

山西省旅游改革发展领导小组办公室文件

晋旅改发组办〔2022〕5号

山西省旅游改革发展领导小组办公室 关于印发推动文化旅游业高质量发展 相关方案的通知

各市人民政府，省旅游改革发展领导小组成员单位：

关于推动文化旅游业高质量发展的相关方案已经省旅游改革发展领导小组会议审议通过，现印发你们，请遵照执行。

- 附件：1. 山西省龙头景区建设工作方案
2. 关于盘活景区旅游资源提升开发管理水平的指导意见
3. 山西省文化和旅游宣传推广工作方案

4. 旅游住宿提质增效工作计划
5. 旅游餐饮提质增效工作计划
6. 全省旅游发展大会举办方案

山西省旅游改革发展领导小组办公室

2022年3月17日

(此件主动公开)



附件 1

山西省龙头景区建设工作方案

为提升我省旅游景区知名度、影响力，加快建设国际知名文化旅游目的地，选择一批基础条件好、拉动作用大、示范效应强的优质旅游景区重点打造，形成龙头带动效应，促进旅游业高质量发展，制定本工作方案。

一、总体要求

深入贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作重要论述和习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，全面落实省第十二次党代会、省委十二届二次全会暨省委经济工作会议精神，按照“政府牵头、行业指导、市场主体、片区联动”的思路，采取质量提升、业态升级、市场推广、政策支持等措施，全力打造龙头景区。“十四五”期间，建设 1—2 家世界级旅游景区，龙头景区的带动作用、集聚优势显著增强，为建设国际知名文化旅游目的地提供有力支撑。

实施 9+13 梯次打造计划。首批打造云冈石窟、五台山、平遥古城、洪洞大槐树、皇城相府、解州关帝庙—常平关帝家庙、太行山大峡谷、壶口瀑布、晋祠天龙山 9 家龙头景区；培育云丘山、王莽岭、雁门关—广武、芦芽山、碛口古镇、恒山—悬空寺、

娘子关—固关、八路军太行纪念馆—黄崖洞、乔家大院、王家大院、鹳雀楼—普救寺、陶寺遗址—丁村、偏关老牛湾 13 家重点景区。

二、任务及分工

（一）规划提升。强化顶层设计，明确目标定位，着眼发展需求，突出地域特色，以“大旅游”思维科学制定提升规划，引领龙头景区规范、良性、持续发展。

1. 明确目标任务。对标国内外同类型头部景区建设经验，着力从补短板、强弱项、增后劲方面确立提升思路，围绕基础设施完善、产品业态丰富、服务品质提升、知名品牌塑造等内容，列出任务清单，提出具体措施，全面推进实施。（责任单位：景区主管部门）

2. 制定提升规划。龙头景区按照世界级旅游景区标准、建设国际知名文化旅游目的地要求，高标准制定提升规划。重点景区参照龙头景区建设标准，结合自身实际，实施差异化发展，积极融入以龙头景区为核心的目的地体系。提升规划报省旅游改革发展领导小组。（责任单位：各市人民政府）

（二）设施提升。制定系统化标准体系和工作规范，大力推进景区基础设施建设，组织开展“安全、服务、环境”三提升行动，常态化推动景区质量提升。

3. 景区景观建设。加强景区核心吸引物的保护和修复，对观

景设施改造提升。(责任单位: 景区主管部门)

4. 游览设施建设。按照《旅游景区质量等级的划分与评定》(GB/T17775—2003), 以游客服务中心、旅游厕所、停车场、游步道、标识标牌等为重点, 对游览设施全面改造提升。(责任单位: 景区主管部门)

5. 开展环境整治。对景区及周边开展“亮化、绿化、净化、美化”专项环境整治行动。(责任单位: 各市人民政府, 景区主管部门)

6. 交通设施建设。加强旅游公路建设, 5 年内实现 3A 级以上景区国省道全覆盖。规范景区沿线的旅游标识系统, 强化景区周边交通指引, 提升旅游标识牌覆盖率。提高通景道路服务区、加油站、充电桩(站)、公共厕所等配套设施覆盖率。建设景区公共交通无缝换乘网络体系。建设旅游共享车辆租赁系统。(责任单位: 各市人民政府, 省发展改革委、省交通厅、省商务厅、省能源局)

7. 通讯设施建设。加快推进景区及交通沿线 5G 网络信号覆盖, 加强 5G 在旅游服务中的配套应用。3 年内实现龙头景区和重点景区核心区域 5G 网络全覆盖。(责任单位: 各市人民政府, 省文旅厅、省交通厅、省工信厅、省通信管理局)

8. 便民设施建设。建设 24 小时品牌连锁便利店、药店、智慧无人超市等服务配套设施。(责任单位: 各市人民政府, 景区

主管部门)

(三) 服务提升。实施“满意在山西”服务品质提升专项行动，提高公共服务能力，全面提升旅游服务质量。

9. 提升智慧化服务水平。持续加强景区技术创新和推广应用，实施在线预约、流量监测监控，开发数字化产品，普及电子标识、语音导览，推进停车场、游客服务中心数字化、智能化建设。(责任单位：景区主管部门)

10. 优化旅游出行环境。建立健全节假日交通安全出行保障机制，在重要节假日期间加强旅游景区周边道路的交通指挥疏导，对旅游客车轻微交通违法行为以批评教育为主，优化节假日出行环境。(责任单位：各市人民政府，省公安厅、省交通厅)

11. 提升涉旅单位服务满意度。提升交通、住宿、餐饮、景区景点、购物商圈、旅行社、文化场馆、医疗服务等涉旅单位的服务水平，定期开展服务满意度调查。(责任单位：各市人民政府，省文旅厅)

12. 全面提升景区从业人员业务素质和服务水平。(责任单位：景区主管部门)

(四) 业态提升。优化旅游产品供给结构，加大旅游项目开发，建立多层次、多元化的旅游业态。

13. 挖掘景观文化内涵，开发核心产品，增强景观吸引力，打造景区文化地标。(责任单位：景区主管部门)

14. 围绕“吃、住、行、游、购、娱”六要素，整合地域特色资源，打造主题产品、品牌产品。（责任单位：各市人民政府，景区主管部门）

15. 深化文旅融合，开发多元化、多样化、精品化的文创旅游产品，打造特色产品。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅，景区主管部门）

16. 打造以打卡、参与为主的沉浸式、互动式、场景式新型旅游产品。（责任单位：各市人民政府，景区主管部门）

17. 培育和发展夜间经济，开发夜游项目，打造夜游特色片区。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅，景区主管部门）

18. 串联景区景点、文旅小镇、乡村旅游等特色旅游资源，打造精品旅游线路产品。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅）

（五）品牌提升。坚持创新突破，精准营销，加强策划设计，鼓励和引导景区依托本地文化旅游资源，打造富有文化内涵、地域特色的旅游产品品牌，构建龙头景区品牌体系。

19. 精准定位目标市场，实现省市县企联动宣传推广。分层级实施“假日休闲 晋在眼前”山西人游山西、“山河守望 晋邻相亲”好邻居多走动和“千里相邀 晋情畅游”远程游客“晋行时”等引客营销推广活动。（责任单位：省文旅厅，景区主管部门）

20. 开展多平台宣传。加强同主流媒体、头部新媒体及 OTA

平台的深度合作，开展全方位、多渠道主题宣传营销，打造龙头景区知名 IP。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅）

21. 实施创意体验营销。坚持以“体验”为核心，以“场景”为抓手，立足 A 级以上旅游景区，结合四季及重大节庆活动，推出高质量体验型产品，努力打造场景化消费新模式。（责任单位：省文旅厅，景区主管单位）

（六）联动提升。推动片区联动，加大资源整合力度，促进龙头景区区域一体化发展，形成资源开发、运营管理、营销推广、市场监管等协作机制，实现辐射带动效益最大化。

22. 推动龙头景区与相邻景区景点联动，实现资源共享、线路联通、客源互送和市场共推。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅，景区主管部门）

23. 推动龙头景区与周边城镇联动发展，发挥龙头景区的引领作用和外溢效应。（责任单位：各市人民政府，景区主管部门）

三、保障措施

（一）加强组织领导，推动龙头景区全面建设。充分发挥各市旅游改革发展领导小组作用，全面领导龙头景区建设，统筹解决建设中的重大问题，制定龙头景区建设工作方案，明确时间表、路线图、任务书，加大督察督办力度。省旅游改革发展领导小组办公室根据各地提升规划和工作方案建立工作台账，跟踪督导落实，半年通报一次建设进度。（责任单位：各市人民政府）

（二）深化体制改革，保障龙头景区良性发展。进一步深化“两权分离”改革，构建产权关系清晰、责任主体明确、市场对接充分的景区经营管理体系，实现资源、资产、资本、资金的有效联动，推动景区良性发展。要一景一策列出改革清单，明确改革任务，科学有序推进。（责任单位：各市人民政府）

（三）加大服务保障，强化龙头景区政策支持。各级政府和相关部门要按照任务分工，对接龙头景区，摸清底数，针对性制定保障措施，加大政策支持。要引导公共服务资源向龙头景区倾斜，加强龙头景区公共服务保障力度。强化用地空间保障，将龙头景区新增用地需求纳入国土空间规划，把龙头景区各类用地列为重点支持领域，灵活管理和供应，优化审批流程，保障用地需求。制定金融支持龙头景区高质量发展政策，综合运用多种金融工具，解决龙头景区及相关重点项目融资难融资贵问题。（责任单位：各市人民政府，省旅游改革发展领导小组成员单位）

（四）加大资金支持，引导龙头景区高质量发展。加大对龙头景区创新发展、智慧化建设、重点项目实施、高端人才引进等方面的支持力度，引导景区建设全面提质升级。各市要根据本地龙头景区建设实际，设立专项发展资金，纳入本地区财政预算。（责任单位：各市人民政府，省财政厅）

（五）加强人才培养，支持龙头景区专业化发展。鼓励龙头景区加强人才队伍建设和人才储备，支持依托省内外涉旅高职院校

校，定向培养所需重点和紧缺人才。实施龙头景区全员培训计划，3年内实现经营、管理、服务等专业人员培训全覆盖。建立龙头景区发展智库，开展专业课题研究，为龙头景区发展提供智力支持。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅，景区主管部门）

山西省龙头景区建设任务清单

序号	景区名称	发展方向	提升内容
1	云冈石窟	集中打造云冈镇小站村至高山镇东西长约 30 公里的文化和自然景观,努力扩大云冈文化内涵和外延,形成以云冈石窟为核心的云冈文化旅游带。	修复云冈峪景观生态,分区分规划绿植;打造景区体验项目、旅游演艺项目和夜游产品,丰富旅游业态;开发特色文创产品;完善云冈文化长廊旅游配套设施。
2	五台山	向北联动繁峙,辐射雁门关、代州城,向南联动定襄民俗馆等旅游资源一体化发展,建设以五台山为中心的大文化旅游圈,打造集自然风光、历史文物、古建筑艺术、禅修体验、民俗风情、避暑康养于一体的国际旅游目的地。	推动景区提质升级,改善旅游环境,高等级提升北线、西线入山道路,打通繁峙、代县、五台、定襄、原平延伸道路;加强景区环境整治和服务管理;开发古建文化、生态文化、禅修文化特色产品;建设高品质星级酒店、乡村民宿和旅游康养度假设施,全面提升接待能力。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
3	平遥古城	带动双林寺、镇国寺及周边乡村旅游发展，向北辐射祁县乔家大院、昭徐古城，向南联动介休绵山、张壁古堡、灵石静升古镇、王家大院、石膏山、红崖峡谷等区域大院、古镇古堡、山水类景区景点，构建山西中部晋商遗产观光体验度假旅游目的地。	充分挖掘平遥古城及双林寺、镇国寺文化内涵，形成“1+2”景区格局。提升景区标准化建设，加强景区环境和人文环境治理；借力国际性会展活动，完善住宿、餐饮、购物等旅游服务设施，开发夜间旅游产品，做强夜游市场；强化餐饮、美食市场开发，建设美食街区；建设高等级酒店，开发特色高品质民宿；以平遥为中心，建设旅游集散中心。
4	洪洞大槐树	以洪洞大槐树景区为主体，以寻根祭祖为主题，联合中镇霍山、广胜寺、洪洞明代监狱、尧庙—华门、临汾博物馆等一体发展，打造根祖文化为主题的 world 知名旅游目的地。	加强对古大槐树核心区域景观的保护；进一步加大宣传推广力度，增强景区的影响力和知名度；持续做好大槐树景区的扩容和配套设施建设；提升住宿接待设施能力与档次；建设美食与步行街区；与周边景区联动发展，开发特色文创产品，打造夜游项目。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
5	皇城相府	按照国家出台的《太行山旅游业发展规划 2020—2035》，以皇城相府为核心，联动天官王府、郭峪古城、布政李府、砥洎城、海会书院、湘峪古堡等沁河流域古堡群发展，打造特色鲜明的沁河古堡群观光体验文化旅游目的地。	加大旅游宣传营销力度；提升高等级酒店旅游接待能力；开发古堡特色民宿；建设美食与步行街区；申报沁河古堡群世界文化遗产。
6	解州关帝庙 —常平关帝 家庙	以关公忠义文化主题，带动盐湖、舜帝陵等景区发展，辐射周边万荣后土祠、李家大院、永济鹳雀楼、普救寺、蒲津渡遗址博物馆、芮城永乐宫、闻喜裴柏宰相村、夏县司马光祠、绛州古城等景点景区，构建河东文化旅游目的地。	创建关帝庙国家 5A 级景区；策划旅游演艺项目；宣传关公忠义文化，吸引海内外游客；提升旅游住宿能力与档次，建设美食步行街区；申报世界文化遗产。
7	太行山大峡谷	按照《太行山旅游业发展规划 2020—2035》，以太行山八泉峡为中心，周边红豆峡、青龙峡、黑龙潭等为支撑，向北联动平顺通天峡、神龙湾，黎城中太行，向南联动王莽岭，立足自然生态环境好，区位优势优越，周边市场潜力大等优势，打造太行风光旅游带，构建太行风光观光度假旅游目的地的。	进一步提升大峡谷核心景区管理与服务水平；策划旅游演艺项目；增加高档次旅游住宿设施、山水特色民宿和美食步行街区，丰富旅游业态。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
8	壶口瀑布	以建设黄河国家文化公园为契机，全面改造升级，挖掘黄河抗战文化，带动克难城、人祖山、戎子酒庄等景区联动发展，向北辐射临县碛口古镇景区，向南辐射云丘山景区，构成沿黄山水观光度假旅游目的地。	创建国家 5A 级景区；策划旅游演艺项目；提升配套设施，开发黄河风情特色民宿；加强同陕西省的联动，实现资源共享，建设黄河文化公园文化地标。
9	晋祠天龙山	以再现“锦绣太原城”盛景为目标，以晋祠、天龙山为主体，带动龙山、蒙山、太山、太原古城、汾河公园、晋阳湖公园、太原植物园、晋商文化博物馆等景区景点一体化发展，打造知名城市旅游目的地，以太原市为中心建设山西省旅游集散中心。	修复晋源水系生态，创建国家 5A 级景区；挖掘历史文化资源，建设中国北方第一园林；打造旅游演艺项目；在景区周边建设度假型酒店和特色民宿，培育康养度假旅游市场，开发餐饮、美食市场，建设餐饮、小吃聚集的美食街区，服务目的地旅游。

山西省重点景区建设任务清单

序号	景区名称	发展方向	提升内容
1	云丘山	以创建国家级旅游度假区为抓手，利用云丘山景区得天独厚的自然资源优势，发展乡村旅游，带动乡村振兴，向体验型、休闲度假型景区发展，打造集旅游观光、休闲、度假、养生、养老于一体的综合性旅游目的地。	探索乡村文旅开发的新模式，建设特色高端精品民宿；打造高质量的智慧旅游体系；提升旅游基础和公共服务设施，创新景区旅游业态，全面提升景区游览品质。
2	王莽岭	坚持文旅康养融合发展，以太行之巅、挂壁天险、天地奇景、世外桃源、千古人文、避暑胜境为核心，以打造国家全域旅游示范区和“康养山西、夏养山西”先行区为目标，全力提升王莽岭景区特色旅游品牌，把王莽岭景区建设成太行旅游板块的标志性龙头景区。	创建国家级 5A 景区；加强基础设施建设，开发太行水镇、赤焰峡等项目；提高旅游服务水平 and 档次，优化旅游环境；建设中高端旅游民宿；提升景区文化内涵，发展康养度假、运动休闲、文化体验、科考研学等旅游新业态。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
3	雁门关-广武	以雁门关、广武关、代州古城为主体，相邻的新旧广武古城、广武汉墓群、百草口长城为支撑，联动雁门关伏击战遗址、夜袭阳明堡飞机场遗址、鹿蹄涧村杨氏宗祠、滹沱河湿地公园等景点联动发展，建设长城国家文化公园形象标识区。	加强路网索道建设，增强国家文化公园通达性；加强景点建设，挖掘边关文化内涵；增加基础设施，做强旅游环境；开发特色民宿，提升接待能力；补强文化业态，增强游客体验；链接山水农林景观，丰富周边业态；挖掘边关民俗，做好传统利用。
4	芦芽山	联动管涔山国家森林公园、芦芽山自然保护区、悬空村等，发展森林康养产业、休闲度假产业、乡村旅游产业，构建“生态度假+森林康养+运动娱乐”三位一体产品体系，打造宜居宜游宜购宜养的生态旅游目的地。	创建国家 5A 级景区；建设以民宿为主的旅游度假接待设施，打造国家级休闲度假区。
5	碛口古镇	依托碛口古镇、双塔村、义居寺，发挥黄河一号旅游公路的串联带动作用，打造黄河中游规模最大的黄土高原古村镇群和黄河风情游览带；深度挖掘碛口特色文化资源，构建集黄河景观、黄土高原景观、码头文化和红色文化为一体的综合性景区。	开发“夜赏碛口”夜间文化和旅游消费聚集区；开发星级酒店、特色民宿、黄河驿站，建设国家级休闲度假街区；开发画家村、美术馆集群和文化艺术品交易中心，建设碛口艺术小镇和人民文化公园；打造麒麟滩湿地、水蚀浮雕景观廊道、黄河漂流等休闲运动产品，建设黄河带状休闲游憩带。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
6	恒山-悬空寺	全面恢复文化景观，优化景区空间布局，塑造北岳恒山知名品牌，打造北方代表性山岳旅游目的地。	创建国家5A级景区；建设集智慧旅游、票务、交通、体验、商贸、服务等为一体的旅游服务中心；在南北入口处建设地标性建筑，配套游客服务和功能展示等设施；建设电梯、栈道等游览设施。
7	娘子关-固关	立足“万里长城第九关”的历史文化底蕴，以娘子关景区、固关长城为主体，依托水上人家、藏山、大泉温泉、上董寨等周边丰富的山水资源、红色资源和古村落，打造太行山水、古村小镇、红色文化、特色产业文化为一体的休闲旅游目的地。	加大娘子关景区保护性开发建设力度，提升景区品质；修缮保护长城设施，建设长城文化公园和娘子关保卫战纪念馆，新建旅游连接路和观光索道增加旅游接待设施，建设美食步行街区；发挥水产养殖、水上娱乐、紫砂、药茶、药材等资源及产业优势，打造乡村旅游民宿，建设康养度假区。
8	八路军太行纪念馆-黄崖洞	以红色文化为主题，八路军太行纪念馆、黄崖洞为核心，联动太行干部学院、八路军文化园、王家峪八路军总部旧址，辐射麻田八路军总部纪念馆、左权将军殉难处等景区、景点，形成太行片区抗战文化旅游目的地。	加强区域交通设施建设，保证关联景区交通畅通；整合红色文化资源，组织关联景区一体化发展；建设以民宿为代表的旅游接待设施；大力整治县城及景点景区的旅游环境；加强景区标准化建设，提升景区景点服务与管理水平。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
9	乔家大院	以晋商文化为核心，带动昌源河湿地公园、昭徐古城，把乔家大院文化园建设成为晋商文化旅游目的地。	保护和复建乔家堡标志性历史建筑，恢复国家 5A 级景区；实施提档升级，围绕“大红灯笼高高挂”发展夜经济，打造“三堂一园”夜游业态；打造微场景和小演艺，增强互动体验；围绕馆藏品、灯笼、晋作家具、新式服装等开发文创产品。
10	王家大院	以王家大院、绵山为核心，辅之周边静升古镇、崇宁堡、红崖峡谷、石膏山等景点景区，打造山水古镇休闲旅游目的地。	提升灵石县及绵山、静升古镇、崇宁堡的住宿餐饮条件，强化餐饮、美食市场开发，重点打造餐饮、小吃聚集的美食街区；开发古镇古堡夜间旅游产品。
11	鹳雀楼-普救寺	以鹳雀楼、普救寺为核心，联动周边蒲津渡遗址公园、五老峰、神潭大峡谷等景区，优化景区空间布局，打造大河、唐诗、戏曲为核心内容的华夏经典文化深度体验目的地和山水康养度假区。	系统梳理鹳雀楼及周边文化资源和脉络，合理布局餐饮、书吧、文创、诗词研学基地等业态；提升餐饮住宿条件；做优做好五老峰登山节、鹳雀楼诗歌文化节、普救寺爱情文化节、蒲剧艺术节等品牌文化节庆活动，全面提升景区品质。

序号	景区名称	发展方向	提升内容
12	陶寺遗址-丁村	深入挖掘陶寺文化，叫响“最早中国”品牌，再现陶寺和晋国灿烂文化；加强遗址保护利用，联动丁村遗址、晋国博物馆等建设全国知名的专题遗址博物馆，打造成遗址类历史文化旅游目的地。	加强遗址、民居的活化保护利用，建设国家考古遗址公园；挖掘陶寺考古文化、丁村民居文化，举办主题展览，开发研学课程，设置考古、文物修复体验区域，复原一批遗址主要建筑、功能区域。
13	偏关老牛湾	以偏关老牛湾为核心，以“黄河一号”“长城一号”旅游公路为牵引，连接万家寨水利枢纽、乾坤湾民宿村、关河口驿站等特色民宿，建设老牛湾黄河、长城国家文化公园，保护和发掘边关西口文化、长城古代军事文化，打造“大老牛湾”多功能旅游休闲新区。	开展“道路交通、住宿接待、品牌服务、文旅业态”提升行动；建设配套驿站、35处观景台；提升旅游公路沿线文化景观；深入挖掘地方文化，推进文旅、体旅、农旅等多业态融合发展，加强营销宣传，扩大影响力。

附件 2

关于盘活景区旅游资源提升 开发管理水平的指导意见

为进一步加强旅游资源开发管理，有效盘活景区旅游资源，引进知名旅游运营团队管理运营，全面提升景区品质，推动旅游业高质量发展，制定本指导意见：

一、总体要求

深入贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作重要论述和习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，全面落实省第十二次党代会、省委十二届二次全会暨省委经济工作会议精神，坚持“分类施策、先易后难、逐个处置”原则，着力破局“小资本占有大资源”问题，有效盘活景区旅游资源；按照“政府统筹、平台运作、专业运营、绩效考核”的思路，引进知名旅游运营团队，形成旅游景区多元市场主体共同发展的格局，加快推进文化旅游业提质增效，助力山西国际知名文化旅游目的地建设。

二、理清景区旅游资源

（一）摸排范围。本意见所指“大资源”指具有一定的规模，所拥有资源禀赋在国内乃至世界具有一定的稀缺性和垄断性，资源吸引力强，经适度开发建设已获得或应当获得极强的市场影响

力的旅游资源或旅游景区。围绕“小资本占有大资源”现象，重点从以下方面了解掌握景区资源现状：

1. 在实际获得景区经营权后，2 年以上未进行有效投资和实质性开发建设，或因其他原因造成景区无法开发建设。

2. 已实质性开工建设，但因各种原因导致项目停止建设，未能按原计划建成投入运营的项目，包括建设缓慢、超过原计划投入运营时间 2 年以上的在建项目；已完成建设达到运营条件，但因各种原因未运营的景区，包括试营业后停止营业的景区。

3. 已建成投入运营多年，未达到预期的社会效益，公众满意度差；未达到预期经济收益，资不抵债，投入产出比低，收入不能覆盖运营成本。

（二）摸排排查。开展旅游景区经营现状调查，对“小资本占有大资源”问题进行全面评估，准确分析景区资源在开发管理方面存在的问题、原因（缺资金、手续不完善、规划不合理、业态单一、经营管理不善、占用生态保护红线或城市规划各类控制线、股权纠纷等），建立分类清单，报省旅游改革发展领导小组办公室备案。

（三）清理资源。各市组织开展资源清理专项行动，出台相关管理办法，组建专业团队，建立工作机制，明确责任主体、责任领导、完成时限等要求。按照分类清单，实施分类处置，制定相应解决方案，确定具体退出条件，依法依规清理景区旅游资源。

三、引进知名旅游运营团队

（一）引进团队类型

1. 战略投资者。提高景区资本运营水平，积极引进有实力的国有资本、社会资本、产业资本、金融资本，包括国内外大型文化旅游投资集团、优强风险投资机构、产业基金等，为景区资源开发、业态升级提供战略性投资。

2. 经营管理团队。提高景区运营管理专业化、市场化水平，吸引市场营销、项目策划、产品开发、公共服务等各类高端团队和人才，为景区发展提供智力支持。对标准化程度相对高、治理监督机制相对充分的主题乐园、古城古镇、主题街区、乡村旅游等景区，可加大整体委托力度，鼓励采用团队管理运营、租赁管理、投资管理等模式开展合作。

3. 项目运营团队。优化景区产品和服务供给，引进各类业态知名运营团队，推进景区资源开发利用向高附加值转化。鼓励演艺娱乐、自驾营地、温泉康养、夜游美食、科技旅游、文化创意等业态，采取项目合作制与各类高水平团队合作，促进新型消费快速成长，有效提升景区核心竞争力。

（二）积极引进知名团队

1. 明确重点。按照我省文旅产业和本区域景区重点发展方向，确定工作重点，制定工作方案，建立配套措施和考核办法。

2. 建立清单。分类建立资金、人才、项目的引进标准，瞄准

大型央企、行业龙头、上市企业，引进一批行业前沿性项目、业态创新项目和重大文旅产业项目及团队，鼓励各地引进国内外知名文化旅游企业落户本区域。

3. 灵活方式。积极采用委托招商、以企引企、长板招商、主题招商等多种方式，鼓励与拥有核心文旅资源、较强运营能力的招商中介、产业运营机构开展合作，拓展景区及文旅产业重大项目信息渠道来源，提高景区引进知名运营团队的精准度。

四、具体举措

（一）加强资源开发管理。各市要建立旅游资源开发管理资料库，收集、登记旅游资源开发建设单位、建设规模、运营情况等信息，全面掌握土地审批、资源保护限制条件、可行性论证等情况，建立旅游资源保护和开发的动态管理机制，为引进团队提供全面可靠的景区资源开发信息。要进一步加强旅游资源管理，规范经营权出让等相关工作，制定出台《山西省旅游资源管理办法》。

（二）开展旅游资源招商活动。各市要组织相关部门统筹推进当地旅游资源开发，积极开展招商活动。鼓励景区发挥自身优势，积极引进国有、集体、个体、外资等多种经济成分参与旅游资源的开发和经营。鼓励引进国内外知名文化旅游企业和总部企业，壮大景区企业主体，打造一批本土旅游龙头企业。

（三）强化基金引导带动作用。鼓励各地设立旅游产业发展

专项基金，充分发挥各类基金在支持重点项目引进、落地中的作用。加大旅游基础设施项目政府专项债券支持力度，引导金融机构加大信贷支持，积极申请国家专项建设基金项目及企业债券。

（四）加强项目用地指标保障。在国土空间规划编制中充分考虑文旅产业发展布局。对省市重点文化旅游项目，优先纳入土地利用年度计划，重大文化旅游项目土地出让底价可按不低于土地取得成本、土地前期开发成本和按规定应收取相关费用之和的原则确定。

（五）完善景区市场化经营机制。在全省景区（景点）体制机制改革基础上，进一步理顺景区管理体制、经营机制和各类利益关系，解决景区历史遗留问题，建立灵活高效的市场化经营机制。借鉴发达地区头部景区先进经验，推动建立政府做“生态”，景区做“平台”，市场做“业态”的现代景区运营治理体系，鼓励景区与各类团队探索实施更加市场化的合作模式，确保资源开发管理形成更高质量的投入产出效率。

（六）加大政策支持力度。鼓励各地根据实际制定引进知名旅游运营团队奖励办法。可依据引进项目实际完成额度，明确奖励标准。对景区总投资达到3亿元以上、年度投资额达到项目总投资30%以上的文化旅游产业项目，优先遴选纳入各地重点项目，开辟绿色通道，提供服务保障。对实缴注册资本超过1亿元的文化旅游企业总部，根据企业净资产、投资额度、税收贡献等给予

相应的政策支持。

（七）建立经营贡献奖励机制。鼓励各市制定出台经营贡献奖励办法。对引进知名旅游运营团队进行科学评价，参照营业收入、税收贡献、地方就业等对地方经济发展的综合贡献给予奖励。根据旅游景区关注度、吸引力、品牌效应、市场份额等，设立年度经营奖励标准，给予奖励。

（八）推动资源开发提质升级。聚焦文化自信、文旅融合，打造山西文化旅游品牌，推动旅游景区、度假区、乡村旅游、红色旅游等高质量发展。对成功创建国家级、省级旅游度假区和评定为全省乡村旅游示范村，全国乡村旅游重点村、镇（乡），国家级旅游休闲街区给予奖励。鼓励各市出台相应奖励办法。

（九）积极引进专业人才。加大旅游业人才引进和培养，加快构建与旅游业发展相匹配的人才体系。支持景区自主引才，积极引进文化和旅游企业管理、市场营销、项目策划、产品开发等方面的高端人才，按照市场化选聘、契约化管理、差异化薪酬、市场化退出原则，进一步优化景区文旅人才队伍结构。鼓励高等院校、科研院所文化、文物、旅游等相关专业教师、科研人员以兼职方式参与景区建设。

五、组织实施

（一）提高思想认识。盘活闲置低效景区资源和引进知名运营管理团队是省政府确定的重要工作任务，是推动旅游业高质量

发展的关键一招，各市务必提高认识，加强组织，纳入当地年度工作计划，主要领导要亲自安排部署、亲自审核把关、亲自推动落实，推进情况每半年向省旅游改革发展领导小组办公室报告。

（二）加强工作统筹。要准确把握盘活旅游资源解决小资本占有大资源问题与引进知名团队解决因投入不足制约景区品质提升问题两者之间的内在关系，抓住主要矛盾，解决根本问题，科学统筹推进。要加大工作力度，成立工作专班，下大力气盘活旅游资源。要成立招商引资专业团队，列出项目清单，明确招引对象，用足功夫吸引知名团队。

（三）加强资源保护。旅游资源开发管理要以保护为前提，加大对历史文化遗产、生态环境等不可再生资源保护力度。正确处理开发与保护的关系，坚持保护优先、生态优先、绿色发展的理念，在规划设计、开发建设、经营管理等方面始终把保护放在第一位，全面提升旅游资源开发管理水平。

（四）强化政策支撑。各职能部门要全面梳理现有政策，加强对旅游业的支持，突出政策导向，强化经费保障，提高引进知名团队落地率。坚持普惠政策与特惠政策相结合，充分考虑盘活景区资源和引进知名团队工作的特殊性，采用“一事一议”等办法，提高解决问题的针对性和有效性，为景区引进知名团队做好支持。

（五）做好成果推广。各地要认真总结好的经验做法，加强

宣传，积极推广可复制、可持续的经营模式，促进资源共享，引领示范景区资源利用整体升级、持续发展。省旅游改革发展领导小组对有效盘活景区资源、有力提升经营管理的工作经验每半年进行通报。

附件 3

山西省文化和旅游宣传推广工作方案

为全面落实省第十二次党代会精神和省政府关于全方位、高标准、多层次打造国际知名文化旅游目的地指示精神，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，抢抓构建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机遇，加快推动山西文化和旅游业高质量发展，制定以下工作方案：

一、目标任务

坚持创新突破、精准营销工作理念，围绕“华夏古文明·山西好风光”主题形象，以拓展客源市场为核心，强化大数据研判、游客画像实践应用；以人文、康养、自驾等晋字品牌塑造为手段，着力构建知名 IP 集群；以创新创意为动能，加快提升文旅市场活力；以丰富内涵为路径，全面激活文旅消费潜力，进一步优化策划和实操水平。实施分区域、分领域的专业化、差异化、特色化宣传推广，全面提升山西文化和旅游知名度、美誉度，吸引更多国内外游客关注山西、走进山西、爱上山西。

二、总体思路

加强统筹策划，聚焦以文塑旅、以旅彰文，突出创新创意，整合各级资源，形成全省“一盘棋”宣推合力。省市联动打造山

西文旅营销体系，重点强化新媒体和 OTA 平台运用，努力实现文旅推广格局由形象宣传向市场营销转变，由传统宣推向数字化覆盖转变，由媒体推送向参与式营销转变，由省级政府部门主推向多层次、多领域共同发声发力转变。

注重品牌策划。按照“城市+核心景区+旅游廊道”模式，梳理资源、挖掘内涵，着力构建立体式、多层次市场品牌体系。一是全面打造以锦绣太原、古都大同等为代表的 11 个城市旅游品牌。二是系统开发以“三大世界遗产”等龙头景区为代表的山西文化遗产保护廊道和旅游目的地品牌。三是着眼于重点宣推我省沿黄河旅游片区、长城沿线片区、太行山核心旅游片区等文化旅游带和精品线路，推出一批具有核心吸引力的旅游产品 IP 和文创 IP。

精准定位市场。一是实施“假日休闲 晋在眼前”山西人游山西计划，盘活省内市场。促进市县互动，让父老乡亲深度体验家乡之美，引导大众自觉当好三晋文旅宣传员。二是实施“山河守望 晋邻相亲”好邻居多走动计划，深耕传统客源市场。积极融入京津冀“朋友圈”，构建“京津冀晋”一体化发展格局，促进资源共享、客源互换、线路串联、品牌共建。加强与周边省份交流合作，着力推动晋、陕、豫、蒙合作协议落实落细和“太行山旅游联合推广机制”取得实效。三是实施“千里相邀 晋情畅游”远程游客“晋行时”引客计划。按照长三角、粤港澳大湾区、

西北、西南、东北、中东部等市场划分进行精准营销。根据文旅企业市场开拓及接待情况，优化完善奖励政策，吸引游客入晋。

拓展全球视野。一是重点面向港澳台地区及日本、韩国，辐射东南亚 RCEP 国家，推出黄河文化、古建文化、山水风光、根祖研学、古城大院、关公故里等线路产品。二是积极融入“一带一路”和“万里茶道”国际宣传推广，大力开发俄罗斯、蒙古及中东欧市场，推出东方文明探秘、文化遗产体验、丝路茶道风情等特色产品。三是进一步强化与国际友好省州城市、文化和旅游部驻外中心和办事处、境外航空公司及知名旅游企业等的交流合作，积极建立联动促销机制，借船出海与造船扬帆相结合，逐步打开欧美主流客源市场，不断提升我省国际知名度。

三、主要行动

（一）主流媒体营销行动。强化与央视的合作，统筹省市资金投放视频广告，分时段、分城市重点推介。持续增强主流媒体传播广度，进一步强化户外广告引客效果，选取重点客源城市机场、高铁站、高铁列车及地铁站等投放形象宣传广告。

总体设计：实施央视传播工程。拟于 2022 年全年在央视投放省市文旅形象宣传片，抢占央视核心频道热点广告资源。坚持发挥主流媒体影响力，通过主题踩线、视频直播等活动，不断强化山西文旅内容输出和形象展示。同时，在主要客源城市机场、车站等投放省市宣传广告。联合推介、系统营销，确保宣传力度

和实效。

主体活动：

1. 根植省域资源特色，精准提炼省市主题形象口号。邀请专业团队统一策划制作高质量、高水准的省市文旅形象宣传片。发挥央视重要思想文化传播阵地作用，在 CCTV1《新闻联播》《新闻30分》等栏目滚动播放，带动形成品牌集群化效应。

2. 发挥主流媒体优势，科学策划体现地域特色的主题活动。借助中央人民广播电台、山西日报、山西电视台以及人民网、新华网、腾讯网等主要媒体平台持续为山西文旅发声。

3. 提炼城市品牌特色，立足旅游目的地营销投放户外广告。在北京、上海、河南、广东、福建等周边及重点推广客源地的机场、车站等人流密集区域，统分结合投放宣传广告，精准宣推山西文旅形象及各市文旅品牌。同时，各市要在辖区内车站、机场、高速公路服务区等人流集中区域采取多种方式投放“华夏古文明·山西好风光”主题文旅公益广告，省市联合营造浓厚的宣传氛围。

（二）新媒体营销行动。优选头部新媒体平台，把握流量时代裂变传播和快速转化等特点，用海量集中化和系列化的内容、事件、话题营销等手段直达客群，提升山西文旅“点击率”。用好“游山西”官方智慧旅游服务平台和自媒体平台，有效促进线上营销向线下客流转化。

总体设计：联合北京字节跳动科技有限公司，举办首届全国数字文旅品牌创新大会。借力抖音、头条、火山视频、西瓜视频等平台，实施新媒体高位宣传。大会配套开闭幕式，主会场设在太原，系列活动逐月落地各市。

主体活动：

1. 台网联动，打造国内首档目的地综艺。邀请正能量明星联合抖音、西瓜视频定制山西文旅微综艺，分别在 11 市录制。在西瓜视频、山西卫视等平台同步上线，多平台预热、宣发、互动，共享粉丝及关注度，持续为山西文旅引流开源。

2. 内容共创，发布并打造“七个一百”工程（百个旅游目的地、百位文旅星推官、百名非遗传承人、百种特色美食、百个网红打卡地、百件文创好物、百个乡村旅游示范村）。在抖音和今日头条客户端分别设立省市创意品牌馆，定制山西文旅专属活动贴纸、背景音乐、11 市地标 AR 特效，发起话题活动，推动构建山西文旅营销新生态。

3. 跨界营销，以“文旅+国风”助力山西文旅“出圈”。以国风潮为切入点，精选网红达人组织“国风+”系列主题展示活动，举办“山西 DOU 是好风光”“100 件文物读中华文明史”“非遗里的国潮文创展示嘉年华”等活动。邀请顶级艺术家、关键意见领袖、流量明星、非遗传承人跨界打造文化 IP，促进传统文化传承和创新。

4. 团队培育，实施文旅网红孵化项目。设立山西文旅抖音网红孵化基地，培育一批“用得上、留得下、靠得住”的本地文旅网红，加快提升我省文旅创作宣推水平。聘请知名人士担任山西文化旅游形象大使，利用其自身流量和影响力，加快提升山西文旅品牌知晓度。实施文化传播者计划，引领各界网民弘扬山西优秀文化。

5. 数字服务，成立巨量引擎城市研究院山西站。依托抖音、头条等平台强大的数据能力和外部合作伙伴智力支持，强化山西文旅大数据平台应用。

（三）OTA 平台营销行动。着眼中高端旅游客群，与大型知名 OTA 企业加深合作，建设山西文旅营销旗舰店。深度整合内容、产品、线路等资源，提升场景化营销、私域流量运营及内容转化能力，打造热搜旅游目的地。

总体设计：发挥在线旅游平台流量和渠道优势，以“大数据+游客”细分目标市场。重点聚焦商务和 Z 世代客群，通过“线上+线下”构建立体营销模式，加快实现旅游目的地精准营销。

主体活动：

1. 文旅盛会，举办“晋享人生”旅游发现者大会。邀请文旅专家、顶级发现者、名企大咖发表主题演说，精选发布“晋享”系列品牌、线路和产品，依托 OTA 多平台共振和线下门店本地化组织推广。

2. 全民嗨享，打造“嗨玩 48 小时”晋享特惠专题。整合优质资源，针对不同客群，推出特惠游政策。结合权益卡、心愿盲盒等优惠玩法，吸引更多潜在用户来晋，加快拓展我省旅游客源市场覆盖面。

3. 青春畅享，引导青年客群发现山西的 N 种玩法。以“旅游+交通”“旅游+高校”为出发点，打造山西文旅非遗、机票、景区等系列盲盒产品。组织盲盒线下进高校活动，探索在重点客源城市创设山西文旅盲盒体验快闪店，吸引年轻客群关注。

4. 山河悦享，组织“自在山西”趣驾游活动。联合全国百强自驾游俱乐部，以三个一号旅游公路为主线，结合三大世界遗产品牌宣推，组织自驾体验、网红分享等活动。定制自驾特色专线，输出游记攻略等，着力拓展中长线客群。

（四）创意体验营销行动。深入挖掘文化内涵，创新展示旅游形象，创意引领营销模式。坚持以“体验”为核心，以“场景”为抓手，联合专业机构推出高质量体验型产品，努力打造场景化消费新模式。

总体设计：发挥专业团队创作策划优势，制作真原创、久回味、强震撼的文旅融媒体视频节目，倒逼市场产出“穿越杀”等高水准创新体验项目，推动内容输出向事件营销发酵，以特色创新产品托举山西文旅产业高质量发展。

主体活动：

1. 创意制作文旅节目。联合省广播电视台打造山西文旅融媒体中心，创建图文、视频数字宣推素材库。充分发挥其创意策划作用，努力实现创意产出、内容共享。以“穿越山西 晋看华夏”“康养山西 晋享人生”“自在山西 晋行大运”为主题，小切口入手梳理山西丰富的壁画、彩塑、建筑、文物、戏曲、名人、民俗等资源，融入《一把酸枣》《粉墨春秋》《解放》等舞台艺术精品亮点元素，运用 5G、AR、AI、VR 等高科技手段，制作沉浸式文旅视频节目。

2. 推出《三晋博物志》《传统节日话非遗》等系列精品微视频。以“四季+节气+情感”为主线，聚焦 11 市重点景区和特色活动，引导各地结合地域特色策划实施一批春赏花、夏避暑、秋观叶、冬玩雪等旅游季系列宣传活动，创新制作体验视频，多平台持续宣推。

3. “快进慢游深体验”品牌打造。立足各市 4A 级以上景区特色，以办好山西旅发、康养大会以及文博会、艺术节、文创设计大赛、非遗博览会等全省性文旅活动为契机，结合传统文化节日民俗，推出以古建、自驾、康养、乡村、研学、非遗等为代表的“穿越回 X 朝”以及“重走梁林路”“华夏文明小学士”“人家宿集”等体验式产品和营销活动，助力品牌 IP 打造。

4. 实施“登堂入室”宣传推介。创新各类展览展会宣介形式，指导市、县积极打造体验互动式展陈活动，更好发挥会展经济对

旅游引客的促进作用。

（五）山西文旅海外推广行动。聚焦国际知名文化和旅游目的地建设，着眼疫后文化旅游市场恢复提振，坚持“保温”“预热”并重，创新对外和对港澳台文旅推广，助力提升山西国际知名度。

总体设计：持续提升“走进山西 读懂中国”系列主题活动影响力，预热境外市场，为疫后第一时间“走出去”聚力赋能。

主体活动：

1. 推进山西文旅外宣资源库建设。建立文旅资源产品项目外宣目录，探索打造山西文旅精品项目网上超市 APP（H5）。

2. 加强国际传媒合作。设计既有山西韵味又现代时尚的境外宣传品，制作“走进山西 读懂中国”主题宣传片和对外创意宣传视频，策划海外新媒体传播。

3. 延展海外宣推渠道。依托大型国企、海外阵地等探索创设山西文化旅游海外交流推广中心。

4. 强化品牌活动宣传。依托平遥国际电影展、大河文明旅游论坛等品牌以及中国国际旅游交易会等平台，聚焦打造国际知名文化旅游目的地做好精准营销。

5. 创新特色宣介活动。组织“洋眼炫山西”采风、港澳台旅行商踩线、粤港澳大湾区文旅项目招商引资等“请进来”活动，升级打造国际化交流品牌和项目。

四、保障措施

（一）建立全省文旅宣传资金池。省市联动，充分发挥财政资金引导作用。统筹省市文旅资金，建立不少于2亿元全省文旅宣传资金池。其中，整合省市资金用于央视广告投放，由省级统一采购实施。省文旅厅根据五大营销行动整合宣推平台、统一确定宣传品牌及主题。各市结合本地区实际，在全省宣推主题和重点内容框架下开展宣传推广活动，形成营销合力。宣传资金按照财政事权和支出责任分别给予保障，资金使用遵循“统一规划、分级负担、资金直达”原则，做到规范管理、高效使用。

（二）构建一体化宣传营销机制。整合行政部门、文旅企业、行业协会、宣传机构资源，搭建互用、共享、统一的文旅宣传平台，建立全省文旅“一盘棋”营销机制。形成省市县企联动、上下结合、统分协调的一体化营销格局，开展多层次宣传推广，增强营销聚合力与延展性。

（三）组建山西文旅宣传营销智库。引进国内外一流创意营销策划团队和专业机构，组成山西文旅营销智囊团。通过参与梳理挖掘、包装升级、整体规划，创意策划“一揽子”声量、流量兼备的营销事件和体系化宣传产品，助力营销模式创新。

（四）健全引客入晋评价监测机制。充分运用大数据分析手段，会同专业权威机构对引客入晋成效进行评价监测，加快推动评价体系由引客数量增长向消费水平提升的转变。重点项目实施

专项跟踪督办，聘请第三方机构对实施情况按季度进行监督评估，有力保障项目达到预期目标和宣传实效，推动加快我省国际知名文化旅游目的地建设步伐。

通过系统实施主流媒体品牌打造、新媒体氛围营造、OTA 平台便捷联通、创意体验燃爆及海外宣传推广等五大营销行动，大幅提升我省整体形象和龙头景区、文旅品牌的知名度、美誉度，为新冠疫情结束后，山西文旅产业第一时间恢复稳定发展和实现突破性增长夯实基础。

附件 4

旅游住宿提质增效工作计划

为进一步丰富我省旅游住宿业态，全面提升旅游住宿设施与服务质量，提高旅游住宿承载能力与接待水平，提升游客对旅游住宿的满意度，助推我省旅游产业转型发展和提质增效，特制定本工作计划。

一、工作目标

坚持以游客为中心，以“住得舒适”为目标，着力解决旅游住宿供给类型、档次、结构和服务不充分、不平衡等问题，通过布局优化、品牌引领、模式创新、文化融合、标准运营、智慧管理，努力满足当前游客分层、分众趋势和消费升级、产业升级需求，优化游客体验，提高服务满意度，加快旅游住宿业配套完善、扩容增需、业态创新，提升行业规模效应和发展水平。围绕黄河、长城、太行三个一号公路，努力实现旅游住宿业持续发展、业态丰富、多元供给，打造游客满意的旅游住宿服务体系。

二、重点任务

（一）实施品牌带动规模扩张行动。因地制宜引导不同档次、不同规模、不同经营模式的住宿业态合理布点、规范建设、均衡发展，形成高星级旅游饭店、商务酒店、主题酒店、旅游民宿等

多业态住宿体系。

1. 加强品牌建设。引进国内外知名酒店管理集团，在太原、大同、忻州、运城等旅游人数较多的城市打造高星级旅游饭店，鼓励各地依托历史建筑发展一批“小而美”特色住宿业态。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅）

2. 注重特色布局。在太行一号旅游公路沿线打造以自然、绿色、康养、度假功能为主的特色休闲民宿；在黄河一号旅游公路沿线打造黄河民俗风情和特色观景民宿；在长城一号旅游公路沿线打造房车营地、研学基地、塞北风情民宿及特色蒙古包等住宿业态。（责任单位：各市人民政府，省交通厅、省商务厅、省文旅厅）

3. 合理分布梯次。鼓励龙头及优质景区在内部及周边建立各类酒店业态，形成“一景一主体、一房一设计”的特色住宿业态。高标准引导资本进入，投资建设一批设计师酒店系列、品牌酒店集团系列等高端住宿业态。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

4. 增加产品供给。建立满足不同层次需求的住宿服务网络，实施多元化产品供给，围绕自然、文化、民俗、民族等资源要素，融合农业、工业、体育、康养、科技、互联网等领域，形成优势互补、供给丰富的新型旅游住宿产品。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅）

（二）实施市场营销模式创新行动。促进旅游住宿业向规模化、连锁化、品牌化、集团化发展，打造住宿业消费产业聚集区。继续支持在经营规模和效益方面位居行业前列、竞争优势明显、品牌影响力强、网络覆盖面广的住宿企业创新发展、做强做优。

5. 推动资源整合。推行酒店市场轻资产模式，提高行业集中度，提升管理和服务软实力。鼓励和支持民营资本、外资等参与国有中小型住宿业单位改革。推荐优质大型住宿业单位纳入全省上市和挂牌企业后备资源库。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅）

6. 促进融合发展。加大对旅游资源的挖掘整合和文化资源的开发利用，注重住宿业与文旅深度融合，在文化特色鲜明、旅游要素集聚、发展基础良好的地区，打造旅游住宿沉浸式消费体验空间。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

7. 丰富新兴业态。通过吃、住、行、游、购、娱六要素的深度挖掘，形成体验综合体。紧抓本地游、周边游、城市微旅游等增量市场机会，提升旅游住宿服务生活化、旅游住宿一体化能力。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省农业农村厅）

8. 创新经营模式。规范旅游民宿分散型、整体型、协会型运营模式，完善“村集体+农户”“公司+农户”“公司+村集体+农户”“农民合作社+产业综合园区”“领军人才+创新团队+优质项目”

等多种经营模式。（责任单位：各市人民政府，省农业农村厅、省商务厅、省文旅厅）

（三）实施配套服务融合升级行动。强化多元发展，鼓励引导旅游住宿业在建设、改造、提升中突出建筑、文化、生态、民俗、服务等方面的特色化风格，把住宿设施打造成集住宿、游览、观赏、体验为一体的旅游吸引物。

9. 对标改造升级。挖掘城市街区、乡村生态、民俗文化、古村古镇等特色资源，按照《文化主题旅游饭店基本要求与评价》推动金鼎级、银鼎级文化主题旅游饭店创建，按照《旅游民宿基本要求与评价》推动甲级、乙级、丙级旅游民宿创建。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

10. 突出文化特色。推进非遗文化、公共文化服务进酒店进民宿，充分利用住宿活动空间开展文化宣传、展示和体验；开展本土文化的系列主题培训，使酒店从业人员、民宿主人成为地方文化的传承者和弘扬者。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

11. 拓展业态赋能。推动文化机构、文旅企业与客栈民宿加强合作，开启“住宿+书屋”“住宿+艺术”“住宿+民俗”“住宿+非遗”“住宿+动漫”“住宿+文创”“住宿+微演艺”“住宿+旅游接待咨询”等融合服务模式。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

12. 推动集约发展。宣传贯彻《绿色饭店》国家标准，加快绿色饭店创建，引导住宿企业开展耗能管理和经营指标精细化管理。实施“绿色饭店生态客房”计划，推广智能化无接触服务，促进实现绿色低碳循环发展。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省市场监管局）

（四）实施市场宣介推广营销行动。纳入全省“一盘棋”宣推方案，系统梳理旅游住宿业资源，深化与国内主流、头部新媒体平台合作，开展全方位、多渠道宣传营销，全媒体同步宣推“晋享系列”品牌、线路和产品。

13. 加大宣介力度。利用旅发大会、招商会、博览会、推介会等会展平台，依托云平台、门户网站、旅游宣传品等载体，扩大“走出去”半径。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

14. 拓展推广渠道。打破区域位置对住宿售卖渠道的限制，综合利用传统媒体、新媒体、自媒体、OTA平台等手段，实施全渠道全触点营销，符合人群圈层化、需求多层化、沟通明晰化、触点多元化的旅游住宿新时代特征。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

15. 优化营销模式。利用圈层营销、节点营销、事件营销、种草营销等模式，整合传播路径，配置营销资源，打通从内容到交易、从公域流量到私域流量的整合营销闭环，叠加时间复利，

延续 IP 价值，凝聚长期用户关系。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅）

（五）实施行业智慧融入覆盖行动。充分利用 5G、云计算、大数据、人工智能等信息技术，从需求预测、供应链管理、流程再造、组织优化、商业政策、核心功能和支持功能等多个层面赋能旅游住宿企业，优化住宿消费场景，催生住宿新业态、新产品和新模式。

16. 深耕精准营销。开展大数据合作，将全省旅行、住宿数据接入信息平台，提供全省住宿业基础信息，共享旅行社、旅行团队等数据，及时、准确、全面掌握在晋游客实时动态信息，促进品牌传播。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

17. 加强战略合作。与专业院校、行业协会及住宿业企业、科技企业等开展校地、校企、校际及多边合作，共同研发、共享数字化运营管理技术、产品及科研成果，促进酒店管理与数字化运营同步发展。（责任单位：各市人民政府，省工信厅、省教育厅、省商务厅、省文旅厅）

18. 搭建智慧平台。用好“游山西”官方智慧旅游服务平台，优化完善住宿预定功能，打造“全要素、全链条、全行业、全市场”的智慧旅游服务平台，全面提升入晋游客的体验感与满意度。

（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅，省文旅集团）

19. 聚焦智慧民宿。根据《智慧乡村民宿等级划分与评定》

标准，建立“智慧乡村民宿”评定机制，引导乡村民宿自愿申请星级评定，严格评定程序，规范经营行为，提升品牌优势，助力乡村振兴。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

20. 加速数智进程。支持住宿业应用互联网、物联网、VR、人工智能等新技术，创新住宿及配套产品和服务的呈现方式，提升数字化、智能化、网络化、自动化服务和管理水平，建立数据分析体系，打造住宿业数字化生态。（责任单位：各市人民政府，省工信厅、省商务厅、省文旅厅）

（六）实施人才资源素质提升行动。以加强职业技能培训、促进技能山西建设为契机，推进旅游住宿从业人员开展职业技能和取证工作，充分发挥院校、企业、培训机构的专业优势，全方位开展职业技能培训，以技能成才、技能就业推动旅游住宿业专业人才培养。

21. 推进产教融合。引进1—2家国际著名酒店管理品牌，与专业院校（系）开展校企合作，建设2—3个高水平酒店人才培训基地，支持住宿行业产教融合发展，帮助企业解决用工难、素质低问题。（责任单位：各市人民政府，省教育厅、省文旅厅、省商务厅、省发展改革委）

22. 提升技能水平。开展旅游住宿业从业人员职业技能培训，强化校企合作，开展酒店服务技能大赛，提升从业人员素质和技能，打造职业素养强、技能水平优的人才队伍。鼓励住宿业从业

的专业技术人员参加相应的职称评审，探索管理人员和服务人员持证上岗，促进主题酒店、特色酒店和旅游民宿向标准化、品牌化推进，进一步提升旅游服务质量。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅、省教育厅、省人社厅）

（七）实施秩序整治规范运营行动。督促指导旅游住宿企业以治安管理、消防安全、设施安全、食品安全为重点，执行行业标准，落实安全责任，完善安全设施，消除安全隐患。

23. 强化安全管理。加强综合管理力度，建立并落实住宿人员登记、消防安全、隐患排查、值班巡视、应急处置和信息报告等制度，预防违法犯罪活动，保障住宿业的正常经营和旅客人身、财物安全。（责任单位：各市人民政府，省公安厅、省市场监管局、省消防救援总队、省商务厅）

24. 确保食品安全。开展餐饮、住宿、娱乐等场所食品安全的自查自纠，发挥行业协会作用，实施食品安全事故与企业经营挂钩的“熔断”机制，营造放心、贴心的旅游住宿环境。（责任单位：各市人民政府，省市场监管局、省卫健委）

25. 完善信用体系。加强信用体系建设，推行信用分级分类管理，建立旅游住宿从业单位信用评价制度，与相关部门形成信用评价信息动态共享机制，促进行业规范发展。（责任单位：省文旅厅、各市人民政府、省发展改革委、省市场监管局、省公安厅、省消防救援总队）

26. 开展联合执法。加大监管执法力度，依法查处旅游住宿业违法行为，切实维护消费者和从业单位的合法权益，创造公平、诚信、安全、放心的经营环境和消费环境。（责任单位：各市人民政府，省市场监管局、省卫健委、省公安厅、省消防救援总队）

三、保障措施

（一）加强统筹协调。省旅游改革发展领导小组成员单位要加强对重大问题和重大事项的沟通协调，统筹全省旅游住宿业提质增效相关工作。市、县两级政府要统筹做好辖区内旅游住宿业提质增效工作，制定工作任务，细化工作措施，加快任务推进，对执行中遇到的新情况、新问题，及时进行会商解决。

（二）严格行业指导。充分发挥住宿业行业协会在行业自律、宣传营销、技能培训等方面的作用。以行业协会为纽带，加大对住宿业创新型企业的孵化、培育力度。跟踪分析住宿业市场运行情况，及时发布住宿业市场信息和行业发展报告，为政策与措施完善提供支撑。

（三）优化市场服务。以游客满意作为住宿业市场管理和运营的出发点和落脚点，建立健全游客满意度追踪调查体系，依托大数据进行分析和比对，定期公布分析结果，促进行业企业以提升游客满意度为抓手，不断提升管理服务水平。

旅游餐饮提质增效工作计划

为全面促进旅游业提质增效，传承和弘扬山西地域优秀饮食文化，提升我省旅游餐饮服务水平，充分发挥旅游餐饮带动作用，全方位推动高质量发展，特制定本工作计划。

一、工作目标

以文化和旅游业高质量发展为指引，以“国际化、特色化、多元化、品质化”为目标，坚持政府引导与市场主导、整体推进与重点突破相结合的工作原则，通过做强美食供给、讲好美食文化、丰富消费场景、优化服务环境等路径，打造现代旅游餐饮配套服务体系，形成“吃得讲究、看得愉快、购得满意”的消费效应，有效解决我省当前旅游餐饮服务在规模、结构、品位和质量发展方面不平衡、不充分的矛盾，有力提升餐饮在我省旅游消费中的贡献度、创新度和美誉度，让旅游餐饮成为展现山西独特文化魅力的重要窗口，成为建设国际知名文化旅游目的地的有力支撑。

二、重点任务

（一）做强旅游餐饮消费供给。通过引育各类餐饮市场主体，形成以传承晋菜文化为核心，汇聚国内外美食品牌，构建多元化

消费业态，营造特色化消费场景，增加高质量餐饮供给，打造具有吸引力的“晋享系列”旅游餐饮产品集群。

1. 打造本土旅游餐饮品牌。支持本土餐饮领军品牌做大做强，加大限额以上美食品牌企业培育力度，围绕“十大晋菜”“十大面食”“一批名厨”，打造“晋味儿”特色。通过评选一批市场认可、游客满意的“特色晋菜、特色小吃、一批品牌餐饮企业、一批名厨”，打造“山西芳宴”高端旅游美食系列品牌，形成晋菜文化突出、本土特色鲜明的旅游餐饮产品体系。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅、省市场监管局）

2. 打造旅游餐饮首店经济。支持国际、国内知名旅游餐饮品牌在晋设立品牌首店、旗舰店、概念店、快闪店等，提升我省旅游餐饮的配套档次。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅、省市场监管局）

3. 振兴老字号、非遗美食。支持创新经营模式，鼓励在机场、火车站、旅游景区、商业特色街等开设门店。支持开展跨界合作，研发面向游客的联名系列、文创系列、伴手礼系列等。支持老字号、非遗美食智慧餐厅、美食体验中心、老字号集聚区建设。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省市场监管局）

（二）讲好山西美食文化故事。加强山西美食文化的内涵挖掘和阐释，通过美食解码城市基因，打造“晋享系列”美食品牌，充分展现山西文化的独特魅力和深厚内涵，增强对游客的吸引

力。

4. 挖掘传承旅游美食文化。启动“百县千碗”、“百县千面”、“千千小菜”三大专项旅游美食行动工程，深入发掘美食文化内涵。通过美食品鉴、行业展览、技能比赛、论坛讲座、拍摄美食主题影视作品等，提炼特色美食文化符号，构建本土旅游美食文化资源内容体系。支持设立“老字号”餐饮博物馆。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省市场监管局、省文物局）

5. 提升旅游美食国际影响力。支持各地积极与米其林等国际权威美食评级机构开展合作，鼓励有条件的城市积极申报加入世界美食之都、世界美食城市联盟等国际美食城市网络，加强“晋享系列”品牌联动，营造旅游全行业融合互动的消费生态，放大规模效应和整体优势。支持与国内外知名旅游美食行业组织、协会加强业务联系，支持“走进山西，读懂中国”海外推广系列设置美食专题，增强国际知晓度，提升我省美食文化整体影响力。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省文旅厅、省市场监管局）

6. 打造旅游美食线路。各地启动精品旅游美食线路开发计划。有机串联我省代表性景点、人文古迹和地方特色美食、非遗美食，形成一批主题性旅游美食线路产品。定期组织发布城市旅游美食指南和图鉴。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅）

7. 打造旅游美食文化节。鼓励各地深度策划美食节庆文化活动。充分挖掘本土特色美食资源，打造“市市有节庆”的消费氛围。大力支持美食节庆活动“走出本地、走出山西、走向全国”。积极推动美食与城市其他各类赛事、会展、节庆活动形成融合联动发展。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省市场监管局）

（三）丰富旅游餐饮消费空间。拓展旅游餐饮消费场景，进一步繁荣消费市场，释放消费活力，提升消费品质。

8. 提档升级城市特色街区。各地依托城市新区建设和城市更新，高起点、高标准、高品位打造一批旅游美食地标、示范店、特色店，既要“高大上”又要“烟火气”，形成一批主题鲜明、文化浓郁、多业态融合的特色商业街、美食集聚区。强化夜间旅游场景营造，支持有条件的区域新建分时步行街和用活城市公园，开展特色化周末美食市集和非遗美食表演等活动。（责任单位：各市人民政府，省商务厅、省住建厅、省文旅厅、省市场监管局）

9. 加大龙头景区餐饮布局力度。依托我省龙头景区，加快推进餐饮服务配套体系建设，形成示范引领和示范带动效应。支持引进本地传统特色美食，积极研发文创美食。支持引进游客喜好的国内外知名品牌、“餐饮名店”、“中华老字号”。支持主流媒体报道的美食技艺、经典晋菜非遗传承人进驻景区开设美食店。鼓

励景区适当加大茶点饮品、创意冷饮、特色小吃等高频消费的轻餐饮供给比例和布局。加大无人便利店、智能售货机、自提柜等“无接触”式餐饮零售服务终端布局。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省商务厅、省市场监管局）

10. 打造旅游公路美食带。重点围绕三个一号旅游公路沿线景区（景点）驿站、营地、民宿、农家乐等，通过优质杂粮精细做、地方物产特色做、药膳康养绿色做等方式，打造“晋享系列”美食产品。（责任单位：各市人民政府，省文旅厅、省交通厅、省商务厅、省市场监管局）

（四）优化旅游餐饮消费环境。加强餐饮服务软硬件提升和标准体系建设，营造诚实守信、服务制胜、放心便捷的旅游餐饮消费环境，提升游客满意度。

11. 完善服务标准体系。挖掘弘扬山西传统美食文化，制定完善旅游餐饮服务质量标准。重点围绕出菜标准、配套设施、环境卫生、服务质量等方面，支持行业协会、科研院所和职业院校制定行业、地方标准，支持品牌企业建立符合自身特点的企业标准，建立健全“山西品质”旅游餐饮服务标准体系。启动景区景点餐饮服务标准化建设试点工作。（责任单位：各市人民政府，省市场监管局、省商务厅、省文旅厅）

12. 提升服务水平。加大烹饪职业教育人才培养力度，积极培育“晋菜大师”，强化涉旅餐饮企业从业人员服务技能培训和

职业道德教育，组织各地开展创先争优活动，全面提高从业人员服务意识和服务能力。（责任单位：各市人民政府，省人社厅、省教育厅、省文旅厅）

三、保障措施

（一）加强组织领导。各级人民政府切实加强对旅游餐饮配套服务体系提升工作的组织领导，完善工作统筹协调机制，落实工作责任。

（二）规范市场监管。各级人民政府要严格落实属地监管责任。加强执法监督和食品安全监管，推动线上线下联动的综合执法、智慧监管和第三方“体检式”暗访，严厉打击扰乱旅游餐饮消费市场的不法行为，健全消费者权益保护机制。落实企业主体责任，推进建立产品质量安全和服务自律承诺制度，健全企业信用体系。

（三）发挥协会作用。各级人民政府要加强对行业协会的指导，积极发挥行业组织在维护企业合法权益、营造公平竞争环境、促进行业自律、服务企业经营管理等方面的作用。鼓励引导行业协会宣传行业法律法规，制定行业规范，促进行业自律，营造公平竞争环境。支持社会组织及第三方机构在诚信建设、品牌创建、教育培训、市场调查、质量评估、游客评价等方面发挥积极作用。

全省旅游发展大会举办方案

为更好地贯彻落实省委、省政府决策部署，做优做强文化旅游产业，打造文化旅游强省，现就举办全省旅游发展大会提出如下方案：

一、总体思路

围绕加快建设国际知名文化旅游目的地目标，以主题轮换的方式，确定会议主题，明确举办城市，提前整合政策资金，完善配套设施，打造“拳头”产品，达到“凝聚力量、做强旅游、助推发展、惠及民生”的办会宗旨，逐步实现旅游产业提质增效，助推全省全方位高质量发展。

二、会议主题

（一）主题内容

全省旅发大会主题应以“华夏古文明·山西好风光”为主线，以乡村旅游、康养旅游、休闲旅游、会展旅游、文旅融合等要素为重点，每年确定一个主题，推出主打产品，体现地方特色，以会促建，以会促游，逐步推动文旅产业全方位发展。

（二）确定方式

结合文化旅游业发展实际，每年通过三种途径提出拟定主

题，报省旅游改革发展领导小组审定。

1. 征求省直各部门意见，汇总各部门在职能要求下推进全省文化旅游业发展中存在的突出问题，研究提出当年旅发大会拟确定的主题。

2. 组织各市旅游行政管理部门、涉旅企业代表，对在推动旅游业发展中遇到的难题进行讨论，提出旅发大会拟确定的主题。

3. 召开先进省份代表、旅游智库专家、学者研讨会，对当年旅游业发展中存在的问题和游客敏感性话题进行研究、讨论，提出旅发大会拟确定的主题。

三、承办城市

(一) 基本条件

承办市除具备承办旅发大会的场地、人员、环境等基本接待服务条件外，需在当年确定的会议主题方面已有典型产品，并形成一定的推广经验，在全省文化旅游发展中初具成效，已具有示范引领作用。

(二) 确定方式

围绕确定的会议主题，对发展基础较好、破解难题得力、推进措施有效、经验做法典型的市进行排名，提出建议方案，报请省委、省政府同意后确定承办城市。

四、配套支持政策

紧紧围绕“举全省之力，集全省之智，推动旅游业全方位发

展”的目标举办旅发大会，把资金用在刀刃上，集中解决举办地旅游发展中的系列重大问题。承办城市确定后，省政府每年出台一个支持承办城市加快发展旅游业的意见，明确把承办城市涉旅项目纳入省重点项目计划，从政策、资金、土地等方面给予支持。同时，省级财政每年安排一定专项资金用于承办地会务接待、品牌营销、市场推广。省直相关部门对每一届旅发大会承办地给予相关领域政策性资金支持和倾斜。

五、今后三年大会主题及举办城市

（一）2022 年以文旅融合为主题，在运城市举办全省第八次旅发大会。

理由如下：近年来，运城市坚持文旅融合发展，深入挖掘根祖文化、盐文化、德孝文化、关公文化和善文化等优秀传统文化的传承转化，把文旅资源优势转化为产业发展优势，带动全市产业转型升级，在全省发挥了示范作用。运城市委、市政府对文化旅游业高度重视，对承办旅发大会积极性高。

（二）2023 年以休闲旅游为主题，在晋城市举办全省第九次旅发大会。

理由如下：近年来，晋城市依托太行山重要区位优势，着力推动休闲旅游发展，连续举办两届以休闲旅游为内涵的康养大会，在发展休闲旅游方面进行了探索和创新。

（三）2024 年以乡村旅游为主题，在吕梁市举办全省第十次

旅发大会。

理由如下：近年来，吕梁市高度重视乡村旅游发展，把发展乡村旅游作为推进吕梁高质量转型发展、助力乡村振兴的一项重大举措来抓，立足资源禀赋，遵循“十大路径”，集聚各种乡村旅游发展要素，在全力培育打造乡村旅游示范村，以点带面推动全市乡村旅游发展等方面作了积极探索。

