

甘肃省委办公厅、省政府办公厅印发了《关于推动文化和旅游深度融合实现高质量发展的实施意见》，《实施意见》为甘肃文化旅游深度融合发展明确了路径，助力甘肃文旅强势复苏。

（二）东方甄选陇上行引流效果显著

东方甄选陇上行通过旅游直播将甘肃省博物馆、兰州中山桥、水车博览园、嘉峪关、锁阳城遗址等文旅资源全面展示，通过文化讲解全方位呈现甘肃的历史魅力与文化底蕴，充分展示了近年来甘肃的文旅建设成就。

“房谋杜断”甘肃行通过“文化+旅游”的新形式，既展示甘肃文化魅力，又推介甘肃特色农产品。两大网络引流文旅品牌引起业界高度关注，相关话题登上热搜。甘肃省借助“引流”效应，2023年文旅产业强势复苏，前三季度的游客接待量和旅游收入均创历史新高。

（三）区域合作释放文旅新活力

近年来，随着长城国家文化公园、长征国家文化公园和黄河国家文化公园建设的推进，甘肃与长城文化经济带、长征文化经济带和黄河文化经济带沿线省（区）的合作更加紧密。随着2023年丝绸之路旅游推广联盟联席会议、第32届西北旅游协作区会议、世界旅游联盟·丝路对话等区域协作活动的推动，甘肃与相关省（区）在线路联通、资源共享、品牌共建、游客互送方面的联动进一步扩大，助推文旅新活力释放。

（四）重大文旅项目引领作用彰显

2023年，甘肃文旅领域项目实现数量和投资双增长，为文旅高质量发展提供了坚实基础。中华文明探源工程和“考古中国”项目的实施提升了文物保护利用和文化遗产传承水平，为旅游开发赋予了丰富的文化内涵。“三园一区”（长城、长征、黄河国家文化公园和华夏文明传承创新区）项目建设奠定了甘肃文旅产业发展大格局。丝路黄河文化博物馆、大地湾国家考古遗址公园、临夏世界地质公园等重点项目的推动实施，有助于文化的创造性转化和创新性利用，引领甘肃文旅融合高质量发展。

甘肃文旅发展存在的问题

（一）文旅要素市场存在短板

高级别景区建设亟需加强，甘肃目前有5A级景区7家，仅占西北五省区总量的11.91%。在全国已建成60家国家级旅游度假区和19家国家级滑雪旅游度假地的背景下，国家级旅游度假区和滑雪旅游度假地建设亟需实现零突破。“音乐+旅游”“文学+旅游”等新业态产品挖掘不够，既缺品牌也缺影响力。

（二）文旅产品创新转化内驱力较弱

甘肃对黄河文化、长城文化、石窟文化等资源的挖掘、转化和利用不充分，文化资源价值与文化旅游品牌IP影响力不符。文化旅游统计融合还存在指标不明晰、数据有交叉的问题。文化旅游企业的数量和规模与甘肃文化旅游资源大省存在差距。休闲度假旅游产品的市场供给与需求失衡，文化产品创新转化内驱力不足。

（三）后期流量变现难度大

2023年，网络流量为甘肃的文旅产业发展和品牌传播注入了活力，做到了全年有宣传、有策划、有流量、有话题，但流量是把双刃剑，后期的产品供给、内容挖掘、平台培育、载体打造、价值输出等一系列问题最终将聚焦于高性价比、业态创新和特色服务，而目标的实现又依赖于高素质人才。在甘肃文旅行业大量高素质人才流失的情况下，后期如何保做到淡季不淡、旺季更旺，需要冷静思考、高度重视。

甘肃文旅高质量发展对策建议

回顾2023年，甘肃文旅紧盯文化旅游强省建设目标，从供给端不断增加文旅项目投资，从产业端大力推动产业跨界融合，从运营端创新推广营销方式，加强网络宣传介绍，从消费端持续做好“引客入甘”补贴工作，择机发放文旅消费券，综合举措推动文旅市场强势复苏。前三季度，游客接待量和旅游收入分别恢复到2019年同期的100.3%和89%。尽管取得喜人成绩，但要实现甘肃文旅高质量发展还需要在以下方面进一步提升。

（一）强化载体建设，丰富文旅产品供给

1、实施文旅景区“零突破”工程

梳理现有的11个省级度假区资源，根据国家级旅游度假区空间四至清晰、无飞地、与同区域内国家级5A级景区不能同名等明确要求，从中筛选出符合创建国家级旅游度假区的景区，在资金和政策上予以倾斜，引导国家级旅游度假区备选景区抓好基础建设、业态创新、品质服务、环境保护和全域联动，加强IP引领，聚焦亲子度假和康养度假，丰富产品类型、完善基础设施，争创国家级旅游度假区，实现国家级旅游度假区零突破。紧扣《滑雪旅游度假地等级划分》（LB/T 083-2021）标准，积极推动兴隆山滑雪场、松鸣岩国际滑雪场、张掖祁连山国际滑雪场等创建国家级滑雪旅游度假地，争取两年内实现国家级滑雪旅游度假地“零突破”，助力冰雪旅游发展，完善冬季旅游产品体系。

2、建好旅游节点城市