

聚焦文商旅创融合,全面激发文化发展新活力

南海立足四个策略 打造文化导向型城市

近段时间,南海的文商旅创融合精彩纷呈。四年一届的区运会掀起一股全民健身热浪,一个个夜间经济热点带给市民全新的文化消费体验,全域旅游发展理念为乡村振兴发展赋能……

今年的南海区政府工作报告也提到,聚焦文商旅创融合,全面激发文化发展新活力。文化领域发展蓝图描绘出来后,如何浓墨重彩,是南海区接下来推动文旅体高质量融合发展的重要命题。

近日,南海区委宣传部常务副部长、区文广旅体局局长梁惠颜接受珠江时报记者专访,畅谈南海构建文化发展新格局,如何实现文旅体高质量发展。

策略一

构建全域旅游发展新格局

7月中旬,中国旅游研究院和蚂蜂窝联合发布《2020年第二季度在线旅游资产指数报告》,里水贤鲁岛位列华南地区景区涨幅榜首位;日前,西樵山森林旅游特色研学游入选广东省森林旅游特色线路;“南海旅游”微信公众号5-6月蝉联全国县级文旅新媒体“微信传播力”第一,南海区5月位居全国县级文旅新媒体“综合传播力”第二。这是南海坚持以全域旅游为发展理念,不断完善基础设施和旅游配套,探索文旅体产业发展新动力的工作成果。

梁惠颜介绍,目前南海正争创广东省全域旅游示范区,大力构建全域旅游发展新格局,构建城市与旅游融合发展的生态圈,实现“城市即景区、旅游即生活”。

南海历史文化底蕴深厚,龙舟盛会、狮王争霸赛、烧番塔等传统民俗活动长盛不衰。2011年,南海西部片区成功获评国家旅游产业集聚(实验)区。这些,为南海创建广东省全域旅游示范区奠定了坚实基础。近年来,南海全域旅游不断往纵深发展。从

贤鲁岛的特色花海,到九江的鹭鸟天堂,西樵山万亩桑基鱼塘,再到丹灶的有为水道……结合“百里芳华”乡村振兴示范带建设,南海将生态、人文资源转化为乡村振兴的发展动能,坚持融合发展,探索“旅游+”模式,开发功夫体验之旅等研学游特色产品,以绿道系统为抓手,串联城市自然山水人文,紧密串联城市重要功能区、古村、公园景点,形成全区开放式、多功能的文旅带。

内外兼修,方得始终。南海不断完善旅游基础设施的同时,着力推动旅游服务质量提升。“继续优化全国首创的集培训、考核、聘用、奖励于一体的导赏员管理机制,发动全民参与导赏,让每一个游客都感受到南海人的热情,了解南海故事。”梁惠颜透露,目前正在修订完善文旅体产业扶持政策,鼓励举办美食嘉年华活动,建设南海旅游商品专卖店、社会资本建设旅游集散中心等,不断完善全域旅游产业链,构建全域旅游发展新格局,充分发挥全域旅游对城市发展的推动效应。



桂城叠滘龙舟漂移赛纪录片今年刷爆朋友圈,彰显民俗之美、运动之美。

珠江时报记者/方智恒 摄



三龙湾南海片区电竞文创产业中心。

珠江时报记者/方智恒 摄

对话

记者:为推动全区的文旅体融合发展,我们推出了什么政策支持?

梁惠颜:针对新业态和产业布局,南海区文广旅体局正在修订《关于加快文化旅游体育产业创新融合发展的若干意见》、《关于促进南海区文化旅游体育产业发展的实施细则》和《关于促进电竞产业发展的实施细则》,明确全域旅游、影视产业、休闲体育产业、动漫玩具产业、游戏电竞产业、创意设计产业、数字内容产业等重点扶持领域,推动文商旅创融合发展。同步通过修订文化事业资金使用管理办法及相关实施细则,以资金撬动社会共建共享公共文化设施建设,历史文化保护、文艺发展、文化志愿服务、文化消费等,以文化建设为切入点,实现城市现代文明与传统特色文化共生,提升南海城市综合竞争力。

记者:疫情防控常态化之后,我们的文旅产业发展策略,有什么新的变化和调整?

梁惠颜:结合疫情防控常态化工作要求,文旅体产业的发展思路也相应做了调整,如更多采用线上方式,运用网络直播、网红带货等手段,推动文化创意、数字内容等产业发展;引入智能化体育元素,提升体育产业发展后劲,通过引进智能体育项目,如智能足球落户社区,带动休闲体育产业消费;重点打造适合“后疫情时代”的健康养生、户外徒步、自然生态、研学等方面的特色旅游产品,推动南海本地旅游市场发展。前期通过举办线上美食节,拉动了3000多万元的销售,支持住宿餐饮企业共渡难关。

文/珠江时报记者 陈焯莹 通讯员 曾锐

策略二

推动文商旅创融合发展

近两年,《南海区非物质文化遗产保护发展规划》《南海区博物馆群规划》《南海区文体设施布局专项规划》相继出台,南海坚持规划引领,并把文化高质量发展作为城市发展的长期工程来抓,充分体现了文化发展的前瞻性、科学性、可持续性。今年的政府工作报告提到,推动形成东部“文化+创意”、中部“文化+商业”“文化+科技”、西部“文化+旅游”的文化产业发展新格局。新格局的提出,既是对南海资源禀赋、特色优势的提炼总结,也是站在发展潮头对南海文旅体产业蓝图的新展望,将为南海构建“两高四新”现代产业体系持续赋能。

东部的核心是“文化+创意”,桂城霏梵印象公园,创意集市、演员海选、主题沙龙,激发文化创意无限可能;平洲玉器街,文创大赛、珠宝文化节、创意走廊,孵化玉器文创新力量;千灯湖、怡海等美食集聚街区建设,专题粤菜美食旅游精品线路,打造夜间经济新热点;海逸新经济小镇,AI智能、黑科技研究所,还有千灯湖灯光秀、公共文化艺术展等,给市民带来新鲜个性化的创意体验。

“我们不仅仅就创意谈创意,而是结合南海城市产业基础,提升传统制造业的文化附加值。”梁惠颜说,目前正在结合博物馆资源推动文创平台开发建设,充分发挥南海制造业基础厚

实的优势,推动非物质文化遗产产业化、传统制造业转型升级,实现协同推进、相得益彰。此外,大力推进新兴产业集聚,通过引进深圳人人体育集团,以及头部电竞直播平台,使南海成为继广州、深圳之后广东第三个王者荣耀顶级联赛俱乐部落地城市,做强本土电竞赛事品牌,助力南海完善电竞产业生态链,补齐产业链节点,大力发展电竞产业集聚区。

中部重点发展“文化+商业”“文化+科技”产业,加快推动以建川新中国百年博物馆为核心的文博商业综合体规划建设,发展“博物馆+商业+研学+体验”的全新博物馆综合体模式,树立文化新标杆;依托南海影视城改造提升带动4K/8K超高清视频应用和产业集聚发展;加快推进国家体育产业示范基地重要载体——南海区体育中心建设,大力发展休闲体育产业。

西部则以“文化+旅游”产业为重点,集合国艺影视城、宋城·佛山千古情等影视产业优势以及听音湖片区的区位优势,争取把南海打造成粤港澳大湾区影视产业合作试验区的核心区。“力争粤港澳大湾区区电影节(暂名)落户南海,打造一场彰显南海历史文化底蕴、提升南海国际影响力的功夫盛会,加快引进引领、辐射效应强的龙头项目以及高端领军人才,加速文旅产业发展。”梁惠颜说。

策略三

打造高质量文化导向型城市

疫情期间,一首产自南海大沥的原创歌曲《自信中国》火遍网络,传唱极广。疫情防控期间,《自信中国》的火热并非偶然,而是近年来南海的一种文艺创作常态。2020年上半年,南海区共创作抗疫作品近2500件,借助“南海文化云”公共文化数字化平台,举办线上活动700多期,市民足不出户也可以学跳舞、听讲座、赏书画,实现供需对接、精准服务,文化服务触手可及。

文化是一座城市的基因和灵魂。政府工作报告提出,要积极打造高质量文化导向型名城,提升南海的影响力、感召力。南海区将大力推进

公共文化服务供给侧改革,满足群众多元化文化需求,通过深耕南海区艺术四季系列活动、南海区百村(居)篮球赛以及醒狮、龙舟、武术等品牌文体活动,着力提升群众获得感、幸福感,让南海成为一个有温度的城市。

目前南海已经实现触手可及的“十分钟文化圈”,平均每1.56万人拥有一个图书馆。在此基础上打造类似观心小镇智慧图书馆的集阅读、文创、休闲服务于一体的特色文化空间,将成为今后的发展重点。“它不仅是一个阅读空间,还是一个主客共享的公共文化服务空间,满足市民群众的多元文

化需求。”梁惠颜表示,南海还将加快南海文化中心、体育中心以及全民健身体育公园二期项目建设,并引导各镇街建设提升一批高品质、智能化、便利化的社区体育公园,结合徒步等新兴时尚运动,营造服务城乡一体、岭南风韵突出的宜居人文环境,增强南海文化向心力。此外,南海将大力推动博物馆之城建设,在三大博物馆群整体布局基础上,重点加强群内核心区域建设,以核心带动全盘发展。梁惠颜透露,今年还将在金融高新区筹建金融博物馆,推动形成层次鲜明、特色彰显、内涵丰富的博物馆之城格局。

策略四

立体传播“宜商宜业宜居宜游”城市新形象

人文南海、产业南海、功夫南海……从今年开始,南海的前缀,多了“网红”二字。今年6月,叠滘龙舟在央视播出,瞬间刷爆朋友圈,南海一度成为全国网红热点;同样在桂城,爱车小镇将打造大湾区首个沿江试驾赛道,有望成为南海又一个打卡点;在大沥大沙工业区,一个沿江休闲观光带和藤主题产业社区也在崛起。这是南海城市形象进行立体化传播的有益探索。

为了形成南海城市形象宣传的统一标识,南海研究提出了城市品牌形象宣传语、LO-

GO和VI系统,并在宣传文旅体领域试行推广应用,下一步将扩大南海区城市品牌形象推广应用的覆盖面,助力南海区确立粤港澳大湾区文化交流中心的城市文化形象,提升南海区在全国乃至国际的知名度及品牌影响力。

南海将围绕实体经济、营商环境和历史文化名城等精心策划,发力创意传播,按下“网红城市”加速键。高标准推出南海网红城市形象营销策划产品,开展网红工厂大赛、网红直播带货等活动,打造网红打卡点,为建设网红街区、引进网红

餐饮等网红经济发展宣传造势。例如,和新浪广东深入合作策划推出“南海好功夫”系列营销宣传。“这里的功夫不仅仅指要功夫,还是经济发展高质量,社会公共服务高品质,这些都是功夫的应有之义。”梁惠颜表示,今年将推动功夫与旅游、文化等产业创新融合发展,系统展示功夫文旅IP、功夫产业现状和南海武术非遗等内容,打造具有浓厚岭南文化与南海功夫体验特色的精品旅游线路,让“功夫+文旅”网红IP成为南海提升城市影响力的催化剂。