

附件 2

巴中市哲学社会科学创新工程“揭榜挂帅”
结 项 申 请 书

立 项 编 号 BZ25WLRH007

项 目 类 别 第二批“揭榜挂帅”（文旅融合发展）研究项目

项 目 名 称 创新多元文旅场景供给繁荣文旅消费研究

项 目 负 责 人 林书竹

所 在 单 位 中共巴中市委党校

填 表 日 期 2025 年 10 月 29 日

巴中市社会科学界联合会 制

2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是□ 否☒

成果是否涉密： 是□ 否☒

项目负责人（签字）

年 月 日

填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称											
结项成果名称											
是否变更					变更的内容						
原计划成果形式					现成果形式						
原计划完成时间		年 月 日			实际完成时间			年 月 日			
项目负责人及参与人员变更情况											
原 负 责 人	姓 名	林书竹	性别	女	民族	汉	出生日期	1996 年 10 月			
	所在单位	中共巴中市委党校			行政职务			专业职务	讲师		
	通讯地址	四川省巴中市恩阳区黄石路 9 号				联系电话		15775702297			
现 负 责 人	姓 名	林书竹	性别	女	民族	汉	出生日期	1996 年 10 月			
	所在单位	中共巴中市委党校			行政职务			专业职务	讲师		
	通讯地址	四川省巴中市恩阳区黄石路 9 号				联系电话		15775702297			
原 参 与 人 员	姓 名	单 位			职 称		联系电话				
	李 伸	市委党校			机关党委 书 记		18800980108				
	文开斌	四川光雾山红叶旅游运 业有限公司			执行董事		13684479777				
	吴朝辉	市委党校			社文教 研室主 任、讲师		17780277627				
	张瀚文	市委党校			讲师		17608279945				

	张志容	市委党校	讲师	13419463934
现 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称	联系电话
	李 伸	市委党校	机关党委 书 记	18800980108
	文开斌	四川光雾山红叶旅游运 业有限公司	执行董事	13684479777
	吴朝辉	市委党校	社文教 研室主 任、讲师	17780277627
	张瀚文	市委党校	讲师	17608279945
	张志容	市委党校	讲师	13419463934

二、申请人所在单位审核意见

（审核事项:1.成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容;2.最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。）

该成果无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容;最终结果的内容质量符合预期研究目标。

签 章
年 月 日

三、县（区）社科联意见

（审核事项:1.成果有无意识形态问题;2.是否同意结项。）

单位（公章）:

负责人签字:

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面的问题: 有 ☐ 否 ☐

2.是否同意结项: 是 ☐ 否 ☐

3.鉴定等级: 优秀 ☐ 良好 ☐ 合格 ☐

主审专家签字:

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位(公章):

年 月 日

最 终 成 果

创新多元文旅场景供给繁荣文旅消费研究

为深入贯彻党中央、国务院扩大服务消费和促进文化旅游业发展的决策部署，全面落实省委、省政府关于推进文化和旅游深度融合发展、做大做强文化旅游业的系列工作要求，巴中市近年来积极探索创新多元文旅场景供给，在打造特色项目、培育文旅消费新热点方面取得阶段性成效，通过业态迭代与场景创新，文旅消费呈现稳中有进、量质齐升的良好态势。但对照高质量发展要求，仍面临优质资源转化不足、消费动能接续不畅及配套设施短板等问题。为此，需深化供给侧改革，创新需求侧引导，强化连接端支撑，全面促进文旅消费能级跃升。课题组在深入调研基础上，提出以下对策建议，供市委、市政府决策参考。

一、发展现状

（一）资源禀赋得天独厚，为新场景打造提供了基础。巴中市文旅资源丰富多样，为创新多元文旅场景供给奠定了坚实基础。一是红色与历史文化资源底蕴深厚、地位特殊。巴中是原川陕革命根据地的核心区域，红色资源数量多、规模大，拥有爱国主义教育基地 34 个，数量居全省第二；不可移动革命文物 397 处、3 万余件，规模全省第一；全国红色旅游经典景区 5 个，更是全国 12 个红色旅游片区、30 条红色旅游精品线路

的重要组成部分。历史遗存丰富，从忠勇信义的巴人文化到米仓古道的历史见证再到南龕、西龕、水宁寺、北龕等地的摩崖造像（现存龕窟 **170** 余个，造像 **2700** 余尊），形成了独特的人文景观和地理格局。二是民俗非遗与农业资源独具特色、价值凸显。全市非物质文化遗产资源丰富，构建了完整的四级保护体系，共建设非遗工坊 **43** 家，**5** 个入列四川省优秀非遗工坊。依托花果渔蔬等乡村特有资源、现代农业园区、红色文化、农耕文化等，开发农业观光、体验采摘等休闲项目，不断拓展休闲农业和乡村旅游业态，周边游、乡村游等休闲农业产业蓬勃发展，**2024** 年全市休闲农业营业收入 **13.3** 亿元，较上年增长 **1.17%**。三是生态绿色资源本底优越、类型齐全。全市森林面积为 **1166** 万亩，森林覆盖率 **63.18%**，是名副其实的“天然氧吧”拥有米仓山、镇龙山、天马山、空山等 **4** 个国家森林公园，建成了森林康养基地 **36** 个，省级古树公园 **2** 个，光雾山-诺水河世界地质公园培育了独特的喀斯特地貌与原始森林，四季景观分明，其中光雾山红叶已成为国际级生态名片，**2024** 年首次市场化运作的国际红叶节宣传覆盖全球百余家媒体，为开发生态康养、户外运动场景提供了绝佳载体。

（二）业态结构加速迭代，文旅消费新场景亮点频现。我市紧跟市场趋势，推动文旅业态从传统观光向复合体验升级，全市共创建消费新场景 **23** 个，涌现出了一批现象级文旅消费新场景。一是历史文化焕活，打造沉浸式场景，推动文化破壁出

圈。“恩阳梦华录”，开街仅三天吸引游客**18**万人次，其“三街七巷五回目”的布局成功将静态历史转化为可参与、可消费的活态空间，显著延长游客停留时间。大型科幻舞台剧《幻享·米仓道》借助智能声光电与裸眼**3D**技术，创新呈现巴文化千年流变，成为文旅融合新标杆。二是自然景观增色，依托科技赋能夜游，引爆目的地流量。升级后的《新·梦境光雾山》行浸式山水夜游项目，打造“白天观山水、夜晚赏光影”的全时消费模式，通过声光电技术融合山水实景，有效延长游客停留时间，推动自然景区从单一观光向全时消费转型。三是工业遗存重塑，培育文创产业园区，激活城市夜经济。原巴中丝绸厂改造的巴城记忆文创产业园引入**VR**体验、**9D**影院等**46**家新业态，日均客流量提升，园区通过夜间演艺、滨河夜游等项目，构建“文创+科技+商业”消费场景，日均客流量显著提升，成为城市文旅新地标。四是节会赛事引流，推动文旅深度融合，创新消费产业链。系统构建“**2+21+63**”节会赛事矩阵，以光雾山红叶节、巴人文化艺术节为龙头，成功举办中华龙舟大赛、川超等**20**余场国省级赛事，培育了南江“羊”**BA**地域赛事品牌，打造了光雾山运动主题乐园体旅融合新地标，配套推出无人机交响乐、非遗烟花秀、文博科创游等消费场景，推动“跟着赛事去旅行”模式持续深化。其中，川超巴中赛区单场观赛人数约**2.2**万人，带动经开区单日消费收入**1435**万元，同比增长**12%**。通过赛事旅游专线及“持票根享折扣”政策，

有效串联景区与消费场景，带动周边消费同比增长**40%**以上。

（三）文旅消费稳中有进，新场景新业态的活力初显。在创新场景、优化治理等多维因素的驱动下，我市文旅消费市场呈现出总量扩张、结构优化的良好势头。一是**消费规模看，总量持续增长，市场韧性与提升潜力并存。**2025年上半年，全市接待游客**3461.83**万人次，同比增长**9.2%**，游客总花费**356.48**亿元，同比增长**28.9%**，人气流量正在转化为消费流量和经济增量，消费增速显著高于人次增速，显示市场量质齐升的良好态势，文旅消费对服务业的拉动作用持续增强。二是**消费结构上，呈全龄化特征，正向体验化、个性化升级。**2024年数据显示，巴中市游客的主要年龄段集中在**36**岁至**45**岁，为**34.51%**，**46**岁以上的游客占比超四成，中老年群体已成为来巴游客主力；**18**至**24**岁和**18**岁以下的年轻游客分别占比**11.35%**和**2.69%**。游客多元化全年龄段特征显著，青少年与银发客群潜力较大。这一全龄化特征推动消费需求从单一观光向康养度假、研学参观、沉浸体验等多元化方向升级，催生了主题定制、节赛联动等个性化产品的快速发展。三是**消费动能上，“夜经济”与全时全域场景供给成效显著。**2025年上半年，巴中已实现夜间消费**1200**万人次，同比增长**20%**；拉动消费**40**亿元，同比增长**13%**，夜经济活力不断增强，巴城记忆文创产业园、恩阳梦华录等多个项目共同构建了全领域、全时段消费场景。同时，开通文旅活动公交专线、县域旅游直通车，

优化“最后一公里”接驳服务，发放文旅消费券、通过“一票多享”等策略联动景区、商圈，有效引导消费从核心景区向全域扩散、从日间观光向全时体验深化。推动全时全域、多场景联动的文旅消费新格局加速形成。

二、瓶颈障碍

对标高质量发展要求，深层次的矛盾与瓶颈依然存在，集中体现在供给侧、需求侧和连接端三个层面，制约着文旅消费能级的全面提升。

（一）供给侧：优质资源转化不足，场景创新深度有待提升。当前，优质文旅资源向高水平市场化产品的转化效率仍显不足，场景创新多集中于“硬件”堆砌，在文化内涵挖掘与沉浸式体验的“软件”构建上尚有差距。一是**资源开发有亮点缺链条**。虽然打造了“恩阳梦华录”“梦境光雾山”等标杆项目，但项目之间联动性弱，未能形成以点串线、以线带面的全域旅游产品体系。特色资源如红色文化、石窟艺术等，其开发仍多以静态展览、观光游览为主，缺乏能让游客深度参与、引发情感共鸣的衍生体验产品和产业链条。二是**场景创新有形态缺内核**。部分新场景对科技手段的应用仍停留在展示层面，未能深度融入叙事内容，导致“千景一面”的同质化风险加剧。场景的营造与本地独特的生活方式和人文气息结合不够紧密，难以形成持久吸引力。三是**市场主体有数量缺体量**。文旅企业部分呈现“小、散、弱”特征，缺乏具有强大资源整合能力和市场

号召力的龙头文旅企业或投资运营平台，导致大型项目推进慢、运营水平参差不齐，难以支撑可持续的深度创新。

（二）需求侧：消费动能接续不畅，市场响应机制尚不健全。巴中文旅消费市场虽总量扩张，但在激发深层消费意愿、优化消费结构、精准响应市场需求变化方面仍面临挑战。一是**消费转化有流量缺留量**。尽管游客总花费增速高于人次增速，但过夜游客比例、人均消费水平等关键效益指标与全省先进地区相比仍有差距。这反映出当前供给对游客的吸引力持续时间偏短，能让游客“慢下来、住下来、玩起来”的深度体验项目和夜间消费业态相对不足，导致“打卡式”旅游多，“沉浸式”度假少，旅游综合效益未能充分显现。二是**客源结构有广度缺精度**。全龄化客源结构意味着需求多元，但针对银发群体的康养产品、面向年轻客群的潮玩体验、契合亲子家庭的研学项目等细分市场的产品供给仍不够精准和丰富。对快速变化的消费趋势，市场反应的敏捷性不足。三是**营销推广有活动缺品牌**。虽然举办了众多节会赛事，但整体城市文旅品牌形象不够清晰和突出，营销活动与“诗意山水·红色巴中”的核心品牌定位关联度有待加强。未能将大型活动带来的短期流量，有效转化为对巴中城市品牌的长期认同。

（三）连接端：基础设施与配套有短板，综合承载力仍面临挑战。交通、服务等软硬件配套设施存在的短板，是制约全域全时文旅消费格局形成的关键因素。一是**交通网络有主干缺毛细**

血管，制约客流高效流转。虽然米仓大道等主干项目持续推进，但核心景区间“最后一公里”连接问题依旧突出，部分县域和优质旅游资源可进入性差，旺季核心区拥堵与周边资源闲置并存，物理连接短板直接制约了客流高效调度与分流，削弱了系统应对峰值流量的能力。**二是文旅服务有亮点缺均衡，影响全域体验一致性。**智慧旅游体系覆盖不全面，县域间旅游咨询、导览、救援、网络等设施及消费环境品质存在差距。运营压力下，热点区域服务易过载“挤兑”，冷点资源却无法有效分流，数字连接还未能支撑起全域均衡、弹性的服务运营。**三是要素保障有规划缺协同，制约系统整体效能。**部门、县区间协同机制有待优化，规划对接、政策联动、营销共推等方面尚未完全形成合力。机制连接不畅可能导致应急响应慢、资源调度僵化，制约了全域全时文旅消费格局的整体效能与韧性。

三、经验参考

为破解当前发展瓶颈，巴中可充分借鉴国内先进地区在创新多元文旅场景供给繁荣文旅消费的过程中，推进文旅资源转化、激发消费动能与构建系统韧性等方面的成功经验。

（一）四川成都宽窄巷子：历史文化街区的“微更新+活态传承”模式。宽窄巷子坚持“一院一品、一院一景”发展模式，通过精细化运营与创新业态融合，实现历史街区的可持续活化。其经验可总结为以下三点：**一是以“首店经济+场景创新”激活消费动能。**通过引入荣耀全球首家旗舰店、茶百道全球首家手

作门店、泡泡玛特全国首家景区旗舰店等特色店铺，打造首店经济聚集地。同时推出首个“策展式零售”复合型空间品牌“宽廐KuanChǎng”，融合展览、零售与体验，构建“主题展览+沉浸式消费”新场景，以主理人经济激发街区商业活力。二是通过业态优化与全时运营延长消费链条。持续丰富提质现有餐饮、文创、酒吧等业态，激活夜间经济，丰富全时消费场景。结合重要节庆等时点，举办系列主题活动，激发街区消费活力。三是依托区域协同与持续焕新扩大辐射效应。推进宽窄巷子二期（南区）建设，联动周边街区开展“微改造、精提升”，打造“泛宽窄”少城文旅商圈，打造城市消费新地标。2008年以来，累计接待游客近2亿人次，实现营收超40亿元，成为无门票文旅综合体的标杆。

（二）陕西西安大唐不夜城：以“IP打造+行浸式体验”引爆夜间经济。西安大唐不夜城通过系统性打造“盛唐文化IP”与沉浸式场景融合，成功将历史文化资源转化为可持续的消费动能。其核心经验在于三点：一是深耕文化IP，构建主题鲜明的品牌体系。项目以盛唐文化为内核，通过“不倒翁小姐姐”“盛唐密盒”等互动IP和《再回长安》等大型演艺，将历史资源转化为可感知、可传播的现代符号，形成高辨识度的品牌矩阵，融合唐食荟萃、潮玩文创、沉浸式演艺与综合商业等多元业态，构建文商旅消费地标。二是强化沉浸式体验，推动“观光”向“参与”转型。街区采取“故事线+演艺群+互动点”的立体设计，如

《盛唐密盒》让游客与房玄龄、杜如晦二相互动答题,《琵琶行》借助乐声传递情感,使游客从被动观看转为主动参与,显著提升停留时间与体验黏性。三是推动文商旅深度融合,延长消费链条。通过“文旅+IP”模式整合餐饮、文创、科技等业态,如开发主题文创雪糕、盲盒等衍生品,引入AI旅拍、智慧商业设施,形成“文化体验—社交传播—消费转化”闭环,2024年街区及周边商业综合体销售额达33.12亿元,有效带动二次消费增长。

(三)重庆荣昌区:全民协同与智慧治理构建文旅应急韧性的实践。重庆荣昌区在“卤鹅哥”事件引发突发性文旅流量冲击后,通过快速响应、全民协同与智慧治理三大策略,成功将短期流量转化为长期发展韧性,其核心经验可总结为以下三点:一是快速响应与全民协同的应急机制。荣昌区提前预判“五一”假期大客流,成立10个专班工作组实现跨部门联动调度。动员全民参与,市民自发组成“爱心车队”免费接送游客,志愿者人数超2万人。政府开放机关食堂、停车场等公共资源、食堂单日接待超1万人次,并实行柔性管理,如路边停车不贴罚单,形成“政府主导+社会协同”的高效治理模式。二是智慧治理与产业协同的韧性底座。依托智慧城市平台实时监测人流、车流、舆情数据,通过AI算法预测拥堵点并合理调度,增开“卤鹅专线”,建立“3分钟响应”应急机制,及时回应游客诉求。同时,推动产业链升级,迅速出台《卤鹅产业高质量发展行动方案》,

发展鹅毛加工羽毛球、鹅油美妆等衍生产业，提升附加值，实现流量向产业价值的转化。三是**文化赋能与长效品牌运营**。将临时应急措施转化为常态化服务，如定期开放机关食堂。从“吃热闹”转向“品文化”，通过美食非遗技艺展演、卤鹅历史展览等活动形成“舌尖记忆+文化共鸣”，聘请“卤鹅哥”为城市推介官，固化卤鹅节等 IP 活动，推动“网红效应”向“长红品牌”升级。

四、对策建议

针对巴中市文旅发展面临的瓶颈，结合国内先进地区经验，提出以下三方面对策建议，助力创新多元文旅场景供给，全面提升文旅消费能级。

（一）深化供给侧改革，推动资源高效转化与场景创新。

一是**构建资源串联型场景集群**。围绕“红色记忆”“石窟艺术”“生态康养”“巴人文化”等多个主题，打造跨县域精品线路。在线路中嵌入实景剧本游、AR 互动、主题露营等深度体验项目，并设计“一票通”联票机制，将景区、民宿、餐饮、文创店等消费点串联成线，大力推行“票根经济”，凭票可享住宿折扣、餐饮满减，引导游客从“打卡式”游览转向“沉浸式”漫游，有效延长停留时间并刺激二次消费。二是**打造文化内核型场景产品**。设立场景创新基金，支持对《幻享·米仓道》等热点演艺项目进行升级，增加观众决策剧情分支的互动环节。在恩阳梦华录等区域植入宋代生活 NPC 互动体验，游客可通过参与获取“通关文牒”并兑换非遗项目体验、住宿美食折扣。同时，提炼巴人图腾、

米仓古道等文化符号，开发《巴人勇士》沉浸式剧本杀等产品，并将本土非遗元素融入场景道具。打造“一桌巴中宴”，整合特色美食并推动标准化、品牌化，显著提升餐饮附加值与文化体验感。实施“明厨亮灶与故事营销”工程，鼓励并帮助商家挖掘和讲述美食的历史渊源或家族故事，让一份小吃也承载文化记忆。联合商家设立“美食护照”打卡点，鼓励游客打卡集章，将简单的“吃饭”升级为有趣的“美食探索任务”。此外，大力推广城市创意彩绘，在公共墙体、桥下空间艺术化呈现红色故事、巴人图腾、生态景观等符号，打造一批投资小、传播快的网红打卡点，实现文化表达的“轻量化”创新。**三是培育主体协同型场景生态。**推动巴中市文旅集团提升能级，赋予其整合全市核心文旅资源、统一市场化运营管理的职能。由其牵头设立文旅创投基金，并举办场景创新大赛，以“揭榜挂帅”方式向社会征集创意和优化方案，吸引和孵化一批在特色民宿、非遗体验、文创开发等领域有专长的中小微企业和创业团队，形成大企业带动小企业、共生共荣的良性生态。

（二）创新需求侧引导，持续激发消费动能与市场活力。
一是推出巴中旅居卡，精准转化流量为留量。面向过夜游客，联合酒店、景区、餐饮、文创商店，发行分时分级（如**24**小时、**48**小时、**72**小时）的电子旅居卡。持卡人不仅享受景区门票优惠，更可在合作商户享受消费折扣、特色体验项目优先预约、免费接驳服务等权益。有效提升过夜游客的延长停留时间，刺

激二次消费，激发综合消费价值活力。二是开展客群深耕行动，满足全龄细分需求。开发客群定制型场景套餐，针对银发群体，在光雾山-诺水河等区域推出定制化的“候鸟式”康养套餐（中医养生、禅修课程等）。面向年轻客群，在文创园区定期举办潮玩艺术展、国风音乐节、电竞嘉年华，引入剧本杀旗舰店。服务亲子家庭，开发以地质科普、红色研学为主题的“周末成长营”等产品，提供一站式研学服务，满足全龄化细分需求。三是实施品牌浸润营销，深化城市文旅形象。打造品牌绑定型场景活动，将区域性节会赛事活动统一纳入“诗意山水·红色巴中”品牌体系进行视觉包装与宣传。持续聘请有影响力的达人作为“巴中文旅推荐官”，围绕核心品牌持续产出高质量内容。与主流在线旅游平台合作开设“巴中官方文旅旗舰店”，集中展示和销售联营精品线路、旅居卡及细分客群产品，实现从“活动引流”到“品牌引客”的转变。

（三）强化连接端支撑，构建全域协同的韧性保障体系。一是打通交通微循环，优化客流调度能力和效率。专项提升核心景区间“最后一公里”连通性，在旅游旺季增开串联热点与冷点景区的智能摆渡巴士，实行动态票价引导分流。开发集成实时路况、车位及巴士位置的智慧文旅小程序，为游客提供一键式最优出行规划，与主流导航平台数据打通，实现对客流的智能引导与精准疏解。二是建设全域智慧服务平台，提升服务的有效性。构建覆盖市、县（区）的一体化大数据平台，实现

门票、酒店、交通“一码预定”。设立统一线上游客服务中心，提供咨询、投诉、救援的“一键呼入”功能。利用平台数据预测客流高峰，主动向游客推送分流建议及周边替代景点的优惠信息，并向相关服务点位提前预警，实现服务的智能调度与压力平衡，保障全域体验品质。**三是强化大文旅格局，全域联动提供暖心服务。**在重大节会赛事期间，启动“跨前一步、统一指挥”的应急模式，组建多部门专项工作组，实现资源的高效协同调度；试点开放机关食堂、停车场等公共资源，提供临时便民服务，切实提升城市好客度与应急管理能力。**四是创新市民参与机制，培育城市主人翁精神。**系统开展文旅知识普及教育，依托社区、单位、学校等渠道，提升市民对本土文化、特色资源的认知与讲解能力。推行“文旅志愿服务积分”制度，鼓励市民参与景区引导、环境监督、文明宣传，积分可兑换景区门票、本地特产等奖励。设立“旅游啄木鸟”监督员机制，鼓励市民对旅游服务质量、环境卫生、市场秩序等进行监督反馈，对有效建议予以采纳并奖励。开展“最美文旅人”评选，对积极宣传、服务游客的市民进行公开表彰，强化正向激励。

数据来源：①与文旅行业相关人员开展深度访谈；②系统梳理并引用了市文化广电体育和旅游局、市商务局、农业农村局等部门发布的相关报告；③参考了人民网、新华网、巴中日报等权威媒体发布的官方报道。