持续放大巴蜀文化旅游走廊辨识度影响力

编者按 不久前召开的重庆市建设成渝地区双城经济圈工作推进大会强调，要持续放大巴蜀文化旅游走廊辨识度影响力，培育打造具有巴蜀特色的文旅业态和产品，实施优质文旅资源串珠成链计划，推动文化和旅游区域协同发展。2025年是“十四五”规划收官之年，也是巴蜀文化旅游走廊建设的关键之年。推动巴蜀文化旅游走廊建设走深走实，是成渝地区双城经济圈高质量建设的重要工作之一。如何深化川渝合作，持续放大巴蜀文化旅游走廊辨识度影响力？就此，本报推出专版，以飨读者。

推动巴蜀文化旅游走廊建设走深走实

□ 冉斌

不久前召开的重庆市建设成渝地区双城经济圈工作推进大会指出，要持续放大巴蜀文化旅游走廊辨识度影响力，培育打造具有巴蜀特色的文旅业态和产品。推动巴蜀文化旅游走廊建设走深走实，是成渝地区双城经济圈高质量建设的重要工作之一。重庆文化旅游集团将秉持“大力对接四川文旅，切实做好重庆文旅”的总体策略，发挥好高质量建设的“实施者”、巴蜀大文旅建设的“服务者”、区域协同发展的“带动者”三个方面的作用，积极服务推动巴蜀文化旅游走廊建设走深走实。

共塑巴蜀文旅品牌，彰显巴蜀文化的丰富内涵和时代价值。牢牢把握“以文塑旅、以旅彰文”总体要求，在巴蜀文化旅游走廊建设中着力提炼巴蜀文化的独特内涵，弘扬巴蜀文化的时代价值。一是建好巴蜀“泛文化”基座体系。深入挖掘运用重庆的巴渝文化、三峡文化、抗战文化、革命文化、统战文化、移民文化和四川的古蜀文化、三国文化、民俗文化等，探寻各类文化之间的内在联系和共同特征，构建起巴蜀文化的整体脉络，打造同根同源的“泛文化”基座。从丰富的巴蜀文化中提炼出具有代表性和辨识度的文化符号，并将其广泛应用于文化产品、旅游宣传、城市形象设计等方面，形成具有巴蜀特色的文化标识系统。二是打造花开并蒂的特色文化品牌。围绕巴蜀文化中的经典故事、传说、人物等，打造具有广泛影响力的文化IP，开发动漫、影视、游戏等多种形式的文化产品，通过现代科技手段和创意表达，让文化IP焕发出新的活力。三是弘扬巴蜀文化的时代价值。切实将巴蜀文化中与当代社会相适应、与现代文明相协调的优秀因子融入文艺创作、文旅产品、景区场馆、旅游线路等，提升文化感知和旅游体验，让巴蜀文化瑰宝绽放时代光芒，让游客在旅行中深入领略巴蜀文化的独特魅力。

沙坪坝区千年古镇磁器口，吸引众多市民和游客前往游玩。
重庆日报记者 郑宇 摄

成都锦里民俗区，游客在青砖、灰瓦的建筑物形成的街巷中游览。
重庆日报记者 张锦辉 摄

共谋战略合作平台，打造“文旅旗舰+产业联盟”大马力发动机。积极主动与四川文旅部门、企业等加强互动交流、深化战略合作，与四川文旅龙头企业联合牵头组建巴蜀文化旅游走廊产业联盟，全力打造“文旅旗舰＋文旅产业联盟”大马力发动机。一是牵头组建“1+3”产业联盟。通过组建巴蜀文化旅游走廊产业联盟和大都市文旅产业联盟、大三峡文旅产业联盟、大武陵文旅产业联盟“1+3”产业联盟，带动川渝各文旅市场主体积极参与、融合协同发展，形成有凝聚力、有责任感的联盟组织，共同做好文旅产业链深度整合、文旅资源创新开发、文旅爆款联手打造、文旅客源共拓共享、文旅品牌联合推广、文旅人才协同培养等工作，聚力推动川渝文旅产业高质量发展。二是以“五位一体”模式驱动运行。创新“文旅协会+文旅研究院+文旅中介组织+区县+市场主体”模式，重点聚焦文旅协会联系政府与市场的桥梁纽带作用，文旅研究院产学研结合的多元化机制，文旅中介组织在产品分销和服务方面的能动性，区县在文旅资源上的特色与差异，市场主体投入文旅创新创业的积极性，培育一批文旅产业链“专精特新”市场主体，形成千行百业、千军万马投身巴蜀文化旅游走廊建设的宏大局面。

共商资源整合策略，打造文旅爆款和标志性成果。集中自身优势资源，强化与头部企业合资合作，深入研究青年、亲子、银发、境外、商旅等不同人群文旅消费需求，布局巴蜀文化旅游走廊具象化廊道、水陆空立体文旅体验、廊内廊外文旅协调发展“三大体系”。在市场端梳理打造成渝都市文旅走廊、成渝古驿道文旅走廊、古巴蜀文明文旅走廊、长江上游大河文明文旅走廊、世界遗产精品文旅走廊、红色文旅走廊6条特色文旅体验廊道；形成陆上有特色文旅专列、主题站台、旅游驿站等，水上有高品质邮轮、游船等，空中有低空观光、无人机灯光秀、特色飞行表演等的立体文旅体验空间；推动巴蜀文化旅游走廊与西藏、云南、贵州、湖南、湖北、陕西等周边区域联动发展，打造诸如“成渝古驿道—川藏茶马古道文旅走廊”“风情巴渝—多彩贵州文旅走廊”“三峡探秘—荆楚文化文旅走廊”“川陕革命文旅走廊”等，推动廊内廊外多线开花，共促西部区域文旅协同发展。加快推动文旅融合、城旅融合、工旅融合、商旅融合、体旅融合、园旅融合、红旅融合、空旅融合、交旅融合、研旅融合、会旅融合、智旅融合“12大融合”，打造更多标志性重大文旅项目。一是打造巴蜀文旅目的地集群。推动打造特色亮点景区、文化公园、主题乐园、产业园区、文旅项目等，以联盟为纽带，推动文旅目的地串珠成链，形成综合性文旅目的地集群。二是打造巴蜀酒旅服务集群。深化川渝酒店行业企业合作，构建集采、会员、服务三大体系，引领带动区域内酒店服务水平全面提升，共建巴蜀文化旅游走廊“美好栖息所”。三是打造文化创意集群。以巴蜀文化为核心，将巴蜀文化元素转化为具有市场价值的文创产品、文化活动和创意服务等，形成集群化发展格局。四是打造文艺展演集群。策划打造一系列具有较大影响力的音乐节、民俗节、艺术展、文化展等，培育创作一批“渝字号”“川字号”文艺精品。五是打造数字文旅集群。打造巴蜀文旅大数据平台，加快数字技术在文旅产业中的转化应用，推动“惠游重庆”“智游天府”对接连通，构建一体化发展体系。六是打造文旅服务集群。整合优质研发咨询机构、内容供应商、推广媒介等，提供专业化、精细化文旅智力服务。

共建沟通合作机制，强化“组织+人才+资金+政策”保障。建设巴蜀文化旅游走廊，关键在协同。一是强化组织保障。发挥国有文化旅游集团的纽带作用，加强与政府部门、文旅机构企业等各方的合作与沟通，大力推进信息互通、资源共享、渠道共建、营销共施，持续为参与巴蜀文化旅游走廊建设的市场主体提供服务。二是强化人才保障。以市场化、专业化为目标，通过外引内培，锻造一支懂文旅、精运营、善管理的巴蜀文化旅游走廊建设“铁军”；链接文旅头部企业、科研机构，与高校等合作，推动巴蜀文旅人才示范基地、巴蜀文旅专家智库等建设，持续壮大文旅人才队伍。三是强化资金保障。积极发挥国资平台企业优势，争取专项财政资金、文旅发展资金等支持，加强与金融机构合作，吸引社会资本参与，形成多主体、全方位、跨领域互促融合的产业投融资平台，为优质文旅项目拓宽融资渠道，提供资金保障。四是强化政策保障。凭借自身行业影响力和实践经验，一方面，密切关注、深入研究、积极落实巴蜀文化旅游走廊建设的各项政策措施，带动市场主体共同遵循，确保政策得到有效实施；另一方面，收集梳理、分析研判市场端的意见建议、难点堵点，积极建言献策，推动有利于巴蜀文化旅游走廊建设的政策出台。

（作者系重庆文化旅游集团党委书记、董事长）

培育打造具有巴蜀特色的文旅业态和产品

□ 刘新智 刘家益

打造独具特色的文旅品牌是旅游目的地获取新的经济增长点的重要方式。川渝两地地缘相近、文化同源，拥有丰富的文旅资源，提供了多元化的文旅产品，吸引了大量国内外游客，但在有效整合文旅资源，共同打造具有地域特色的文旅业态和产品，形成有影响力的巴蜀文旅品牌，推动文化旅游产业向高端化、品质化、融合化方向升级，共同构建新时代文旅合作新格局等方面还需要持续共同发力。

整合巴蜀特色文旅资源。一是跨域整合自然景观与生态旅游资源。融合长江三峡、大熊猫国家公园、重庆武隆喀斯特等重点自然景区及生态资源，建立跨区域协同管理机制和信息共享平台，形成资源调配和服务标准。制定区域统一的生态旅游标准和保护政策，协调生态环境、旅游和文化部门共同参与资源整合，确保在文旅开发过程中保持自然生态系统的原真性和完整性。二是建立川渝文化资源数字化图谱。对川渝地区的三星堆遗址、大足石刻等文化资源进行全面普查，建立包含地理坐标、保护等级、文化内涵等指标的动态数据库。实施非遗传承人驻场计划，每年遴选部分非遗传承人开展技艺展演与教学互动，推动非遗的活态传承。三是保护与利用跨区域文化遗产。加快实施《川渝石窟寺国家遗址公园总体规划》，通过一体化布局，遴选核心园区，设置展示节点，串联历史传播线路，形成区域联动的遗址公园体系。利用数字技术对安岳石窟等文化遗产进行数字化复原，建设数字展示中心，提升游客体验。

创新巴蜀特色文旅产品与服务。一是打造精品旅游线路。借助川渝文旅融合政策优势，整合重庆磁器口古镇、成都锦里古街等历史文化街区，打造“政策＋古街”文旅复兴带。借助成渝城市群协同发展优势，整合大足石刻、乐山大佛等世界文化遗产，打造“遗产＋体验”文旅走廊。借助成渝中线高铁优势，整合潼南双江古镇、大足昌州古城等巴蜀古镇群，打造“高铁＋古镇”文化体验带。二是融合数字化与智慧旅游服务。整合“惠游重庆”和“智游天府”系统数据资源，联合开发覆盖全区域的智慧文旅服务平台，为游客提供一站式服务。推动线上虚拟展览和互动体验，通过VR、AR技术为游客提供景区全景导览、历史文化沉浸展示及在线互动解说。三是培育“文旅+”跨界融合业态。依托巴蜀地区丰富的农耕文化、传统手工艺和地方美食，推动文旅与农业、手工艺等产业跨界联动，打造“文旅+”产业链。发挥重庆龙兴通用机场与四川自贡凤鸣通用机场等资源优势，打造低空旅游环线，提供飞行体验、空中观光等服务，创新“+文旅”综合业态。

构建巴蜀文旅品牌与市场推广体系。一是统一品牌形象与标识系统。利用川渝两地的历史文化资源，组织专家调研，明确巴蜀文旅品牌的核心定位和品牌内涵。推动两地政府和企业联合制定巴蜀文旅统一标识和宣传口号，并进行商标注册，增强品牌辨识度和公信力。以磁器口古镇、锦里古街为示范窗口，形成一批具有标杆意义的巴蜀文旅品牌，以供其他区域借鉴推广。二是整合线上线下推广渠道。在成都宽窄巷子、重庆洪崖洞等标志性景区举办非遗活动，联动蜀绣大师现场刺绣、川剧变脸即兴互动，打造沉浸式文化打卡场景。利用大数据分析游客偏好，实施分众化、定向化推广策略，针对不同游客群体开展线上互动、直播体验和定制旅游线路推广，实现线上线下联动宣传。三是拓展国际文化交流与合作。组织川剧变脸、蜀绣表演等项目参加国际旅游展览、文化交流会和海外招商推介活动，将巴蜀文化风貌推向国际市场，讲好巴蜀故事。借助共建“一带一路”、西部陆海新通道建设等，以重庆、成都为国际交流桥头堡，与东南亚、欧洲等地区的文化机构、旅游企业建立合作关系，策划具有巴蜀特色的联合展览、文化论坛及海外推广活动。

（作者单位：重庆市中国特色社会主义理论体系研究中心西南大学分中心）

串珠成链整合川渝优质文旅资源

□ 谈娅 姜佳鑫

2025年是“十四五”规划收官之年，也是巴蜀文化旅游走廊建设的关键之年。建设巴蜀文化旅游走廊，是成渝地区双城经济圈建设的一项重要内容。川渝两地山水相依、人文相亲、交通相连，整合川渝优质文旅资源，深化两地文旅合作，不仅能增强巴蜀文化旅游走廊的影响力，还能为成渝地区双城经济圈建设注入新活力。

强化顶层设计联动，构建协同发展新模式。锚定“打造全国文化和旅游协同发展样板”这一目标，统筹规划，推动文旅协同发展。一是建立统筹协调机制。坚持“一盘棋”思维，组建文旅协同发展专班，建立统筹推进协作机制，发挥区域协同发展联盟功能，联合编制文旅融合互通目录，制定“十五五”文旅发展规划，形成“一张蓝图管全域”的顶层设计。二是优化空间功能布局。按照“双核、三带、七区、多线”的空间格局，坚持串点成线、串珠成链、连线成廊，以成渝高铁、长江黄金水道等交通廊道为轴线，串联大足石刻、三星堆、洪崖洞等核心节点，构建“双核驱动、轴带联动”的文旅经济地理新格局。三是建设数字协同平台。着眼数字文旅发展需要，共建共享川渝两地文旅数据中心，开发“川渝畅游”智慧服务平台，实现两地文旅数据实时共享，打造“旅游一卡通”的智慧旅游生态。

深化产品开发联动，培育文旅融合新动能。系统梳理和挖掘具有历史和文化价值的资源，彰显地方文化的独特魅力。一是强化资源多元融合。川渝两地要以“文旅+”为抓手，优势互补延伸产业链，协同推动文旅与农业、工业、体育、教育、交通等领域深度融合、跨界联动，提升区域整体竞争力，形成“1+1＞2”的产业集群效应。二是优化特色产品供给。联合培育巴蜀特色文旅地标，建设文旅赋能乡村振兴示范片区，深化开发旅居养老产品，丰富过境免签旅游产品，瞄准“流量风口”打造线性产品IP，开发数字化文旅产品，培育更多消费新产品。三是加大文化遗产联保。建立川渝文物协同保护机制，深入挖掘川渝历史文化遗迹、非物质文化遗产、民俗风情等文旅资源，开展川渝红色资源联合保护行动，推进川渝红色资源数据库、红色旅游精品线路建设，打造独具巴蜀特色的文旅新场景。

创新品牌营销联动，塑造国际文旅新形象。开展成渝双核文化旅游联动发展研究，创新开展品牌共塑。一是强化品牌策划协同。实施川渝文旅新闻宣传共建共推，既着眼巴蜀文化旅游走廊整体建设需要，统一规划文旅重点品牌，又立足各自特色，规划各自品牌形象和发展方向，定期进行主题宣传、信息发布，共塑文旅品牌。二是构建品牌传播体系。摒弃“单打独斗”，整合宣传力量，成立“巴蜀文旅品牌推广联盟”，建设统一的网络宣传平台，做好宣传品牌口号征集，深化文旅宣传营销和交流合作，实现跨区域、跨行业、跨部门的协同推广，加大宣传力度，提高文旅传播力和影响力。三是打造全媒体传播矩阵。发挥互联网传播优势，构建“两微一抖一快”新媒体传播矩阵，协同开展线上线下舆论引导，多维度组织采风活动，精准化开展数字营销，联合开展主题旅游推介活动，擦亮川渝旅游“金字招牌”。

促进市场治理联动，营造优质发展新环境。川渝两地要强化联动，营造良好的文化旅游市场环境。一是合力加强市场营销。共同建设川渝文旅统一大市场，整合景区、票务、交通等信息资源，实现“一键查询、一码通行”，共同发行川渝文化旅游“一卡通”，实现景区互联、游客互送、客源共享、政策互惠，持续激活川渝文化和旅游消费市场。二是提升公共文旅服务水平。联合制定《川渝文化和旅游公共服务标准》，开展“川渝文旅服务质量提升三年行动”，共同探索健全公共文化服务体系，建立公共文旅服务交流机制，开发多语种智能导览系统，提高文旅走廊建设规范化、智能化水平。三是科技赋能驱动转型升级。发挥“数字+”赋能作用，共同推进数字化基础设施建设，运用数字孪生等技术重构文化体验场景，精准匹配游客需求，提供个性化、定制化旅游体验，让游客感受到“科技+温度”的双重服务。

（作者单位：重庆市中国特色社会主义理论体系研究中心重庆邮电大学分中心）

推动川渝文化和旅游区域协同发展

□ 孟继东 王丽萍

推动巴蜀文化旅游走廊建设，是引领区域文化和旅游高质量发展、培育我国文化和旅游新发展空间、打造全国文化和旅游发展新增长极的重大举措。当前，川渝文旅协同发展需突破“行政边界分割、资源同质竞争、产业联动不足”三大瓶颈，以制度创新破解行政藩篱，以要素整合重构比较优势，以产业融合释放乘数效应，充分发挥区域内各地区的比较优势，提升巴蜀文化旅游走廊整体竞争力，打造国际知名文化和旅游品牌。

坚持制度创新，从行政分割向协同共治突破。制度创新是破解跨区域合作行政壁垒的核心抓手。基于多中心治理理论，需构建“治理架构、协调机制、保障体系”三位一体的协同治理体系，推动政府、市场与社会多元主体形成合力。一是协同治理架构的分层适配。在决策层设立川渝文旅协同发展委员会，统筹重大规划与政策制定；在协调层组建专业工作组，推进市场监管、数据共享、应急联动等具体事务；在执行层推广“联合管委会”模式，对跨区域文旅项目实行一体化管理。二是健全市场化利益协调机制。建立“文旅协同贡献度评估系统”，通过客源互送比例、产业链带动效应、品牌溢出价值等指标动态调整利益分配，实现“谁贡献、谁受益”的精准激励。三是强化制度保障与资金支持。制定《巴蜀文化旅游走廊协同发展促进条例》，重点破解跨区域文旅项目审批难、生态补偿分配不合理等制度障碍。采用“政府引导+社会资本跟投”模式，重点支持跨区域文化遗产保护、智慧文旅基础设施建设等项目，对具有示范效应的项目给予贴息贷款支持。

促进要素整合，从资源分散向价值共生重构。要素整合是释放巴蜀文旅资源异质性价值的关键。要通过“空间链、价值链、产业链”三链融合，将文化资源转化为经济动能。一是优化空间链，强化成都“古蜀文明体验核”与重庆“山水都市文旅核”的双向赋能。成都要以三星堆—金沙遗址文旅综合体为核心，打造古蜀文明IP；重庆要持续做靓世界山水都市、壮美长江三峡等文旅名片。二是升级价值链，把文化遗产活化为经济引擎。编纂《巴蜀文明基因图谱》，提炼“神秘三星堆”“坚韧红岩魂”等文化IP，并推动其产业化。三是协调产业链，跨区域高效配置资源要素。建立“川渝文旅要素交易平台”，推动景区经营权、文创IP、导游人才等跨域流通。

加快产业融合，从业态叠加向范式革新跨越。产业融合是重构传统文旅发展范式的核心路径。以新质生产力为导向，通过数字技术赋能、跨界业态创新与全球化品牌建设，培育新增长极。一是创设数字文旅新场景，技术赋能文化体验。共建“成渝文旅元宇宙创新中心”，开发“长江三峡数字孪生系统”，推出AI文化大使“巴小渝”“蜀小蓉”，提供24小时智能导览服务，提升服务效率。二是融合文旅业态新模式，跨界联动激发活力。推动“文旅+农业”，在川渝丘陵地区联合打造“巴蜀农耕文化公园”，复原传统稻作场景、梯田灌溉系统，开发农事体验研学产品；推动“文旅+工业”，整合重庆816工程遗址、成都东郊记忆等资源，推出“三线记忆·双城密码”主题线路，利用全息技术重现历史场景；推动“文旅+康养”，在大巴山、华蓥山区域建设“中医药温泉疗愈基地”，开发“巴蜀药膳”“武陵山珍”等特色产品。三是构建区域品牌新体系，全球化营销提升影响力。设计“巴蜀文旅”统一标识，发布“熊猫与火锅”品牌形象。与携程、缤客、亿客行等平台合作开设“巴蜀文旅旗舰店”，推出“长江文明探秘”线路，设计“非遗手作之旅”。创新“双城节事IP”，将重庆文化旅游博览会与成都国际非遗节合并为“巴蜀文化双年展”，形成“春季成都、秋季重庆”的联动格局。

（作者单位：重庆市中国特色社会主义理论体系研究中心重庆师范大学分中心，本文为教育部青年基金项目（西部）项目：22XJC630003成果）