
多维展现江苏高品质文旅风采

贾潇潇

吴韵汉风醉水乡，江河湖海润华章。江苏自然条件优越、城乡区域发展比较协调，园林城市、名城名镇和美丽乡村众多，自古以来便是令人向往的地方。推进高品质文旅发展，适应人民美好生活需要，稳步提升社会文明程度，以多维传播方式展现美丽江苏的生态之美、城乡宜居之美、水韵人文之美、绿色发展之美，挖掘吴韵汉风等优秀传统文化地域文化，把江苏璀璨的历史挖掘出来，把博大精深的文化传播出去，讲好江苏故事，不断展现“水韵江苏”魅力、深入诠释江苏丰富内涵，让有形态、有韵味、有温度、有质感的美丽江苏更加耀眼动人。

博采众长挖掘深蕴文化特质

高品质文旅正不断向数字化、网络化、智能化方向发展，有利于不断发掘、放大江苏富有特色的文化特质，深度打造城市形象，并迅速创造一系列更生动更丰富多彩的文旅场景，为受众带来沉浸式体验，产生显著的宣传效果。

挖掘吴韵汉风之美。江苏文化源远流长，吴文化、楚汉文化、金陵文化、淮扬文化等优秀传统地域文化精彩纷呈，长江文化、海洋文化、大运河文化、江南文化相互交融，赋予这片土地生动的历史回响。充分挖掘科技创新潜力，强化“水韵江苏”“感知江苏”等文化交流品牌。在各大旅拍平台、微博微信等官方账号发布优质内容，实时在各大门户网站推送文旅资讯，将秀美的湖光山色、浓郁的民俗风情及时展现出来，全方位、深层次、多领域、立体式地展现江苏婉转多姿的秀美风光，让人们领略江苏文化的无穷魅力与内在价值。同时，兄弟省份的做法也给我们以启示。例如，浙东地区“唐诗之路”把多样的自然和人文资源以“诗歌”为纽带串接在一起，成为浙江人文展示的“重要窗口”，也成为国内外游客向往的“诗和远方”。

挖掘人文荟萃之美。千百年来，江苏人民创造了灿烂文化，留下了许多弥足珍贵的历史文化遗存。这里有六朝古都南京、上有天堂下有苏杭的人间天堂苏州、二十四桥明月夜淮左名都扬州、满眼风光北固楼的城市山林镇江，还有遍布历经千年沧桑的名胜古迹、贯穿南北的京杭大运河，以及细致精美、格调高雅、口味清鲜的淮扬名菜，等等。紧紧依托这些人文要素，融合文化、艺术、娱乐、体验为一体，通过科技创新手段将场景、美食、建筑、演出、文创等融为一体、互为支撑，打造高品质文旅，提升旅游体验感，触摸到自然肌理、历史脉络和文化记忆，让人得到心灵的净化和熏陶，充分演绎江苏城市的美丽故事和风土人情。

挖掘自然景观之美。江苏自然景观古今闻名，长江、淮河穿境而过，京杭运河纵贯南北，有烟雾迷茫、碧波万顷的太湖，有“东海第一胜境”的花果山，水乡泽国、鱼米之乡合二为一、融为一体。沿海南部依托邻近上海的区位优势，彰显江苏通达海的独特海滨风情。自然景观之美尤其便于借助新媒体进行推介，让游客对魅力江苏的江河湖海可知可感，成为全国知名的“网红旅游目的地”，全方位提升旅游知名度和影响力。

打造品牌不断增强极致感受

应对疫情新挑战，以数字内容为核心的数字文旅产业异军突起、逆势上扬，用户规模、日均用户时长节节攀升，各大在线旅游平台纷纷推出云旅游项目。通过利用科技创新手段积极打造高品质的文旅品牌，不断增强品牌的网络显示度和群众沉浸式体验感，锻造旅游韧性。疫情趋于平稳后，相关项目更易于成为人们的“打卡”圣地。

注重打响品牌美誉度。品牌形象的打造是对城市文化的提升与再造，是对城市可展现文化的提炼。要紧扣城市文化核心定位，从历史性、科考性、娱乐性、美感度、规模度等方面，汲取精华来展示和提升核心文化元素，对易于识别、能够准确代表城

市旅游价值和文化内核的优势资源进行整体包装，通过精准策划、口号征集、形象设计等一系列流程，突出江苏区域优势，有效体现文化特色价值。在传播手段的运用上，既要重视大型宣传片的打造，形成大气磅礴有震撼力的宣传风格，也要注重发挥时下受到年轻一代推崇的微电影、短视频等新媒体的传播力度，倡导共情共鸣，实现更高更快更有影响力地传播。

注重提升产品活跃度。展现多姿多彩的城市形象，需要始终保持与受众的互动和受众热度。要高度重视自身平台的营销推广，维护好在微博、微信等热门平台建立的旅游官方账号以及各大景区官方账号，持续推送相关讯息、图文及视频等。同时，要注重以移动媒体优先，推动传统媒体和新媒体并举、专题策划报道与动态活动报道同步，持续不断发掘新的展示亮点，丰富新产品供给，创新文旅业态，在传承文化的同时与时俱进保持鲜明个性，保持特色文化品牌的受众关注度。

注重增强游客体验度。综合利用数字技术、虚拟技术等现代科技成果，使受众能够拥有身临其境的沉浸式体验。目前，沉浸式夜游、沉浸式灯光秀、沉浸式展演、沉浸式体验馆、沉浸式戏剧等日渐普遍，“云”旅游、线上看展览、线上看非遗也成为现实。要结合实际，打造推广属于我们自己的沉浸式文旅品牌产品。同时，发挥互联网便利性，实现预约购票、地图导览、精选路线、游玩分享等信息数字化，提供“吃、住、行、游、购、娱”一站式综合服务，全面覆盖游客游前、游中、游后的各项需求。

多措并举引领文旅创新风尚

高品质文旅需要融合多种创新技术、涉及多种应用平台，既要从宏观层面整体规划运用以便产生聚合性推广效果，也要在具体操作中强化本土民间力量积极参与。充分利用各类文化资源，进行系统性、深度化挖掘，实现文化资源多次开发、多重产品、多种收益，形成既满足市场需求又彰显地域特色、具有广泛影响力的江苏文化符号。

强化政策支持。在顶层设计上，把运用科技创新手段作为当下推动文旅产业高质量发展的强大引擎，坚持规划引领、政策驱动、跨界融合，从规划、机制、财力、人力等方面强化支持举措，不断推动文旅产业提质增效、做大做强，走跨越式发展道路。大力支持对大运河、江南文化等文化名片的打造，托起“高原上的高峰”。

强化融合创新。综合运用大数据、短视频、直播、虚拟现实等手段，创新融合文旅消费场景，发展文旅消费新热点，推动美丽江苏推广与经济发展融合互促。抓住超高清、数字技术、虚拟技术等新传播技术的发展机遇，结合地方特色，促进文旅产业与农业、林业、水利、工业、科技、文化等深度融合，大力培育新业态，鼓励文旅产业创新。突出沿大运河地区的文化特色和生态优先，一体建设高品位的文化长廊、生态长廊、旅游长廊，打造江苏的美丽中轴。在城市形象宣传中，强化以创新技术为引领，充分利用信息革命成果，灵活运用5G、AI、VR/AR等新型传播技术，为城市形象塑造及传播创造新机遇。

强化参与互动。互联互通的新传媒时代，传播场景更加垂直化、社群化、多元化，传播形式呈全媒化、全员化，每个人都是信息流量池中的传播者和分享者。要立足各地实际，发展高品质旅游产品，线下打造网红景点，线上展示视频和文字，使推广更具感召力、影响力，更好满足新期待、引领新风尚。同时，促进红色旅游、乡村旅游、遗产旅游、研学旅游等融合业态提质升级。完善江苏智慧文旅平台功能，强化参与互动，加强智慧景区建设，深入打造高品质文旅产品的看点卖点，切实为美丽江苏形象推广插上翅膀。