

文旅惠民办实事 深化供给促发展

华侨城：写好新时期发展答卷 赋能人民美好生活

6月19日，以“缤纷欢乐游，就来华侨城”为主题的2021华侨城文化旅游节正式启动，超500场主题活动、500多项文化旅游产品搭建起缤纷文旅“廊道”，为游客提供高品质、多元化的文旅体验。

作为华侨城集团倾力打造的全景生态式大型文化旅游节，同时也是目前国内首个由单一企业创办、跨越时间长、活动产品多、覆盖地域广的文化旅游节，华侨城文化旅游节自2018年首届举办以来，已累计推出超1100场高品质主题活动、2500多项惠民文化旅游产品。

2021华侨城文化旅游节将以文旅融合为落脚点，以资源整合为切入点，以技术聚合为着眼点，创新优质文旅产品供给，让文化旅游为群众美好生活增添更多欢乐。

文旅融合，丰富群众文化生活

2021年是“十四五”开局之年，也是全面建设社会主义现代化国家新征程开启之年。华侨城集团有限公司董事、总经理、党委副书记刘凤喜表示：“在新发展格局背景下，作为以文化产业和旅游业为主营业务的中央企业，华侨城将推动2021华侨城文化旅游节全面升级，以工匠精神、精品意识打造更多适应大众旅游需求的新活动、新产品、新体验。”

36年来，华侨城坚持以文塑旅、以旅彰文，致力于推进文化和旅游在业态、产品、内容、市场等多个层面深度融合，把“文化”摆在中心位置，发挥资源优势，助力文化惠民工程创新实施。目前，华侨城旗下投资和建设项目遍布全国近百座城市，以此为依托，华侨城文化旅游节每年向市场输出数百项优质文旅产品和活动，满足群众不断增加的精神文化需求。

今年文化旅游节期间，华侨城旗下多个景区和旅游企业将结合当地历史文化、民俗风情，推出多项特色活动：甘坑客家小镇将举办“游遇甘坑·国风游园季”，带来古风游园会、国潮插画展、汉风巡游等文化体验；广元剑门关风景区将通过举办“非遗盛宴 蜀道长歌”主题系列活动，让游客零距离体验剑门非遗文化。

2021华侨城文化旅游节充分挖掘、用好红色资源，打造内容

生动、形式多样的红色旅游产品。例如，自贡中华彩灯大世界将于7月集中开展红色精品剧目专场演出等文化旅游体验活动；大鹏所城文化旅游区将利用当地红色文化创新打造剧本沉浸式体验活动，让游客“身临其境”。

资源整合，助力大众旅游深入发展

华侨城文化旅游节将华侨城遍布在全国各区域的项目、业态等进行多维有机整合，以“华侨城”统一品牌，为丰富产品结构、创新产品供给、扩大旅游节影响提供支撑，满足消费者多元化、多层次需求。

华侨城充分利用旗下百余家企业的优质资源，在旅游节期间推出近百种区域性定制旅游产品及优惠套餐，将规模优势转换为规模效益。华侨城旗下欢乐谷集团整合其在西南地区的两大热门主题公园——成都欢乐谷和重庆欢乐谷，推出“成渝欢乐卡”，为区域内欢乐谷的游客带来“一卡两玩”新鲜体验；华侨城西部集团精选获得“2020年度乡村田园类优质体验景区”的黄龙溪欢乐田园和锦绣安仁奇境花园打造“成都·田园乐游卡”，让成都及周边地区游客有了游憩的好去处。

华侨城基于旗下美丽乡村、特色小镇、艺术生态、旅游度假、云南全域旅游、主题节庆、文化演艺等十余类业态，突出拳头产品，推出“城市度假季、电音狂欢季、康养休闲季、国风艺术季、美食潮玩季”五大专题体验，有效满足多样化的市场需求。通过项目、业态整合，打通“吃住游玩购娱”全产业链要素，带动关联产业协同发展。

在此基础上，2021华侨城文化旅游节紧扣市场需求，持续扩大创新供给。期间，华侨城旗下多个美丽乡村项目将推出一系列特色体验活动，广元双旗美乡村电音季等为游客田园休闲提供丰富选择；襄阳华侨城奇幻度假区等结合地方特色为游客提供“吃住游玩购娱”一体的全方位度假体验。此外，西安玛雅海滩水公园、大理变压工厂派对式沉浸式戏剧等一系列新业态、新产品也将陆续面市。

技术聚合，引领智慧旅游创新发展

新时期的旅游业态下，以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游为旅游业高质量发展注入新动能。

在“数字华侨城”战略引领下，近年来，华侨城大力推进数字化转型，推动“互联网+”与业务深度融合，持续打造数字化营销体系、运营管理体系和数字产品体系，促进文化和旅游真融合、深融合。而华侨城文化旅游节作为华侨城智慧旅游的创新高地和实践要地，正逐渐发挥重要作用。

6月19日，华侨城官方文旅APP“花小橙”发布。作为华侨城数字化旅游体验平台，“花小橙”将为游客提供覆盖出游全周期、全场景的服务，帮助华侨城与消费者高频互动，建立更深层次链接，推动华侨城数字营销体系进阶。

作为国内率先将数字化技术应用于旅游业务的企业，华侨城2013年启动旅游业务线上营销管理平台建设，2019年正式上线慧眼大数据平台，推动华侨城旅游业务管理平台不断完善。在疫情防控常态化背景下，华侨城智能化运营管理体系通过数据整合，实现产业运行全域监测、旅游预警预测分析和景区运行管理、业务协同发展，保障游客体验质量，提升景区运营效能。

此外，华侨城基于旅游大数据平台创新研发的“中国旅游景区欢乐指数（THI）”目前分析的旅游景区样本达4000多家，通过分析数据洞悉景区发展新趋势、新特征和游客新需求，为大众出游决策提供参考，为企业制定产品和营销策略提供依据。2021华侨城文化旅游节推出的一系列深化体验、凸显特色的定制化旅游产品，正是借助大数据实现供需动态适配的结果。

2021华侨城文化旅游节将推出智慧文旅产品和服务，让广大游客体验到“互联网+旅游”的乐趣。济南华侨城欢乐荟落地《国家宝藏》电视栏目首个线下体验馆，以数字交互技术让珍稀的国宝文物“活”起来；深圳欢乐港湾主题水秀表演，将声光电交互、3D Mapping等数字技术的应用与城市文化创意表达相结合，重构城市夜间视觉空间，以科技“点亮”夜间文旅经济。

数据来源：华侨城集团

