

烟台市莱山区文化和旅游局

解决程度（A）

公开

签发人：纪照宇

烟莱文旅函〔2024〕1号

对区七届人大代表第 005 号 建 议 的 答 复

陈龙代表：

您提出的关于增加网络曝光度，提升烟台文旅形象的建议收悉，现答复如下：

哈尔滨围绕现有资源研究创新，形成的形式多样、适应市场的多元玩法，实现了“网上富贵”转化为“在地效益”。莱山区文旅局探究其成功的背后原因，充分利用新媒体平台，增加莱山文旅曝光度，推高烟台旅游热度。

一、广泛宣传，让“诗与远方”流光溢彩

文旅宣传工作要积极适应新媒体、自媒体的深度普及和迅速发展，发挥好网络宣传的效应，广泛宣传，不断满足群众参与文旅生活的热情和对“诗与远方”的期盼。莱山区运用互联网思维，掌握新媒体的传播规律，架起互联网与旅游之间的桥梁。通过抖

音、微信、小红书等社交媒体分享，数字化网络传播，2024年以来发布旅游、美食、住宿等攻略百余条，宣传莱山“通山达海”的独特风光，展示莱山美景美人美食美物，提升旅游的知名度、美誉度，让文化旅游品牌破题出圈。

二、融合数字技术，助推景区出圈出彩

随着人工智能、5G、互联网、大数据、区块链等新技术在文旅产业的应用进一步拓展，积极引导景区充分利用好资源的吸引力、好场景的诱惑力、好玩法的渗透力、好服务的粘着力、好机制的持续力。从海昌鲸鲨馆的深海电梯到山海海洋之星的蛟龙号，从凤凰湖公园的城市数字赛道到烟台植物园的萤火虫乐园，无不利用新媒体技术实现景区的出圈出彩，从看景区到玩景区的转变，让“流量”变“留量”“顾客”变“常客”“网红”变“长红”，助推文化旅游产业健康发展。

三、提升能力，奏响文旅产业大合唱

以庆祝莱山区建区三十周年为主线，2月24日（正月十五）成功举办“龙腾盛世灯火莱山·千架无人机灯光秀”表演活动，现场观看演出的市民超2万人次，线上直播浏览量近20万人次，展示了莱山作为烟台中央活力区的时尚与魅力，奏响了建区三十周年的华美乐章。6月1日，成功举办烟台市近15年来首次真正意义上的纯商业运营的个人演唱会—2024张信哲未来式终极版世界巡回演唱会（烟台站），吸引约5万歌迷，接纳游客20余万人次，星级酒店入住率接近100%，接待游客数量较往年同期

增长约 13.5%，擦亮“仙境海岸、品重烟台、活力莱山”城市品牌。

在互联网快速发展的时代背景下，莱山区文旅局将抓住时机，让数字赋能旅游产业，进一步通过线上线下结合，全方位、多角度开展宣传推介，突出亮点、特色，不断提升莱山文旅知名度和影响力，助力旅游产业高质量发展。

第一，坚定“玩法才是内容”的理念。

要围绕莱山区现有资源，研究创新，形成适配资源、形式多样、适应市场的多元玩法。通过玩法吸引消费者参与体验。以网络作为传播平台，发布更多莱山旅游攻略吸引更多玩家，为他们探索新玩法提供更多便利，从而形成“玩家带大家”“小众带大众”的体验带动模式。

第二，深入做好场景化、沉浸式文章。

通过时间场景、空间场景、融合场景等视角，把莱山区打造成一个气氛化、情绪性、共创性、甚至表演性的空间，让消费者和游客的主角性得到满足和呈现，让人们更愿意沉浸其中。通过科技应用赋能、内容创新赋能、环境美学赋能，吸引游客不由自主地进入体验空间之中，潜移默化地获得深度体验。除了科技沉浸、形式沉浸之外，我们要更多地挖掘莱山故事和内容的沉浸来带动沉浸式体验。

第三，明确旅游方向、做好研学游产品。

随着研学旅行的蓬勃发展，受到学校、家长、行业、媒体和

社会的广泛关注。越来越多的家庭选择研学旅行，研学旅行作为寓教于乐的新型教育方式，其社会知名度和影响力大幅提升。要进一步加强部门联动，研学旅行涉及多个行业和部门，要在教育、文旅、发改等部门之间建立起良好的沟通和协作机制，加强对研学旅行产品的统筹谋划，寻找核心竞争力，以研学旅行目的地为点，以课时化连接不同研学线路，统筹线路上的全域资源并规划布局，形成规模效应。

烟台市莱山区文化和旅游局

2024年7月8日

联系单位：烟台市莱山区文化和旅游局

联系电话：0535-6890616

抄 送：区人大常委会人事代表委、区政府办公室