嘉兴市人民政府关于印发《嘉兴市省级

文化和旅游消费试点城市工作方案(2020-2022年)》的通知

各县（市、区）人民政府，市政府各部门、直属各单位：

《嘉兴市省级文化和旅游消费试点城市工作方案(2020-2022年)》已经市政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。

 嘉兴市人民政府

 2020年 月 日

（此件公开发布）

嘉兴市省级文化和旅游消费试点城市 工作方案(2020-2022年) （征求意见稿）

为贯彻落实《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》《中共浙江省委 浙江省人民政府关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的实施意见》等政策文件，全面提振疫后文化和旅游市场消费信心,振兴我市文化和旅游消费市场，激发文化和旅游消费潜力，加快推进我市省级文化和旅游消费试点城市工作，特制定本方案。

一、总体目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以市委市政府建设“重要窗口”中的最精彩板块要求为指引，突出文化和旅游的综合贡献度，加快建设现代文化和旅游消费体系，努力培育消费热点，激发消费潜力，着力把嘉兴建设成为长三角地区知名的文化和旅游消费城市。

 ——消费市场快速复苏。以助力确保完成2020年经济社会发展目标任务为重点，在科学防控的前提下，因地制宜、顺势而为，迅速有效组织文化和旅游企业复工复产，最大限度地减少疫情造成的影响，促进文化和旅游产业快速转入正常状态，产业链有序衔接、健康运行，民众的消费信心得到提振，消费市场快速升温。

——消费规模稳步增长。全市文化和旅游消费总量、人均消费支出实现大幅提升。到2022年，文旅产业规模实现新突破，实现全市旅游接待总人数1.40亿人次以上，旅游总收入1600亿元以上。
 ——消费引领作用突出。文化和旅游融合作用有效发挥，文化和旅游消费对经济社会发展作用进一步凸显。到2022年，文化和旅游产业增加值增速年均达到8%。旅游业增加值占地区生产总值（GDP）的比重达到7.6%。文化和旅游行业税收收入对地方财政收入贡献率逐年提高。

 ——消费环境显著改善。弘扬社会主义核心价值观，倡导文明旅游新风尚。公共服务不断优化，市场监管体系更加健全。督办案件办结率、诉转案结案率、12301旅游服务热线覆盖率等均达到100%。

二、主要任务

（一）加快文旅产业复苏，促进市场振兴

1.充分发挥政策效应。出台《应对疫情支持文化和旅游企业渡难关的十二条措施》《应对疫情支持旅游企业稳定健康发展资金补助细则》等专项帮扶政策。协调开通审批绿色通道，指导落实文化和旅游企业应对疫情做好各类减（缓）税、降费、免租、金融纾困、退还保证金等优惠政策，协调嘉兴银行、农业银行、省农村信用社提供文旅企业专项信贷支持。发挥旅游发展资金导向作用。鼓励各地因地制宜制订扶持激励文化和旅游业的政策，加快旅游业发展专项补助资金兑现率。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

2.扶持企业加速复苏。为企业积极谋划，用足用好中央和省有关扶持政策，积极争取国家、省级文化和旅游发展资金补助。鼓励县（市、区）从文化产业专项资金和旅游发展专项资金中，调剂部分资金用于支持优化文化和旅游市场环境。开展品牌营销，以“爱嘉游•再出发”行动为引导，以 “我爱我家•我游我嘉”惠民活动、嘉兴生态健康旅游季、“发现身边美好”嘉兴文旅消费季、“重享光影魅力”影院回归季等系列活动为载体，推出疗休养产品、生态健康旅游、红色旅游、工厂购物游、夜游、夜宴、夜赏等文旅产品，支持文化和旅游企业快速复苏、尽快回暖。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

3.推进职工带薪休假制度。鼓励职工带薪休假，并结合市内疗休养政策，开发近郊游、健康游、自驾游、亲子游、户外营地游、研学旅游等个性化、特色化主题旅游产品，满足疫情防控常态化情况下游客以近距离游为主的江浙沪周末、小长假微度假市场需求。（责任单位：市人力社保局、市文化广电旅游局、市总工会、各县（市、区）人民政府）

4.发挥消费券杠杆效应。鼓励有条件的市（县、区）政府，旅游景区、旅游饭店、文化场馆等市场主体发放文化和旅游消费券，通过发放文化和旅游消费券等促进文旅经济复苏的有效方式，帮助文旅企业尽快走出困境。发挥消费券杠杆效应，推出惠民优惠等促销活动，持续激发文化和旅游消费潜力，加快提振文旅消费市场信心。到2020年底，全市发放文旅消费券1亿元。（责任单位：市发展改革委、市财政局、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

（二）提升产品供给能力，培植新型消费

5.优化全域旅游新格局。全面打造旅游精品,重点发展红色经典旅游、运河文化旅游、古镇休闲旅游、滨海观潮旅游、乡村度假旅游等五大核心文旅产品，着力把嘉兴旅游打造成为全国红色旅游标杆城市、全国乃至世界著名的“江南水乡古镇之邦”、中国运河文化传承之地。以浙江省“百千万”工程为重点，梯队培育、深入推进全域旅游示范县和景区城、景区镇、A级旅游景区和旅游风情小镇创建工作，力争到2022年，创建景区城6个、景区镇26个，4A级景区2家、3A级景区10家，旅游风情小镇命名单位5个。加快村庄景区化创建步伐，力争到2022年，全市共创建A级景区村庄500个，其中3A级景区村庄75个；大力发展乡村民宿，新增等级民宿25家 ,积极谋划平原水乡地区景区村庄建设“嘉兴样本”。（责任单位：市发展改革委、市农业农村局、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

6.构建文旅发展新场景。正在联合成立嘉兴市大运河文化带古镇发展联盟，指导协调相关县（市、区）统筹推进大运河文化带、钱塘江诗路建设，联手打造大运河文化带、钱塘江诗路文化旅游精品。发挥大运河（嘉兴段）沿线14个古镇的文化旅游资源禀赋，进一步擦亮嘉兴端午民俗文化节、江南网船会、南北湖旅游文化节、钱江（海宁）观潮节、乌镇戏剧节等金名片，传承弘扬嘉兴地域传统文化。推进“百年百项”重大项目和“一核十镇百项千亿”工程，形成嘉兴运河文化旅游融合发展核心区。联动乌镇—石门省级旅游度假区，提升盐官旅游度假区功能品质，加快濮院古镇、盐官音乐小镇等诗路沿线重大文化旅游项目建设，不断夯实诗路沿线的关键支撑平台，切实发挥诗路建设对消费的综合带动效应。积极打造以大云为主的国家生态休闲旅游度假区，做强云宝IP品牌升级，实现IP价值提升和转化，创建全国首个儿童友好小镇，打造享誉国内外的中国甜蜜度假目的地。（责任单位：市发展改革委、市自然资源和规划局、市建设局、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

7.创造文旅消费新热点。推动非物质文化遗产和文物资源等文化资源与旅游产业融合发展，着力发展红色文化旅游、商务会展旅游、自驾车旅居车旅游、工业旅游、体育旅游、康养旅游、水上旅游、网红影视取景地“打卡游”等新业态。发展基于5G、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化旅游消费业态。发挥重大会展、节庆活动的平台作用，引导文化和旅游企业广泛参与，创新商业模式和营销方式。指导文创产品、旅游商品和非遗产品产业链建设，推动文化和旅游市场主体积极参与开发特色文创产品和旅游商品。发挥专业市场和工厂店的平台作用，推出一批适合旅游购物、消费休闲的新业态，打造海宁皮革线上直播基地，以微信+短视频+直播的组合营销模式，深耕本地市场，为本土企业搭建优质的线上销售平台。做实做好“诗画浙江·百县千碗·嘉肴百碗”工程，力争到2022年，规划落地特色美食体验店、示范店、旗舰店45家、特色街区3个，推出一批“嘉肴百碗”放心消费点。（责任单位：市发展改革委、市经信局、市商务局、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

8.烹出夜间文旅“大餐”。支持图书馆、博物馆、文化馆、美术馆等公共文化场馆在原来基础上进一步延长开放时间，逢重要时间节点、法定节假日，举办夜间文娱活动。建设布局24小时“智慧书房”，拓展夜间公共文化空间。鼓励社会组织、群众性团体在公园、广场、社区等城市公共开放空间举办内容丰富的露天音乐会、诗歌会、民间艺术表演、歌舞演出等主题活动，丰富人民群众的夜间公共文化生活。推动国内外知名艺术节、音乐节、专业艺术活动（赛事）落户嘉兴，支持商圈、街区、景区内的经营者推出健康、规范的夜间文娱精品节目或驻场演出项目。丰富南湖、月河、梅湾等中心区块的夜间游览项目，策划推出“夜游南湖”“夜宴梅湾”“夜赏月河”等系列夜间精品文旅产品，实现文化和旅游消费市场“白+黑”式可持续发展，满足不同消费群体的夜间消费需求。力争到2022年，创建省级夜间文旅消费集聚区 3个。（责任单位：市文化广电旅游局、市商务局、各县（市、区）人民政府、嘉城集团）

（三）提高消费便捷程度，优化消费环境

9.实施智慧便民工程。加强与上海、江苏等地业务协同拓展，打造长三角区域公共文化一体化发展，实现城市阅读一卡通、公共文化服务一网通、公共文化联展一站通、公共文化培训一体化。探索淘宝服务模式，实现资源互通共享。加快加入“浙里好玩”，实现境内一张图导游导览、一张卡畅游、一站式旅游产品预订服务。推出“心游嘉兴”文旅总入口，打造一站式文旅公共服务平台。鼓励把文化消费嵌入各类消费场所，依托各地图书馆分馆、文化馆分馆等打造群众身边的文化消费网点，建成“十分钟文化服务圈”。鼓励对传统演出场所和博物馆、图书馆、文化馆、大剧院等文化场所进行改造提升，合理配套餐饮区、观众休息区、文创产品展示售卖区、书店等，营造更优质的消费环境。（责任单位：市政务数据办、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

10.推进放心消费工程。加快构建“全覆盖、无死角”的文化和旅游行业信用体系，充分应用公共信用评价结果，积极培育发展放心消费单位。力争到2022年，培育一批放心景区、放心民宿、放心星级饭店 、放心旅行社等。严格落实线上文化和旅游购物店7天无理由退货，鼓励线下实体店自主承诺无理由退货，打造“安心消费，放心在嘉”文旅放心消费品牌。（责任单位：市文化广电旅游局、市市场监管局、各县（市、区）人民政府）

11.加强文旅市场监管。加大文化和旅游市场监管力度，以提高旅游服务质量，构建安全、平稳、有序的文化和旅游市场为目的，开展文化和旅游市场秩序专项整治行动。健全以“双随机、一公开”监管为基本手段、以重点监管为补充、以信用监管为基础的新型监管机制。建立健全文化和旅游市场主体信用记录，依法依规完善守信激励和失信联合惩戒机制，力争到2022年，全市文化和旅游市场秩序得到进一步规范，产品和服务质量进一步提高，消费者权益得到更好保护。（责任单位：市文化广电旅游局、市市场监管局、各县（市、区）人民政府）

（四）探索融合新路径，推动产业跃升

12.促进非遗和旅游产业融合发展。推动各市、县非遗保护中心、秀洲农民画艺术中心等非遗展示单位进行旅游开发，打造旅游项目。鼓励景区引入海宁皮影戏、海盐滚灯等非遗表演项目及非遗文化内容展示，建设文化旅游景区、体验区、展示馆，提高旅游附加值。支持非遗项目与旅行社等市场主体对接合作，共同开发非遗主题旅游线路及旅游产品。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

13.深化旅游和影视产业融合发展。打造全域影城，建立以中国（浙江）影视产业国际合作实验区海宁基地为龙头，海盐南北湖影视文化创意产业园、平湖影视产业孵化基地、嘉善影视综艺园、中央新影桐乡产业园等为支撑的全域影视集聚区。指导各级影院“备战国庆档、春节档”，加强影院防疫安全，实施优惠举措和影片宣传，鼓励群众走进影院，促进消费。鼓励影视基地加大旅游开发，开发互动性体验产品，提升旅游吸引力。（责任单位：市委宣传部、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

14.推动文旅产业与现代技术融合发展。抓住5G、人工智能等新技术发展机遇，加快发展“互联网+文旅”消费业态。利用VR全景、AI交互、智慧屏显等信息技术，将科技与旅游资源相结合，进一步增强游客感官体验，让游客深切感受嘉兴红色、乡村、水乡、古镇等特色资源。优化完善“话说文物”“见书聊书”等现有数字文旅项目，打造云博物馆、云图书馆、云景区、云非遗、云剧场等，用线上活动与产品激发线下消费。到2022年，实现主要的公共文化场馆都开通网上展示、线上观看等功能，主流景区都有云上体验等项目。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

（五）实施消费惠民行动，加码消费升级

15.开展文旅消费惠民活动。每年举办“发现身边美好”嘉兴文旅消费季、消费月等活动，开展“我爱我嘉·我游我嘉”本地人优惠体验活动。积极融入“浙里来消费”，开展商旅文联动促消费系列活动，联合举办“杭州都市圈”新春优惠月、“玩转G60 畅游长三角”等综合性品牌消费活动。深化景区门票机制改革，持续减免南湖等国有景区门票价格，促进国有景区回归公益属性。鼓励推行景区联票制度，延长旅客停留时间。鼓励A级景区、文化场馆利用中国旅游日、世界旅游日和国际博物馆日对国内外游客免费开放。鼓励A级景区和文化旅游演艺活动推行淡季减免等优惠政策。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府、嘉城集团）

16.引导旅游景区提质升级。做好景区提质升级文章，积极推出人性化、品质化服务。打通嘉兴智慧文旅综合管控平台，接入全市14家4A级以上景区最大承载量、实时客流等流量监测数据，开发推出面向公众的饱和度预警系统，发布宜游指数，合理调节景区流量，鼓励错峰出游，提升游客游览体验感。完善景区预约制度常态化管理，提升景区信息平台的综合运行能力，增强门票信息传播渠道的畅通性。通过智慧化管理提高旅游景区的应急管理能力和游览便利度。多场景应用现代信息技术，大力推进智游嘉兴服务系统项目建设，力争到2022年，形成内容更加丰富、服务更加便捷、功能更加高效、体验更加温馨的旅游景区公共服务新模式。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

17.促进文化旅游演艺发展。实施庆祝建党百年文化精品创作，重点开展 “红船颂”全国美术创作工程暨第五届美展、中国画百米长卷《红船起航图》、歌剧《红船》、舞剧《王会悟》等一批红色文艺精品创作。举办中国·嘉兴国际漫画双年展、开展传统戏曲演出季（周）、优秀舞台艺术作品展演等。鼓励各县（市、区）利用地方特色文化资源，深化群众参与性强的主题文化旅游节庆活动，形成“一城一品”“一城一策”“一城一剧”等特色文化和旅游推介品牌。鼓励支持重点旅游景区与文化和旅游企业开发特色专场剧目，推进西塘宋城演艺谷项目建成落地，培育《吴越千古情》大型演艺歌舞，打造演出产业链。推动演艺、非物质文化遗产等文化资源和旅游产业融合发展，形成一批优质非遗文化旅游演艺项目。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

18.落实特殊人群优惠政策。积极落实对儿童、学生、老年人、现役军人、消防救援人员、残疾人、宗教人士等的优惠政策，鼓励景区面向教龄30年以上教师、“最美”人物、省级以上劳模、省摄影家协会会员等特殊人群推出优惠政策。有序推动景区门票降价。积极开展向医护工作者优惠活动，推出A级景区免费游、爱心客房免费疗休养等一系列主题活动，展示文旅敬医的暖心情怀。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

（六）升级推广营销模式，赋能品牌价值

19.升级“心游嘉兴”品牌形象。切实加大文化和旅游宣传推广工作力度，力争到2022年，每年安排经费不少于1500万元用于宣传推广。主打“心游嘉兴·诗意江南”品牌新形象，开展城市文旅整体营销宣传，建立市、县旅游整体营销联动机制。按照“融入长三角，打造增长级”的营销思路，首推华东主要客源市场，整合县（市、区）文旅推介活动资源，启动江浙沪文旅推广周。政企联手每年在国内主要客源地城市举办大型文旅推介会，切实增强“心游嘉兴·诗意江南”品牌在国内旅游市场的热度和影响力。每年举办乌镇戏剧节、钱江（海宁）观潮节等十场具有地域特色、游客居民广泛参与的重大旅游节庆活动，发挥节庆活动促进消费的乘数效应。（责任单位：市财政局、市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

20.实施红色旅游精准营销。深入挖掘我市深厚的红色文化底蕴，谋划和打造一批高品质的红色旅游观光品牌、演艺品牌和红色文化旅游活动周等节庆品牌，加强“秀水泱泱 红船依旧”品牌塑造和形象宣传，提升红色旅游文化内涵，让红船精神进一步彰显强大基因力量。重塑红色旅游场景，提升和完善“新时代重走一大路”主题产品。编制《嘉兴红色旅游》（2.0版）宣传册，强化红色产品设计与市场推广。加强与上海、延安、遵义、吉安（井冈山）、湘潭、石家庄（西柏坡）等重要红色旅游城市的深度合作，共塑红色旅游新形象。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府、嘉城集团）

21.开启新兴媒体立体营销。深化与携程等线上旅游平台合作，利用好主流OTA在产品策划、品牌营销等方面优势，升级携程嘉兴旅游旗舰店功能，推出一批“心游嘉兴·诗意江南”特色线路产品。活用抖音、微信、微博、马蜂窝等流量平台，输出创意新颖的文旅短视频、文案图片等内容，开展网红旅游营销活动，营造与潜在客户群体互动的良好氛围。推行全民营销，开展“心游嘉兴·诗意江南”全民短视频大赛。开展云直播、云推介等新技术营销，利用具有影响力的网络社交媒体加强宣传。打造海宁全国短视频发展聚集地，有效促进文旅产业与短视频融合发展，孕育“文旅+网红+短视频”产业模式。（责任单位：市文化广电旅游局、各县（市、区）人民政府）

三、实施步骤

（一）细化落实阶段（2020年7月-12月）。各县（市、区）人民政府、各相关部门根据工作方案和主要工作任务，制定切实可行的具体实施方案。落实责任分工，各司其职，形成合力。

（二）全面实施阶段（2021年1月-12月）。各县（市、区）人民政府、各相关部门全面启动省级文化和旅游消费试点城市工作。围绕工作任务和各项指标，建立督查、评价、通报机制，确保责任落实到位。

（三）总结提升阶段（2022年1月—2022年12月）。各县（市、区）人民政府、各相关部门全面完成各项工作任务。做好总结提升，各市、县（市、区）文化和旅游主管部门负责做好宣传推广工作。

四、保障措施

（一）加强组织领导。加强对促进文化和旅游消费工作的统筹领导，坚持政府主导、部门联动、企业参与，营造良好文旅消费环境。建立文化和旅游消费数据监测体系，强化大数据技术应用，整合共享数据资源，加强趋势分析研判，为促进文化和旅游消费提供决策依据。

（二）加大资金支持。整合现有资金渠道，加大对促消费工作的支持力度。全市每年统筹不少于7000万资金用于促进文化和旅游消费的工作，重点用于公共服务、消费惠民、宣传推广、帮扶企业等。鼓励各县（市、区）整合现有资金渠道加大对促进文化和旅游消费的支持力度，实现全市上下各层级同步推动。

（三）加快制度建设。建立会议制度、工作报告制度、统计监测评价制度、信息通报制度等。加强文化和旅游消费工作理论研究，指导省级文化和旅游消费试点城市工作。加强工作绩效评价，聘请第三方机构开展文化和旅游消费工作的绩效评估，确保工作取得实效。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 抄送：市委各部门，市人大常委会、市政协办公室，嘉兴军分区，市 |  |
|  |  | 监委，市法院，市检察院。 |  |
|  | 嘉兴市人民政府办公室 | 2020年月日印发 |  |