

关于扶植文旅消费 推动荔湾区高质量发展的建议

领衔代表 涂育君

一、背景

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确提出，要全面促进消费，培育新型消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新业态发展。文旅消费契合“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，是地区高质量发展的有力抓手。2023 年春节黄金周，广州市旅游业总收入超过 68 亿元，同比增长 25%；住宿餐饮营业额超 40 亿元，同比增长 31%，为广州高质量发展迎来“开门红”。

荔湾区拥有全广州超半数的历史文化街区，各级文物保护单位 188 处、非遗项目 60 个。2022 年，荔湾区成功创建省级全域旅游示范区，更为文旅消费的提质升级打下了坚实的基础。

二、存在问题

（一）文旅企业生存举步维艰。荔湾文旅企业里中小微企业占大多数。新冠肺炎疫情给文旅产业带来严重冲击，资金短缺问题愈加突出，部分企业亏损、凋亡或已退出本土市场。

（二）特色文旅综合体验水平不高。荔湾区文旅资源目前已经完成了初步开发，但是文化与旅游的特色融合深度不够，游客的综合体验效果还有较大的提升空间。

（三）文旅宣传运营能力有待提升。荔湾区文旅宣传机制创

新力度不足，文旅消费产品的市场运营综合实力较弱，缺乏多角度、大范围、出圈层的口碑传播。

三、建议内容

（一）帮扶文旅企业纾困发展。

健全重点文旅企业项目融资需求库，鼓励银行业金融机构开展文旅专项服务，合理增加有效信贷供给。引导银行业金融机构对遇到困难的中小微企业减免服务收费，合理续贷等政策。落实“保存量、拓增量”两手抓，鼓励银行业金融机构对文旅初创企业、中小微企业分类予以小额贷款支持。举办文旅产业发展高峰论坛，引入具有实力的文旅集团，重塑本土文旅市场生态。

（二）打造老字号美食集聚体验地。

充分利用“上下九”步行街升级改造的契机，在步行街中划定区域，引入广州酒家、陶陶居、莲香楼等美食老字号，满足游客“一站式”美食打卡需求，提升文旅综合体验感和层次感，擦亮“食在广州，味在西关”的文化品牌。

（三）提升文旅运营创新能力。

加强文旅宣传推广力度，突出永庆坊、荔枝湾等精品线路宣传，运用文学、音乐、书法、舞蹈、绘画等多形式进行阐释，利用抖音、小红书等热门平台增强“文化荔湾”形象传播力。打造文创IP产品，如将“陈家祠建筑群”构造成街景积木，将粤剧粤绣等非物质文化遗产转化为文创产品，将非物质文化遗产变现为文创经济，实现文旅影响力的跨区域、跨圈层传播。