实施文旅文创融合战略

加快建设文化旅游强省

李延庆

省委提出实施文旅文创融合战略，这在全国来讲是一大创举，可以说文旅文创融合是一个极具河南特色的概念。什么是文旅文创融合？我的理解是：厚植河南的历史文化优势，通过旅游利用和创意赋能，让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古迹里的文字都活起来，推动文化和文物资源转化为文旅文创产品和业态，把文旅文创培育成为战略型支柱产业。文旅文创的融合是要素资源的互动整合，是产业价值的互补创新，是多元方式的系统交融，是形象品牌的全新塑造。

下面我将从战略意图、战略研判、战略布局、战略举措四个方面，和大家共同学习文旅文创融合战略。

一、关于战略意图

战略意图非常明白，就是在文明互鉴中贡献河南力量，在坚定文化自信中实现全面突破，在锚定“两个确保”、加快现代化河南建设中贡献文旅力量。每一个战略的出台都有时代背景、都有时代感、都有大局观，从文化层面上用三个维度说明这个战略的意图。

（一）国际层面，就是文明互鉴

习近平总书记首次提出来“人类命运共同体”的意识，这种以应对人类共同挑战为目标的全球价值观已经开始形成，并逐步获得国际共识。另外习近平总书记对“一带一路”特别重视，他说：“古丝绸之路见证了陆上使者相望于道，商旅不绝于途的盛况，也见证了海上‘舶交海中，不知其数’的繁华，创造了地区大发展大繁荣。在这条大动脉上，资金、技术、人员等生产要素自由流动，商品、资源、成果等实现共享。沿着古丝绸之路，佛教、伊斯兰教及阿拉伯的天文、历法、医药传入中国，中国的四大发明、养蚕技术也由此传向世界。”

河南是中华文化的核心区和集大成之地，是华夏儿女的心灵故乡和精神家园，是文明互鉴文化交流的重要省份。在五千年的文明史中，中原作为全国的政治、经济、文化中心长达三千多年，全国八大古都河南有4个，有5项24处世界文化遗产，包括龙门石窟、殷墟、登封的天地之中还有丝绸之路、大运河。特别是我国百年百大考古新发现河南省有14处，累计入选“全国十大考古新发现”河南的总数已经达到了50个，稳居全国首位，彰显了全国文物大省、考古大省的地位，也证明了中原文明在中华文明的核心地位。从时间跨度上看，从数万年前的旧石器时代一直沿袭到现在，各个时代不断线，全面展现了中华文明多元一体的格局。

讲两个例子，一个郑州周边的大河村遗址。大河村遗址从五千多年前的仰韶文化开始到龙山文化、到夏、到商连续三千三百年不间断，是非常体现文明的一个地方。另外，两汉时期洛阳作为“丝绸之路”的东方起点之一，为“丝绸之路”的开辟、发展、繁荣作出了突出贡献。在隋唐时代“丝绸之路”就非常有名，现在我们更应该做这方面的工作。这一次新冠肺炎疫情，世界上有两种不同的方案，我们政府应对疫情就突出体现了中国文化和中华文明。我有个判断，就是疫情过后，中国会迎来一批入境游的高潮，真正来研究中华文明、来研究中国文化。

（二）是国家层面，就是文化自信

习近平总书记讲：“中国有坚定的道路自信、理论自信、制度自信，其本质是建立在五千多年文明传承基础上的文化自信”。他还说：坚持中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信，最重要的是文化自信。他还说坚定文化自信事关国运兴衰、事关文化安全、事关民族精神独立性。他还讲：统筹推进五位一体的总体布局，协调推进四个全面的战略布局，文化是重要内容，推动高质量发展文化是重要支点，满足人民日益增长的美好生活需要文化是重要因素，战胜前进道路上各种风险挑战文化是重要力量源泉。从习近平总书记的讲话中可以看出，经济越发展文化越重要，社会越进步文化越重要，生态越文明文化越重要。

张艺谋总导演，他在解读2022年北京冬奥会开幕式时说：“作为亲历者，深深地体会到文化自信是多么重要。能够在大型的开幕式上，反映出一种浪漫的情怀，其实就是文化自信最好的表现。”近年来河南省大力推动了传统文化的创新性转化和创新性发展，出现了一批富有历史文化气息、又为人民所喜爱的“爆款”产品。比如说《唐宫夜宴》《龙门金刚》，这些“中国节日”的系列节目，将我省得天独厚的历史文化资源转化成文化旅游产品，持续推动具有中原特色的国潮国风文化旅游业态出圈出彩，成为讲好中国故事的重要载体，展现出了满满的“文化自信”。随着文旅文创融合战略的深入实施，文旅文创将成为推动社会经济发展的战略性支柱产业，推动各行各业在文旅文创融合领域持续创意创新、破题破冰、出圈出彩，一大批具有中原特色、体现国家高度的文化IP将不断做大做强，成为坚定文化自信的重要名片。

（三）全省层面，就是文旅文创融合战略

我省人均文化事业经费常年排位靠后，2019年全省人均是33元，全国水平是76元。2020年全省人均33.49元，全国为77元，均未达到全国平均水平的一半。除了省直国有工艺院坛连续获得“中国艺术节大奖”“文华大奖”和中宣部“五个一工程奖”之外，其他艺术门类发展极不均衡，没有具有全国影响力的名师大家，缺少音乐、歌舞、话剧、广剧、数字艺术、潮流艺术等符合当代审美气质和时代精神气质的文艺作品。同时我们的文化企业竞争力也不强，龙头企业、骨干企业偏少，现在只有一家主板上市文化企业还是借壳，文化企业整体实力还有待提升。但是在这样的背景下省委决策实施文旅文创融合战略，说明了什么问题？我认为说明了省委站位高远，说明了省委的战略思维，体现了前瞻30年、谋划15年的理念。

楼阳生书记说：把文旅文创产业培养成支柱产业，既是应时和势之举，也是活跃全局之策。可以说，文旅文创融合战略是最具行业特征的战略，它和各个行业息息相关。比如在创新驱动方面我们提出了要打造中国文化的传承创新中心，国家文化的创新高地，国家文化中央改革创新先行区。在绿色发展中提出了文化旅游高质量融合发展，提出了绿色旅游消费，提出了黄河流域生态保护和高质量发展。在数字化转型方面提出了数字模拟、数字展示、数字体验，也可以说这两年文旅厅围绕着数字经济跟高科技公司合作是最密切的。同时对乡村振兴和新型城镇化方面我们提出了“人文旅居乡村”、特色小镇、文化创意城市全域旅游示范区，等等，也就是说实施文旅文创融合战略是现代化河南建设的重要支点。

二、关于战略研判

第一个战略研判是我省经济社会发展正处于“文化转向”的关键节点。第二个战略研判是文旅消费将成为引领消费升级的主战场。第三个就是“文旅文创出圈出彩”将成为今后一个时期的新常态。

（一）“文化转向”是进入后工业社会的战略选择

从国际上来看美国、日本、德国、英国等发达国家在后工业时代初期，也就是20世纪的70年代到90年代，其服务业占GDP的比重从50%出头开始发展到了65%，美国现在就占到了82%以上。服务业占全国GDP的比重从52%到65%，这个时代也称为知识经济时代，发达国家的发展战略均出现了“文化转向”。美国学者约瑟夫·奈在20世纪80年代正式提出“软实力”的概念，他认为文化、价值观、意识形态等文化软实力将成为综合国力竞争的关键。美国、英国、日本、韩国等竞相将文化产业和旅游业上升到国家层面。美国的文化创意产品于1996年成为出口量最大的产品。1996 —1998年，日本、英国、韩国先后将文化创意产业上升为国家战略：日本于1996年制定《21世纪文化立国方案》，英国首相布莱尔于同年成立创意产业特别工作组，韩国于1998年提出“设计韩国”战略并设立文化产业局。韩国2007年文化产业占GDP接近7%，英国2008年创意产业对GDP的贡献率达8%。日本、韩国的入境游客接待量不断增长，分别从2004年614万人、761万人增长到2019年的3188万人、1460万人。

从国内来看，以第三产业产值占GDP比重超过50%为标志，北京2000年达到55.6%、上海2000年达到52.4%、深圳2002年达到50%、成都2013年占比超过50%、杭州2011年的比重超过50%。超过50%以后这几个主要城市战略也出现了“文化转向”现象。在联合国教科文组织发起实施的“创意城市网络”中，深圳、北京、上海分别于2008年、2010年、2012年被评为“设计之都”，成都于2010年被称为“美食之都”，杭州于2012年被评为“手工艺与民间艺术之都”。与此同时，北京、上海、深圳、成都、杭州的游客接待量也进入较快增长期。

这些是对我省的启示，2021年，我省的第三产业占GDP比重达到49.1%。也可以说“十四五”中期我省第三产业比重将超过50%，“文化转向”将成为“十四五”期间我省文化和旅游发展的标志性特征，文化创意、旅游产业等将迎来快速增长，文化和旅游消费将成为拉动内需的重要引擎，文旅文创将成为战略性支柱产业，引领经济社会高质量发展和现代化河南建设。

（二）文化旅游将成为引领消费升级的主战场

一个指标是人均GDP与居民消费的国际经验。从这方面看，人均GDP超过5000美元以后社会将全面进入休闲时代，度假旅游将成为首选，科普教育开始加速，文化娱乐消费的比重达到30%；人均GDP超过8000美元以后，全社会的文物保护意识会真正形成，艺术、收藏等市场会出现繁荣。在1983 —1994年间，日本、德国、英国、法国、新加坡、韩国的人均GDP先后超过1万美元。在这个时期也就是20世纪80年代中期至90年代中期，美国、日本、德国、英国、法国、新加坡、韩国等发达国家的文旅消费呈现出较大幅度增长。特别是从发达国家主要博物馆游客接待量和出境游指标来看，这个时期均保持了7% —15%的持续增长。

从恩格尔系数变化的国际经验来看，恩格尔系数低于30%以后会出现消费升级领域的文化跃迁现象。文旅消费支出占居民消费支出的比例会大幅度攀升，高质量的文旅消费将成为居民生活的必需品。按照此标准划分，20世纪80到90年代美国的恩格尔系数降到了20%以下，进入极其富裕阶段，欧洲、日本、加拿大等国家一般在20%和30%之间。

这个方面对我省的启示是：我国2020年恩格尔系数为30.2%，我省2018年的恩格尔系数为26%，2019年我省是26.1%；我国2019年人均GDP站上了1万美元的新台阶，我省的郑州、济源、焦作、许昌、洛阳2019年的人均GDP超过了1万美元。在消费升级的背景下，必将出现明显的“文化跃迁”现象，我省文化和旅游将进入弯道超车、换道领跑的黄金机遇期。实施文旅文创融合发展战略，抢抓扩大内需机遇，积极融入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，我省文化和旅游有望在新的历史起点上实现跨越式发展。

（三）“文旅文创出圈出彩”将成为今后一个时期的新常态

近年来河南传统文化“破圈”已成燎原之势，文旅的新业态项目不断涌现。今后一个时期我们将厚植文化和旅游资源优势，坚持走文旅文创融合发展之路，在文化传播、文创开发、文旅演艺、主题公园等领域不断出圈出彩，领跑新时代文化旅游融合发展的新赛道。

在文化传播方面，河南电视台“中国节日”系列节目，也可以说以传统文化的创新呈现现代表达，引发了广泛的关注和热议，形成了“破圈”效应。2021年河南春晚全网点击量达到50个亿，“元宵奇妙夜”全网点击量超过30个亿，“清明奇妙游”全网点击量超过25个亿，“端午奇妙游”全网点击超50个亿。在文创开发方面，河南博物院从2019年开始搞文创，从2019年开始仅仅两年时间开发的文创产品就从102种到了现在的1500多种，收入从刚开始的120万迅速发展到去年的4000多万，特别是它的盲盒成为网红产品。在文旅演艺方面，《只有河南·戏剧幻城》，投资60个亿，现在成为中国最大的戏剧聚落群。在主题公园方面，新密的银基国际旅游度假区有着河南省最大的酒店，客房1314间，去年疫情期间接待量超过800万人，门票收入超过15个亿。

三、关于战略布局

（一）关于总体思路

坚持前瞻30年谋篇、国际视野审视、对标一流，紧紧抓住构建新发展格局的战略机遇，立足河南作为华夏文明主根、国家历史主脉、中华民族之魂的重要位置，牢牢把握文旅文创高渗透性、强融合性、可跨越性特征，坚持以“文化创意+科技创新”为基本路线和主攻方向，以“行走河南·读懂中国”为主题，以保护传承弘扬黄河文化为主线，以黄河国家文化公园为主阵地，面向国际国内两个市场，坚持供给需求两端发力，以价值为导向建立资源保护利用新机制，以场景为核心打造文化展示体验新空间，以创意为手段塑造内容创作生产新体系，以课程为引领建设国际研学旅游目的地，以品牌为统领构建全域形象推广新格局，着力培育具有国际影响力的“行走河南·读懂中国”形象品牌，加快建设中华文明连绵不断的探源地、实证地和体验地。

（二）关于战略定位

一是彰显黄河文化在河南所呈现的根源性、核心性、融合性、延续性四大特征，突出黄河文化在中华文明起源和发展进程中的重要地位，发挥黄河文化对于中华民族根和魂的塑造作用，以保护传承弘扬黄河文化为主线，以黄河国家文化公园重点建设区为载体，延续黄河历史文脉，讲好黄河故事，大力弘扬以黄河文化为代表的中华文化，建设中华文化传承创新中心。二是围绕黄河、根亲、功夫、古都、文字等享誉世界的中华文化IP，展示中原地区在中华文明演进中取得的灿烂成就和对世界文明作出的积极贡献，建设一批具有世界影响力的文化旅游目的地，推出一批具有全球影响力的文化旅游精品线路，打造郑汴洛世界文化旅游之都，优化国际人文环境，构筑文明交流互鉴高地，建设世界文化旅游胜地。

（三）关于发展目标

到2025年底，全省旅游业综合贡献占GDP比重超过12%（游客接待量和旅游综合收入年均增长率分别为15%和20%），全省文化产业增加值占GDP比重超过5%。老家河南、天下黄河、华夏古都、中国功夫等具有中原特色的中华文化超级IP更具吸引力和感召力。黄河文化旅游带的国际影响力大幅提升，郑汴洛国际文化旅游目的地的竞争力不断彰显，“快进慢游深体验”的全域旅游交通网逐步构建。打造具有中原特色的康养产业集群，初步建成全国重要的康养目的地。特色鲜明的文创产业链条进一步完善，影响力和带动力不断增强。国有景区、涉旅文物单位、文艺院团等体制机制改革有明显成效，上市文旅文创企业数量达到5家以上。展望到2035年，建成中华文化传承创新中心、世界文化旅游胜地。

（四）关于发展格局

以山川地理为骨架，以历史文化为脉络，打破行政区划，统筹重大国家战略和文化工程，发挥城市群、都市圈的增长极作用，助推乡村振兴，加快数字化转型，构筑以国家文化公园为轴带、以文化创意城市为节点、以人文旅居乡村为腹地、以世界级文化旅游目的地为支撑、以线上空间为延展的文化旅游融合发展新格局。

1.建设国家文化公园

充分发挥黄河、大运河、长城、长征国家文化公园在河南的叠加优势，整合沿线具有突出意义、重要影响、重大主题的文物和文化资源，实施公园化管理运营，形成具有特定开放空间的公共文化载体，集中打造中华文化重要标志，探索新时代文物和文化资源保护传承利用新路，建设国家文化公园示范省。高标准打造黄河国家文化公园重点建设区，彰显华夏文明主根、国家历史主脉、中华民族之魂战略地位，建设中华文明连绵不断的探源地、实证地和体验地。推进隋唐大运河文化博物馆等一批大运河国家文化公园工程项目，展示“隋唐胜迹·运河根脉”品牌形象。重点打造楚长城文化和旅游复合廊道，展示“万里长城·河南开端”品牌形象。推出红二十五军长征步道体验线路，展示“北上先锋”品牌形象。

2.建设文化创意城市

充分发挥中原城市群、大都市区、国家中心城市、区域中心城市、重要节点城市、特色小城镇等文化资源富集优势、创意要素汇聚优势和消费市场集聚优势，坚持以城市为文旅文创融合发展的主战场，结合城市有机更新，建设城市主题型文化创意和创新空间，打造面向未来、面向全球的文化创意城市网络。依托郑州国家中心城市、洛阳省域副中心城市建设，规划布局世界级文化创意园区、国际艺术社区，建设2 — 3个文化创意人才“豫漂”聚落，提升以河南博物院、郑州博物馆、洛阳博物馆等为核心的都市文博区，支持郑州建设世界文化旅游枢纽和国家文化创新高地，支持洛阳建设国际人文交往中心、“东亚文化之都”。支持安阳、鹤壁、濮阳、商丘、周口、漯河、驻马店、信阳、南阳等建设不同主题的文化创意节点城市。打造浚县古城、道口古镇、朱仙镇等中原风格、国际风范的文旅文创名镇（城）。

3.建设人文旅居乡村

以太行山、伏牛山、大别山为重点区域，按照文化引领、艺术点亮、美学提升、消费驱动的原则，加快布局精品民宿、乡村酒店、艺术聚落等人文体验空间，打造一批彰显中原文化底蕴、承载现代生活方式的乡村旅居目的地，助推乡村振兴。推进太行山国际山地度假旅游目的地、伏牛山国民休闲旅游度假地、大别山豫风楚韵·红绿融合乡村旅游目的地建设。以县为主体、以村为单元，突出融合化、智慧化、生活化、休闲化、多元化，按照生态优良、风光优美、环境优越、业态优化、服务优质的标准，依托景区、街区、度假区、古村落、特色民居、田园综合体等资源，培育形成一批生态康养、文物古建、非遗活化、名人典故、红色传承、农俗体验、研学科考等主题特色鲜明、文旅文创业态突出的特色旅游村、乡村旅游消费街区、乡村特色美食产品。到2025年，打造450个A级乡村旅游示范村、5000家精品民宿。

4.建设世界级文化旅游目的地

打造黄河小浪底、郑州花园口、开封东坝头3大文化旅游片区和黄河豫晋陕、冀鲁豫、豫皖苏3大文化旅游协作区，建设具有国际影响力的黄河文化旅游带，保护传承弘扬黄河文化。以“黄河魂·古都韵·中国情”为主题形象，建设郑（郑州）汴（开封）洛（洛阳）黄河文化国际旅游目的地，打造世界文化旅游之都。依托登封“天地之中”历史建筑群、双槐树等文化遗产，大力发展考古遗产旅游，打造大嵩山国际文化旅游圈，建设华夏历史文明传承创新区。实施小浪底库区港航工程，建设黄河小浪底交通和文化旅游融合发展示范区，培育休闲康养新业态，布局世界级度假酒店品牌集群，打造国际滨水度假旅游目的地。依托鸡公山万国建筑群，规划布局精品度假酒店、人文主题民宿等高端业态，打造具有豫风楚韵的国际人文度假社区。

5.打造线上文化旅游空间

把握“元宇宙”的未来趋势，打造虚拟与现实结合的文化旅游线上空间。建设黄河、大运河、长城、长征国家文化公园河南段的数字云平台。推动大遗址、古建筑、石窟寺、革命文物等重大文物和文化遗产以及大山岳、大河川、大景观等重大自然遗产资源实现数字化保护展示。建设河南省文旅文创融合数字创意中心，创作生产具有河南特色的网络演艺、网络视听、数字动漫、数字出版等，建设贯通科技、教育、文博、商业、旅游、娱乐的一体化线上文化虚拟平台。打造一批省级数字文旅智慧产业园区，实施一批科技创新重点项目，推动文化和旅游领域科技研发和成果的有效转化，推动科技支撑河南旅游文化的推广方式和方法创新。

四、关于战略举措

（一）塑造“行走河南·读懂中国”品牌

1.理资源

围绕“行走河南·读懂中国”品牌，以历史断代、历史事件、历史人物等为主题主线，系统梳理在中华文明演进历程中具有重大价值、突出影响、关键意义的历史文化资源，策划推出人类起源、文明起源、国家起源等16条主题文化线路，这方面涉及578处文物和文化资源。

2.找载体

我省是黄河国家文化公园重点建设区。我们把黄河国家文化公园作为“行走河南·读懂中国”品牌落地的主舞台，谋划20条集中展示带、50处核心展示园、130处特色展示点。在此基础上，按照“有价值、有条件、能干成”的原则，遴选“行走河南·读懂中国”百大标识项目，率先实现“具象化、可感知、读得懂”。

3.数字赋能

紧紧围绕“创意引领、数字先行”总方针，重点在数字文创领域有所布局，面向文旅机构、文创企业、设计团队、非遗“匠人”等，搭建能够复用共享、实时在线的文旅文创云平台，推动文旅资源数字化和数字文旅资产化，实现河南文旅的全球创意和全球交易。今年3月12日我们开了一个智慧旅游大会，这个智慧旅游大会是用“元宇宙”的概念开的，打造了“元宇宙”的场景。他们评价这是首次政府官方的“元宇宙”大会，是国内首个规模最大、场景最多、时间最长的文旅“元宇宙”大会，获得社会的广泛关注。

4.品牌擦亮

把“行走河南”“读懂中国”作为我省文化和旅游的主品牌，与新华社、央视等融媒体和头条、快手、哔哩哔哩、小红书等新媒体广泛合作，策划创意节庆活动、开展精品线路推广，线上线下相结合，让“行走河南”“读懂中国”走红全国。

（二）建设博物馆群

一是省级层面。加快建设河南省博物院新院，现在已经完成项目选址、顾问团队组建、设计方案招标等。同时要推动黄河国家博物馆建设，投资17.7亿，在郑州的文化路一直向北到黄河大堤。大河村国家考古遗址公园，总投资16个亿现在正在建设。另外还有黄河悬河文化展示馆投资7.2亿，黄河流域非物质文化遗产保护中心9.6亿，汉魏洛阳城遗址博物馆6个亿，二里头国家考古遗址公园15个亿，殷墟遗址博物馆10个亿，仰韶村国家考古遗址公园2个亿。二是市级层面。依托各地的博物馆、考古遗址博物馆及其他的博物馆打造博物馆之都。洛阳提出要打造东方博物馆之都。郑州提出要打造百家博物馆。三是一大批专业博物馆。比如战争馆、人物馆等。

（三）打造郑汴洛国际文化旅游目的地

我们有一个判断：河南文化旅游不强，主要是因为郑汴洛不强，郑汴洛不强主要是因为郑州不强。所以要把郑汴洛一体化打造，成为实施文旅文创战略的龙头。按照一个产品体系、一个营销体系、一个交通体系进行布局，把郑汴洛联合打造成为具有重要影响力的国际旅游目的地。郑州重点打造4个旅游目的地。东部，打造以只有河南、电影小镇、方特为支撑的中牟文创园；西南部的银基国际度假区已趋成熟，下一步要完善交通设施建设；大嵩山文化旅游区正在建设的项目有10多亿元，准备实施的有80多亿元，谋划实施的有70多亿元，总计约170亿元。在北部，沿黄河有《风雅颂》演艺、黄河国家博物馆、大河村国家考古遗址公园，总投资近300亿元。洛阳重点打造龙门和小浪底两个片区。龙门的一河两山，总投资300多亿元，已筹集资金50亿元。小浪底是把陆路交通和水上航线连起来，建设滨水国际度假目的地。开封要把宋都古城作为一个目的地来打造，把大宋文化展示出来。郑汴洛共七个片区，每个片区接待过夜游客不少于500万人次，这样就可以把国际文化旅游之都支撑起来。

（四）建设全国重要的研学旅游目的地

聚焦一条线、突破两座城、点亮N颗星。聚焦一条线就指的黄河，两座城指的是开封和洛阳，N颗星就是现在林州、新县、鹿邑等。打造全国重要的研学旅行目的地，省文旅厅每年列出专项资金来推进这项工作。目前，已引进北京启行、北京世纪明德、上海乐其、上海东方绿舟、安徽工程大学等专业研学旅行机构到河南，打造优质课程和基地。经协商，世界研学旅游组织代表处将落户洛阳，并决定召开世界研学旅游大会。

（五）打造“三山”康养旅游集群

坚持县为主体、村为单元，将大别山、伏牛山、太行山作为我省发展生态旅游的主战场，发挥功夫、温泉、中医药、茶食四大休闲度假康养优势，推动A级乡村旅游示范村建设，打造具有国际影响力的休闲度假康养基地。

（六）民宿发展争最快

经过4年的“民宿走县进村”活动，民宿发展已呈现蓬勃之势，一些市、县的书记亲自谋划、亲自推进。信阳市把发展民宿+美食作为大别山生态旅游的突破口，出台支持大别原乡民宿发展十条措施。济源市要求每个乡、镇、办必须在1— 2个村的民宿发展上实现突破，并列出专项支持资金。辉县市已建成品牌民宿8个，新建品牌民宿9个，总投资5亿元，新增民宿400间。新安县现有18个团队建设民宿，已建成8个，367间，在建10个，400间。林州市发挥建筑之乡的优势，鼓励、引导建筑队长参与民宿发展，形成一村一特色、一家一主题、一栋一风景的民宿发展模式，仅石板岩镇2022年民宿投资将达8个亿。

（七）打造交通和文化旅游融合的示范区

秉持“道路就是风景线”的理念，以道路为纽带，用足用好山水资源，因景设线，为景建路，将公路服务区转变为游客中心，使路、渠、山、林、景融为一体，建设高品质生态旅游之路，实现“快进慢游深体验”。我们跟交通厅正在合作，做旅游交通的规划。按照“一年有示范、两年出品牌、三年成体系”的总体目标，到2025年力争构建全省旅游公路主体线路系统。我们提出要“全通全连”，“全通”就是核心景区高速公路全通达，“全连”就是重要景区旅游公路全相连。我们还提出实施旅游公路服务功能提升“十百千万”工程，即：推出十条全国知名的特色线路，建成一百个设施齐全、功能完备、智能便捷的旅游公路驿站，打造一千公里全国知名的公路旅游示范路，构筑一万公里贯通全省的旅游公路网，建设“一河三山”1号旅游公路。

（八）实施黄河非遗点亮老家计划

河南的国家级、省级、市级、县级非遗代表性项目超过9600项，其中国家级项目125项。一是采取“乡村出题、高校答题、真题真做”方式，在全国开展“黄河非遗点亮老家河南”全国大学生乡村振兴创新大赛，吸引全国173所高校近万名学生参与，有199个项目落地。与高校合作选择浚县、温县、辉县、林州、栾川等，邀请高校设计院系与青年设计师联合驻村创作指导。2020年12月22日，由省文化和旅游厅、腾讯文旅联合打造的首个河南非遗数字馆官方微信小程序 ——“老家河南黄河之礼”正式上线，为我省优秀传统文化搭建起了数字化宣传、推广和交易的平台。

（九）实施文旅文创助推乡村振兴计划

大别山、伏牛山、太行山是我省发展生态旅游的主战场，旅游接待人次、旅游综合收入占全省三分之一，具有发展乡村旅游的独特优势。以太行山、伏牛山、大别山为主战场，坚持“县为主体、村为单元”，重点推出100 —150个乡村旅游示范村。每个村整合500至1000万元。

（十）建设国际考古旅游的先行区

河南是考古大省、文物大省。要依托二里头、殷墟、夏商都城遗址、隋唐洛阳城等，推出夏文化探索之旅、甲骨文之旅、早期中国之旅等专题考古旅游线路。依托河南省文物考古研究院新院，建设国际考古的研学中心。依托系列夏商都城遗址，建设夏商国际考古研究中心。依托郑州、开封、洛阳、安阳四大古都，把郑州环嵩山地区、洛阳“五都荟洛”、开封“城摞城”、安阳殷墟及曹操高陵等打造成为国际知名的考古旅游目的地。

当前，河南正站在新的历史起点上，文化旅游融合发展已经具备弯道超车的优势和条件，正在进入换道领跑新阶段。我们强烈地感觉到：随着文旅文创融合战略的深入实施，我省厚重的历史文化优势将加速转化为发展优势，收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都将活起来。河南将以更加开放的文明态度、更加坚定的文化自信、更加出彩的文旅形象，领跑新时代文旅文创融合发展新赛道，奋力实现文旅文创成支柱、文旅融合看河南的远大目标！

（作者系河南省文化和旅游厅党组成员、副厅长）