdzxkt002)。

参考文献

- [1] 河北省人民政府关于印发《河北省旅游高质量发展规划(2018-2025年)》的通知[J]. 河北省人民政府公报, 2018(11): 9-67.
- [2] 河北省 2018 年国民经济和社会发展统计公报[J]. 统计与管理, 2019(3): 3-8.
- [3] 河北省 2019 年国民经济和社会发展统计公报[J]. 统计与管理, 2020, 35(3): 4-9.
- [4] 河北省统计局国家统计局河北调查总队. 河北省 2020 年国民经济和社会发展统计公报[N]. 河北日报, 2021-03-03(012).
- [5] 河北省统计局国家统计局河北调查总队. 河北省 2021 年国民经济和社会发展统计公报[N]. 河北日报, 2022-03-06(011).
- [6] 河北省 2022 年国民经济和社会发展统计公报[J]. 统计与管理, 2023, 38(2): 4-11.
- [7] 河北省统计局国家统计局河北调查总队. 河北省 2023 年国民经济和社会发展统计公报[N]. 河北日报, 2024-03-05(008).
- [8] 中华人民共和国文化和旅游部. 河北红色景区着力提升吸引力[EB/OL]. https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxxlb/hb/202309/t20230907_947095.htm, 2023-09-07.

- [9] 河北省体育局. 2022 年河北省群众体育工作取得显著成效[EB/OL]. <https://sport.hebei.gov.cn/qunzhongtjiju/2023/0111/19895.html>, 2023-01-11.
- [10] 美团研究院. 2023 年雪季全国冰雪消费同比 2019 年增长超 262% [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1789053999204402935&wfr=spider&for=pc>, 2024-01-25.
- [11] 中国会展经济研究会. 2023 年度中国展览数据统计报告[R].
- [12] 中新网河北新闻. “五一”文旅大数据报告: 河北旅游发展呈新趋势[EB/OL]. <https://www.heb.chinanews.com.cn/whlykqb/20240506445308.shtml>, 2024-05-06.
- [13] 文健. 京津冀世界级旅游城市群的建设路径研究[J]. 法制与社会, 2019(21): 130-132.
- [14] 艾媒咨询. 中国冰雪运动消费者行为调查数据[EB/OL]. <https://www.iimedia.cn/c1077/98097.html>, 2024-02-14.
- [15] 梁家贵. 红色文化资源融入高校思想政治理论课教学实践探析——以大别山红色文化资源为例[J]. 周口师范学院学报, 2024, 41(2): 126-131.
- [16] 李菲. 文化旅游产业需求侧管理路径研究[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2023(3): 55-59.
- [17] 沈红兰, 薛蓓. 乡村振兴背景下大学生助力红色旅游发展的路径研究[J]. 旅游与摄影, 2023(24): 28-30.
- [18] 张悦. 时空视域下河北省文旅产业耦合协调发展研究[D]: [硕士学位论文]. 邯郸: 河北工程大学, 2021.