**文旅融合之重庆探索与实践**

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文旅融合是重庆打开旅游发展新局面的有益探索，更是大势所趋。

文旅融合从何处着手，怎样寻找更好的“诗和远方”？重庆深厚的人文积淀和丰富多样的资源似乎已揭示了答案，让历史文化“活”起来，让五大名牌“连”起来，让旅游+“串”起来……重庆文旅融合蓄势待发，文旅之路任重而道远。

目录

[一、科学定位，五大名牌“连”起来 1](#_Toc14154_WPSOffice_Level1)

[（一）打好“人文”牌，增强文化向心力 1](#_Toc8166_WPSOffice_Level2)

[1、发扬红岩精神，传播革命文化 2](#_Toc8166_WPSOffice_Level3)

[2、讲好合川故事，搭建文旅平台 2](#_Toc11287_WPSOffice_Level3)

[3、振兴传统街区，打造文艺基地 3](#_Toc26621_WPSOffice_Level3)

[（二）打好“三峡牌”，迈向世界精品线 3](#_Toc11287_WPSOffice_Level2)

[（三）打好“山城牌”，展现都市“之最” 3](#_Toc26621_WPSOffice_Level2)

[（四）打好“温泉牌”，建设康养之都 4](#_Toc31438_WPSOffice_Level2)

[（五）打好“乡村牌”，作响“巴渝人家” 4](#_Toc30462_WPSOffice_Level2)

[二、打造发展新业态，全面融合发展 4](#_Toc8166_WPSOffice_Level1)

[（一）旅游+农业 4](#_Toc3062_WPSOffice_Level2)

[（二）旅游+工业 5](#_Toc31273_WPSOffice_Level2)

[（三）旅游+体育 5](#_Toc2859_WPSOffice_Level2)

[三、发展温泉新业态，巩固温泉之都 5](#_Toc11287_WPSOffice_Level1)

[四、升级黄金游线，提升旅游品质 7](#_Toc26621_WPSOffice_Level1)

[五、继承和创新，让历史文化资源“活”起来 7](#_Toc31438_WPSOffice_Level1)

[（一）坚实重庆文化的基础——巴渝文化、革命文化 8](#_Toc23680_WPSOffice_Level2)

[（二）挖掘重庆文化的特色——三峡文化、抗战文化、统战文化、移民文化 8](#_Toc21982_WPSOffice_Level2)

[六、善用特色资源，创新旅游产品 10](#_Toc30462_WPSOffice_Level1)

[七、文旅融合之博物馆、图书馆、影视业 11](#_Toc3062_WPSOffice_Level1)

[八、加强品牌营销，促进文旅融合 12](#_Toc31273_WPSOffice_Level1)

**一、科学定位，五大名牌“连”起来**

以“三峡”、“山城”、“人文”、“温泉”、“乡村”五张牌为核心，科学定位重庆旅游业，在与时俱进的同时，确保每张牌有亮点、有特色。力争把重庆建设成为世界知名旅游目的地和文化强市，开创文旅融合发展新时代，打造以“人文”为核心、“三峡”和“山城”为王牌、“温泉”和“乡村”为支撑的品牌战略体系。

**（一）打好“人文”牌，增强文化向心力**

充分挖掘重庆文化资源，重点整合渝中区、沙坪坝区、南岸区红色文化、世界文化遗产大足石刻、金字招牌合川钓鱼城、28个传统风貌区如十八梯、慈云寺——米市街——龙门浩等突出文化资源，进行旅游整体开发，增强重庆市文化向心力。

**1、发扬红岩精神，传播革命文化**

构建红岩精神“一条”、“两带”、“多点”新格局。“一条”为渝中区，“两带”为沙坪坝区和南岸区，“多点”为开州、江津、巴南、永川、彭水、秀山等14个红色故里。

在渝中区以人民解放纪念碑为核心，打造爱国主义教育基地。对红岩村、周公馆、桂园、中共代表团旧址整体设计开发，有效利用馆藏珍品打造精品陈列，开展主题鲜明、内容新颖的专题展览，形成爱国主义教育基地的核心。李子坝抗战遗址公园、宋庆龄旧陈列馆作为展示历史底蕴的窗口，以现存遗址挖掘更多的历史文化信息，注重历史、文化、教育、审美多重价值的挖掘与传承。

沙坪坝区充分利用资源特色，根据不同的教育主题，设计精品旅游线路，开发磁器口古镇——红岩魂陈列馆——烈士墓以及跟着《红岩》游歌乐山等游线。

南岸区重点整合抗战遗址博物馆，利用现代科技手段还原抗战中重要的历史性场景，借助展示屏对博物馆的相关信息进行介绍，让游客在游览时体验最真实的历史，培养爱国主义精神。

借助名人效应，提高重庆历史文化的价值和知名度。以云岫楼、草亭、松厅为核心点，在对其保护的基础上，设计名人故居游线，并利用讲故事的方法，将蒋介石、宋美龄、马歇尔等名人效应扩散，在历史文化的渲染中提升旅游知名度。发扬红岩精神，丰富文旅活动，利用节庆、纪念日开展祭祀仪式、红岩诗歌经典诵读、红色文化知识讲堂等，使游客切身感受红岩精神。

**2、搭建文旅平台，讲合川故事**

合川钓鱼城，不仅在中国有极高的知名度，甚至在世界都享有相当知名度。钓鱼城又称“上帝折鞭”，市政府需充分利用八百多年前的“钓鱼城之战”为合川策划故事，使得合川在有看头的基础上，达到有说头、有回头。积极在钓鱼城内建造古战场模型，利用VR技术，展示战场相关场景，凸显钓鱼城在中国战争史上的重要战略地位。

市政府在利用合川宝贵的历史资源搭建文旅平台时，积极助力合川形成旅游文化展示窗口，开创以文化推动旅游发展的新局面。举办钓鱼城文化旅游节、穿越钓鱼城一日游等，并整合历史资源、文化信息打造研学旅游基地。

**3、振兴传统街区，打造文艺基地**

重庆拥有三千年文化底蕴，历朝历代遗留下的珍贵文化都已融入各地人文生活。基于如此，重庆市可深入挖掘28个传统风貌区的旅游资源价值，利用科技手段复原十八梯、湖广会馆及东水门、慈云寺、木洞、丰盛等传统街区，以打造文化创业园区，建立影视基地的形式，支持拍摄以本地文化为题材的影视作品。并可由重庆市文旅委主导策划拍摄《梦幻重庆》微电影，积极展示重庆巴渝文化、传统老街、革命遗迹、工商业重镇、“山中有城、城中有山”等独具特色的标志物。

**（二）打好“三峡牌”，迈向世界精品线**

为将重庆打造国际化旅游城市，提升国际影响力，深入拓展以长江三峡旅游线路为特色的旅游攻略。优化重庆至宜昌段长江游轮市场，深入整合，进而推进奉节——巫山——巫溪的三峡“金三角”旅游线路建设，增加重庆作为旅游城市的基础建设投入，用于提升码头质量、增加大型豪华游轮数量，以丰富环线旅游资源，提升精品旅游线的标准。

在丰富旅游产品类型上，拓展运动休闲产品，攀岩、漂流、速降、溪降、溯溪、溜索等；生态探险旅游产品如跨越峡谷、探险漂流等，开展世界最奇妙的峡谷穿越、峡谷探险等活动；科普教育产品如地质学研究、水体研究，打造“活”的教科书，与国内外知名大学携手打造科普教育基地。

**（三）打好“山城牌”，展现都市“之最”**

继续推进主城山水风貌建设，以重庆“六最”为特色，打造“山城夜景”品牌，深入挖掘重庆最独特、最美味、最地道、最怀旧、最文艺、最秀丽的事物，打造主题精品线路和特色产品。

打造夜市美食圈，主食分布在核心圈，小吃、饮品依次分布在外圈。重点推出重庆火锅、重庆小面、烤脑花、豆花饭、来凤鱼、璧山兔、黔江古镇鸡杂等驰名美食圈。

设计最美夜景精品线路，分别提炼“之最”元素，打造不同主题的游线。夜间怀旧主题游线：长江索道——十八梯——守备街，该游线以万里长江第一条空中走廊为起点，展现的不仅是古朴的交通工具，而且也呈现了重庆的符号。十八梯和守备街则能呈现最淳朴、原真的重庆生活姿态，使游客能够亲身体验，融入老重庆生活方式。

**（四）打好“温泉牌”，建设康养之都**

重庆温泉数量在全世界首屈一指，单以数量而论，“温泉之都”的称号实至名归。虽然温泉资源开发已有一段历史，但在重庆以往的开发中，温泉资源并未能予以充分利用。

重庆的温泉以数量多、品牌响、文化底蕴丰富驰名。著名温泉有统景温泉、南泉、北泉、东泉、天赐温泉等，站在“世界温泉之都”的高起点，积极维护和强化温泉之都的旅游形象，加大温泉景区的开发和建设，努力打造成为世界知名的温泉旅游城市。

温泉的开发，需要以重庆旅游规划局统筹规划，合理规划温泉发展区，形成主城区及周边区县“五方十泉”为核心、长江三峡以及大武陵山生态民俗两条温泉旅游带、隽秀乌江以及苗族风情温泉重点开发的格局。

创新温泉旅游产品，将温泉与中医药养生、茶道、休闲度假等相结合，延长产业链。并且将盐文化、吊脚楼文化、三国文化、抗战之旅和民俗风情融入温泉旅游产品，形成复合型温泉旅游产品。

温泉开发还可与生态文明建设相结合，利用现代科学技术栽种温泉大米、温泉蔬菜，拓宽销路，打造重庆品牌闻名国内外。

**（五）打好“乡村牌”，作响“巴渝人家”**

以“巴渝人家”为乡村旅游品牌，重点打造渝西“巴渝乡情”乡村旅游发展圈、渝东南“民族风情”旅游带。

依托农事活动、技艺、民族风俗、非物质文化遗产等开发乡村体验活动，发展农耕体验游、民俗体验游等新业态。展现乡村诗歌、谣谚、山歌、舞蹈、戏曲等民间文化艺术，突出乡村记忆，发展民族文化游、乡土文化游等新业态。从农村生活、艺术等方面，全面展现重庆乡村生活姿态，作响“巴渝人家”。

**二、发展新业态，全面融合发展**

**（一）旅游+农业**

整合农业特色资源，将旅游和农业融合发展，设计家庭农场、观光采摘、农耕文化夏令营、农庄帐篷节、乡土民俗体验等活动，着力打造集农业发展、观光休闲、采摘旅游、民俗体验为一体的农业旅游活动。

在沿江区域打造观光农业带，集观光、采摘体验等活动，将长寿湖夏橙、奉节脐橙、梁平沙田柚等形成规模化，重点培植脐橙，形成万亩脐橙、重庆的脐橙天堂等品牌。将民俗风情融入农业区活动，让游客感受到不同的农业技艺和生活环境，诸如铜梁舞龙与农耕相结合就是一个典范。巴南区木洞镇山歌与劳作相结合，打造来自田间地头的天籁之音，亦是另一种典范。

将观光农业园打造成为科研教育基地。打造渝北水稻科研教育基地，进行流程化、规模化生产和种植，供中小学生学习了解水稻培育、栽培、收获等一系列过程，与国内外高校合作，开展水稻科研工作，建立科研基地。

**（二）旅游+工业**

结合重庆工业发展情况，建设以生产体验式旅游为基础，工业遗产旅游为重点，博物馆式工业旅游为支撑的工业体系。

将老九区火锅底料厂、西彭工业园区建设成为生产体验式旅游示范区，让游客体验火锅材料的加工方式和加工工艺，参观铝制造的生产线，促进铝加工之都的品牌的深化和巩固。

对巴南区李家沱的重庆水轮机厂、南岸的铜元局、化龙桥抗战工业园等工业区旧址进行修复改造，将工业遗产作为旅游资源开发，并融入现代创意元素，将空置厂房区域设计成艺术工作室、画廊、摄影工作室等集旅游为一体的文化旅游服务区。

参照博物馆经营理念，打造涪陵的816 核军工洞体、钢铁厂博物馆，对一些古老的设备设施进行展示，利用VR技术展示生产的流程、工作环境等。

**（三）旅游+体育**

在目前体育旅游发展现状的基础上，创新体育旅游发展形式。

开发探险运动型旅游产品。在四面山、圣灯山开展攀岩登山活动，举办极限挑战赛事并加大宣传力度，吸引国内外游客积极参与，在锻炼体能的同时领略重庆的“山城”美。开展峡谷漂流、海洋潜水等户外体育运动，建设大型海洋馆，增加游客和海洋生物亲密接触的活动。

开发文化体验型旅游产品。设计民族风俗体验游线，徒步沿线感受不同的民族风情和生活习俗。将射弩、蹴球、独竹漂、高脚竞速、木球、陀螺、少数民族武术、押加、民族式摔跤等少数民族运动推广，申报非物质文化遗产，将民族体育运动发扬光大，传承民族体育文化。

**三、发展温泉新业态，巩固温泉之都**

创新利用重庆的温泉资源，从主体、内涵、品牌、功能和价值等方面着手，巩固“世界温泉之都”荣誉称号。

明确温泉发展主题。加强资源多元化整合，从单一的“泡”向多元化发展，培育温泉集康养、健康、度假为一体的产业体系。对目前形成的五泉十景进行差异化开发，以不同的价值赋予不同片区温泉的主题，避免同质化的同时尽量凸显特色。重点打造度假型北温泉、康养型南温泉、健康型东温泉片区，突出主题，明确规划体系。

注入温泉文化内涵。挖掘铜梁县西温泉陪都遗址的文化内涵，在景区内进行陪都历史的动态展示以及相应的支撑物，增加景区的人文气息，满足游客的文化体验需求。将“盐文化”、“纤夫文化”、“吊脚楼文化”等融入温泉旅游产品，根据不同的文化特色在外观设计上进行不同的装饰和设计，增强游客的审美体验。

塑造温泉品牌，提升知名度。对度假型温泉产品、康养型温泉产品、文化风情类温泉产品、自然风光类温泉产品进行整合开发。在“世界温泉之都”品牌的统筹下，形成不同主题的温泉品牌，打造存在差异又互为支撑的品牌体系。另外要对温泉产品进行整体营销，加大宣传营销力度。

提升温泉功能和价值。对温泉中的微量元素进行分析，划分温泉质量较高的区域，与中医理疗技术相结合，开发温泉的保健功能，利用温泉水中富含的矿物元素和人工配方，开发多元化的康养健体、美容美体的温泉产品。打造温泉+康复疗养模式，把温泉的健康养生价值与日常的体检、诊断、康复、疗养健身结合在一起，打造规模化的温泉康复疗养基地，将温泉养生与全民健康相联系，教授给市民健康疗法。除此之外，温泉企业可丰富渝北的休闲度假产品，打造集温泉休闲中心、会议度假酒店、运动娱乐项目为一体的温泉休闲综合体，创新温泉项目内容如音乐理疗温泉、喷涌按摩温泉等。

加强温泉和饮食健康的结合，打造温泉饮食文化。利用温泉生产健康食品，打造温泉大米、温泉蔬菜，主打健康、生态、无危害的健康品牌。利用高温温泉烹饪食物，完善温泉就餐设施，增强游客的体验感。

南温泉在抗战期间及解放前后，蒋介石、宋美龄、孔祥熙等人均到此温泉浴，可以此为营销点，以名人效应提升温泉知名度。大力弘扬重庆温泉在康养理疗、温泉洗浴方面的民俗风情和历史文化价值，提升品牌内涵和竞争力。利用节庆进行温泉营销，举办温泉休闲日、温泉理疗活动，并在当日给予一定的优惠价格。

**四、升级黄金游线，提升旅游品质**

对于重庆而言，应将重庆山城文化、巴渝文化与三峡形象塑造联系起来，将重庆形象与三峡形象进行组合优化，打造“重庆归来不看峡”整体形象。

在目前黄金游线的基础上，提档升级，提升旅游品质。优化大三峡旅游市场格局。全力打造长江三峡、山城都市、大足石刻等世界精品，以长江三峡、山城都市、大足石刻为三个发展点，重点整合、统一规划巫山、奉节、巫溪金三角区域资源，科学开发丰都鬼城、忠县石宝寨、万州青龙瀑、奉节天坑地缝、白帝城、新石器和商周文化及其他文化遗址等景点，形成横贯东西的黄金走廊。

发挥金三角地理位置优势，以金三角带动周边景区的开发，串联长江三峡、白帝城、大宁河小三峡、神农架、张家界以及其他相邻目的地的开发，发挥集聚效应。树立大区域旅游观，整体开发大三峡。由国家旅游局牵头，成立大三峡旅游发展和管理委员会，打破三峡现有的行政区划、各自为政、条块分割的局面，维护三峡旅游的完整性、统一性。整合各地各部门的力量，相互协调配合，共同开发各地的资源，统一规划。以长江为轴，奉节和宜昌为点，扩大大三峡的辐射范围，增加旅游支流航线，推出奉节至宜昌的多条航线。

丰富旅游产品，增强游客体验。在游线上增加自选景点，改变传统慢旅快游模式，开发白天游三峡、夜泊万州等旅游产品。不断创新旅游方式，如在奉节开发天坑地缝探险游、移民新居游等。丰富水上旅游产品的载体，增加游船的类型，增加小型、高端快艇，根据游客需求开展点对点的水上小游线。增加仿古游船、重庆当地特色船只，开展包船经营，满足游客长、短游线的度假需求。

**五、继承和创新，让历史文化资源“活”起来**

文化遇上旅游，正是诗和远方的完美结合。重庆巴渝文化源远流长、革命文化波澜壮阔、三峡文化灿若星河、抗战文化影响深远、移民文化开放包容、统战文化凝心聚力，可挖掘的旅游文化元素十分丰富。在新时代背景下，只有在继承中不断创新，才能让历史文化资源“活”起来，促进文旅融合之路走得更好、更远。

**（一）坚实重庆文化的基础——巴渝文化、革命文化**

传承巴渝文化，促进文化繁荣。深入挖掘巴渝文化的内涵。巴渝文化起源于巴文化，“巴山人”以及其文化习俗如歌舞艺术、风俗习惯应深入挖掘，提炼“巴山人”独具特色的个性文化形态，打好“巴山”牌为重庆旅游形象塑造服务。将巴族民歌、巴渝舞、铜梁龙舞、陶瓷、漆器、织造、雕刻、刺绣等民族文化发扬光大，申报非物质文化遗产。同时，举办夏布扎染、剪纸文化体验活动，丰富游客的体验，并增强巴渝文化内涵的表达。

统筹整合，合理开发巴渝文化资源，形成规模化文化区。深化洪崖洞文化区、磁器口古镇、江北嘴特色文化园区、北九龙坡巴国城等文化区的整合力度，形成文旅部门资源共享机制。打造巴渝文创产业生态园，将文化与旅游、科技、经济等产业深度融合，充分发挥创意禀赋，借助各文创企业、高等院校的优势力量，共同致力于巴渝文创产业园的打造；

将巴渝文化物化。巴渝建筑文化元素在现代城市建筑如城市地标建筑、广场公园等公共文化空间，发掘、保护具有巴渝历史文化底蕴的特色小镇和美丽乡村，打造展示巴渝文化的重要窗口。将巴渝文化进行物化表达，并融入创意链中，开发文创产品，有效利用巴渝文化元素进行旅游开发。如将重庆火锅与雕刻相结合，以火锅形状为核心，利用雕刻技术开发挂件、钥匙扣等；以重庆奉节天坑为原型，设计笔筒等。

重庆革命文化是中华民族优秀历史文化的重要组成部分，依托革命文化，发展红色旅游具有坚实的基础。市政府要加大对革命老区的关注度，在维护好革命旧址的前提下完善配套服务设施，在交通和政策方面给予倾斜，建立纪念馆、军事武装设备展览区、爱国主义教育基地、青少年训练营等，将红色旅游与爱国主义教育、研学旅游等相结合，培育红色文化研究基地，聘请党史专家加大对革命历史文献资料的收集、抢救力度，使得革命历史文化得以完好保留和传承。站在历史的高度，尊重文化历史，并打破革命文化静态展览的现状，引入现代科技手段VR以及声、光、电数字技术等，利用4D影院、全景展馆等方式，使游客融入到革命故事的讲解中，增强对革命文化的体验。

**（二）挖掘重庆文化的特色——三峡文化、抗战文化、统战文化、移民文化**

三峡文化博大精深、源远流长，在旅游开发中应注重对三峡精神的传承。一方面，提取三峡精神特征如开拓进取、艰苦创业、正义无畏、大公无私、互援互助等，采取切实措施提高三峡精神的知名度，使其逐步成为重庆品牌的重要组成部分。开展三峡先进个人、三峡形象大使的评选活动，激发当地居民提高三峡精神的自我修养，并增强三峡精神的传播力度，弘扬三峡精神；另一方面，创新和丰富三峡旅游产品体系，以三峡黄金旅游线为着力点，丰富旅游活动，增强游客体验。

凸显抗战文化的特色，要注重陪都文化和红岩精神内涵的挖掘。一是制定切实可行的保护开发规划。将抗战文化资源运用于旅游开发和利用中，充分利用抗战题材开发旅游产品。从抗战遗址、实物、文献等搜集可参考的要素资源，利用陪都文化增强重庆的文化特色和知名度。对抗战遗址“六·五”大隧道惨案遗址、抗建堂旧址、抗战胜利纪念碑、跳伞塔、苏军烈士墓和名人故居如孔祥熙官邸“孔园”、宋子文公馆、张治中私邸、宋庆龄旧居、冯玉祥旧居、郭沫若故居、老舍故居等实施综合开发规划，包括旅游环境的营造、旅游线路的设计以及旅游整体形象的塑造等，其中旅游线路初步设计为教育考察专线、名人故居线等，推出抗战文化一日游、名人寻踪一日游等产品。另外，成立陪都文化研究所，对各区的旧址、实物等实行统一管理，加强区际合作；二是抗战遗产体系。构建迁建区抗战遗产体系，将歌乐山抗战遗产保护片区和北碚抗战遗产保护片区连成一线，形成遗产集聚，建立具有重庆特色的遗产管理、保护、规划模式；三是深度挖掘红岩精神。在重庆主景区建立红岩文化室，开展红岩剧场、红岩讲座、红岩书籍、红岩博物馆、影视资料等红岩系列产品。增加以红岩为主题的影视、书籍作品，宣扬红岩精神，推出红岩系列旅游产品。

利用统战文化，打造文化高地。其一，培育统战文化品牌。妥善处理统战文化品牌与重庆品牌的结合和创新，举办渝中区统战战文化论坛、统战系统故事会等，增强统战活动的参与度，促进统战文化进校园、进机关、进社区，挖掘统战文化内涵深度。积极将统战文化纳入红色旅游规划中，把周公馆、桂园、冯玉祥旧居、《新华日报》营业部旧址、文化协会遗址等作为主要参观点，形成统战文化参观网络；其二，发挥统战文化的科研、教育功能。通过“寓教于游”深挖重庆统战文化高地的场馆、遗迹内涵，建立统战文化高地专家学者等研究队伍，培养高校研究专业力量。

在重庆历史上，有记载的规模移民为八次，移民是重庆的典型特征，也造就了重庆兼容开放的文化体系，成为了重庆独特的文化形态。将移民文化运用于旅游开发中，重点突出重庆乡愁和山城记忆两大主题。在电视节目以及广播节目中，推广《闲话重庆城》节目并在其他省份电视台播放，增加节目的受众群体。利用节目介绍重庆“巴山人”、移民文化、古城、民国建筑等相关情况，营造重庆人文历史和民国建筑下孕育的重庆乡愁，引起人们的共鸣。设计涵盖湖北会馆、太华楼、打锣巷、望龙门巷等体现重庆乡愁气息的旅游线路。整合具有老重庆印记的文化资源，塑造山城记忆。将湖北会馆、谢家大院、东水门、芭蕉院等古老建筑进行整合开发，在不破坏原有风貌的基础上，对其进行修缮，补充当时生活、生产的物品和设备，打造记忆中的山城重庆，推出“穿越重庆游”、“寻找乡愁游”等旅游产品。

**六、善用特色资源，创新旅游产品**

重庆的历史名人资源、古镇资源、非物质文化遗产资源底蕴深厚，这三大资源是重庆的一大亮点，但从目前的开发现状来看，对三类资源的开发利用稍显薄弱。在文旅融合进程中，应有效利用特色资源，提高资源的利用率，创新旅游产品。

方式一：以历史名人为契机，发挥名人效应，提高历史名人与旅游发展的契合度。将历史名人的英雄事迹整合印发成册或拍摄成纪录片，宣扬历史名人的功绩、与重庆的渊源等。举办与历史名人相关的节庆活动，如北温泉借郭沫若到此游憩之利，举办温泉文化节，在体验温泉的同时进行文化熏陶。在旅游景区网站增加历史名人的相关信息，包括家乡、重要事迹等，以图片或视频方式展示，并为景区选择一位历史名人作为景区形象大使，充分利用历史名人推动旅游发展。

方式二：整合古镇资源，突出特色，避免同质化。首先，编制古镇发展规划，对磁器口古镇、长寿古镇、涞滩古镇进行合理开发，形成各具特色、产品体系完善的古镇产品，明确古镇的发展定位。同时要合理规划布局，加强古建筑的保护。控制古镇商铺的数量，并鼓励具有地方特色的不同类型商铺入驻，统一整顿冗杂的商铺，塑造古镇良好的面貌。而在对古建筑进行修缮时，应尽量保持其原有风貌，且必须遵循“修旧如旧”的基本原则；其次，各古镇的开发建设应根据自身资源特质进行发展定位，在据此开发相应的产品，避免同质化发展。如磁器口古镇可定位为休闲怀旧、长寿古镇定位为长寿健康等。增强古镇游客体验活动。磁器口古镇还可将品茶作为一项体验活动，通过再现老舍《茶馆》中的场景，使游客走进课本里进行一场轻松愉悦的旅行，也可在茶馆里展开听书评阅的活动，营造文化氛围；再次，游客参与文创产品的制作，古镇旅游产品的开发应与当地民俗文化、手工品结合起来，充分展现地域特色。建设刺绣、绘画雕刻、陶瓷等手工作坊，使游客参观或参与产品的生产过程；最后，在古镇开展戏剧表演。提供游客花旦脸妆和戏剧服装，增加游客域戏剧演员的互动。开展渔舟唱晚节目，游客参与放花灯活动。

方式三：重视非物质文化遗产的传承与利用。重庆的非物质文化遗产主要分为民间音乐、传统戏剧、曲艺、民间艺术等几类，非物质遗产资源较丰富，应借助有形化载体挖掘非物质文化遗产的内涵、进行形象化表达，结合重庆自身情况，构建具有重庆特色的非物质文化旅游模式。

观光演艺模式。将重庆川江号子、木洞山歌、铜梁龙舞等创新组合，开发演艺产品。将民间文学、故事改编成影视剧，将拍摄基地转化为吸引旅游者的景区，并在景区规划中融入文化元素，提升景区的文化内涵和档次。

体验式模式。将陶器、折扇、雕刻与旅游体验结合起来，在保留传统手工艺的特色下进行旅游设计，建设体验坊供游客参与手工艺制作，集制作、生产、销售为一体，在进行文化传承的同时，创造经济效益。另外，邀请民间艺人进学校，在职业技术学院开设非物质文化传承班，培养新的文化传承人，并通过旅游产业把非物质文化遗产推向市场。

**七、文旅融合之博物馆、图书馆、影视业**

促进重庆文旅融合发展之势，应充分挖掘博物馆、图书馆、影视、演艺等资源的文化内涵，促进文化产业与旅游发展共同繁荣。

**（一）发掘博物馆旅游功能**

一个地方的文化发展，可由其地方博馆的数量、质量做衡量标尺，重庆应不断提升博物馆的展览水平，积极开展社会公众教育，更加促进重庆博物馆的质量提升。通过与国内知名大学合作，举办三峡专题讲座、川剧临时展览等，组织巡展进校园、进社区、进乡村，利用博物馆网站，及时更新信息、普及文博知识。

在博物馆旅游开发上，应创新发展旅游文创产品。各博物馆依托馆藏和展览设计制作各类产品，延伸博物馆的历史文化，创造经济效益。如大圆祥博物馆依照其馆藏主题设计木雕、石雕的摆件和装饰品，黄桷坪钢琴博物馆以钢琴为元素设计手账本、挂历等。

在加强各博物馆之间的交流与合作时，进行资源共享，促进区域旅游的整体开发与建设，以此而设计不同主题博物馆游线。

**（二）创新图书馆与旅游融合的新途径。**

将旅游的基本要素与公共图书馆发展结合在一起，另辟蹊径，开发文旅融合新篇章。将“住”与图书馆结合，建设民宿书吧，将读书与住宿结合在一起。民俗提供馆舍、人员服务，图书馆开启24小时自助阅读设备，为游客提供一个轻快休闲的文化体验。另外，可在图书馆内布置咖啡吧、简餐区。

在旅游小镇的饭店、小吃店摆放与当地特色美食相关的书籍，在城市街道设置流动书吧，提供大量关于重庆当地历史人文、美食、旅游的相关书籍，加强图书馆的联系和合作。重庆图书馆、重庆大学图书馆、西南大学图书馆合作申报重点文物保护单位，联合设立特色文献专题展览，设计旅行中的微阅读活动、研学旅游等。开发图书馆文创品，如图书馆造型的摆件、带有图书馆标识的文具用品等。

**（三）发展影视产业，进行影视旅游营销。**

利用重庆题材打造影视作品，挖掘巴渝文化、三峡文化、革命文化、统战文化、抗战文化、移民文化等，在影视作品中运用文化元素巧妙宣传重庆文化及旅游。注重本土影视产品的打造，对其进行包装，邀请重庆籍的影视明星作为影视大使、形象顾问等，进一步推动影视旅游发展。

借助《旅游中华》、《走遍中国》等热播栏目播放重庆专辑，建立重庆特色影视拍摄基地。借鉴横店影视城的经验，以影视带动旅游发展，逐步打造影视旅游产业链。开发影视节庆产品，举办区域性的影视电影节，如重庆电影节、西部影视论坛，同时积极申办金鸡百花电影节。

**八、加强品牌营销，促进文旅融合**

重庆要塑造文旅品牌，稳定客源市场，促进重庆文旅产品走出去，就必须做好宣传工作，加大营销力度。

借助影视营销。如制作体现重庆文旅品牌的广告片在央视黄金时段播放、选择重庆合适景区作为影视外景拍摄基地、打造和包装重庆题材影视作品等，将各种影视营销的方式组合运用，加强影视营销效果；

利用新媒体营销。随着多媒体、自媒体等推广媒介的广泛开发和应用，所有推广应用都在朝着新的发展方向前进。重庆的形象宣传，尤其应以APP为核心的新媒体营销技术为重点，开发重庆独具特色的APP，发布重庆旅游的相关信息，并重点进行文旅品牌推介。在微信、微博、大众点评网、美团、携程、抖音等新媒体平台申请重庆旅游的专门账号，发布、更新重庆旅游最新的相关咨询，尤其注重抖音平台的运用，利用抖音拍摄最能吸引游客注意的美食、美景等，并辅以冲击力的标题吸引公众眼球。另外要善于利用新媒体平台加强和公众的交互性，积极关注游客的旅游倾向，及时回答游客的问询，并根据游客的需求，为游客量身定制旅游线路；

策划事件营销活动。根据重庆的资源特色，策划事件活动，如万人火锅宴、最地道重庆小吃等美食文化活动，“山水之都、三峡等您”、寻觅“巴山人”招募活动，“跟着名人游重庆”、“来重庆，给心灵一场旅行”等旅游活动。