

2024第二届文旅康养产业推介招商大会

山西·长治

当“高质量发展”遇见“新质生产力”，会在文旅康养领域激起怎样的火花？10月15日，第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会在我市举行，来自全国各地文旅康养领域知名学者、企业代表齐聚一堂，分析行业发展，推介文旅资源，共话文旅品牌建设之道，为我市持续叫响文旅康养“五大品牌”、加快建设国内一流国际知名生态文化旅游目的地提供智慧支撑。

用特色激发动能 以创意点燃热情

——知名学者、企业代表齐聚美丽漳泽湖畔共话文旅融合发展



邹春辉 世界酒店设计师联盟副主席、亚太酒店设计协会理事

以酒店“文化力”带动行业发展力

“随着国产3A游戏《黑神话：悟空》上市，长治火爆‘出圈’，也让我发现长治。来到这里，感受这里，‘上党从来天下脊’，壮美之姿令人震撼。”10月15日，在第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会现场，世界酒店设计师联盟副主席、亚太酒店设计协会理事邹春辉说起对长治的初印象。

当前，我市正全力叫响文旅康养“五大品牌”，加快建设国内一流国际知名生态文化旅游目的地。在邹春辉看来，长治有得天独厚的资源优势。“在长治，我看到了山、林、水、城交相辉映，人文历史源远流长。特别是近年来着力打造了一批可游、可看、可娱的文旅产品，带动产业热度攀升、蔚然成势。”

“好的景观需要人为介入、创新开发完善。”对于盘活资源打造更具魅力的景区景点，邹春辉认为，应深入挖掘文旅资源内涵，创新完善旅游公共服务基础设施，优化住宿条件，加强宣传力度，多措并举、多管齐下，为游客提供优质、便利的服务。

从事酒店设计十余年，邹春辉将创新理念贯穿始终。“一个好的设计不仅能提升空间的美感，更能讲述一个地方的故事，展现独特的本地文化风格，让游客通过一次旅行，爱上这座城市。”



创新还需要不断适应市场变化。时下，旅游市场度假业态层出不穷，亲子游、周边游、酒店游等旅游方式受到越来越多人的青睐。邹春辉认为，长治想要在文旅康养赛道上增强竞争力，可以聚焦景区配套产业，特别是酒店产业的发展，提升景区“附加值”，吸引更多游客前来旅游度假。“这次大会的举行地点滨湖文旅酒店，即与毗邻的漳泽湖国家城市湿地公园绝美的景观相互映衬，彼此增色、相得益彰。”

“酒店是城市的第一印象，能带动地方旅游业发展。”邹春辉认为长治酒店行业有非常大的发展空间，应将经营价值与文化价值相结合，把酒店打造成更具“文化力”的社交场所，催生更多新的消费场景，融合多领域消费元素，构建“酒店+”新业态，解锁更多酒店“新玩法”。

“长治，未来可期。”谈及未来的发展，邹春辉对长治充满信心。“通过本次文旅康养产业推介招商大会，业内不仅看到长治在文旅康养产业方面的丰富资源、巨大潜力，更感受到长治对发展文旅康养产业的坚定决心和有力举措，这些都为长治未来的发展注入了新的活力和动力。相信在不久的将来，长治将凭借其独特的魅力和优势，成为文旅康养产业的投资热土，绽放出更加绚丽的光彩。”



江淑红 视+AR联合创始人、副总裁

AR空间计算赋能智慧文旅

“当我们走进博物馆，不仅可以看到眼前的文物，还可以戴上AR/MR眼镜，或者通过手机APP以及小程序扫描，看到文物在千年以前的样子，或者被考古发掘时的形态，这会极大提升游客的互动体验，增加游览时的趣味性。”10月15日，在第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会上，视辰信息科技(上海)联合创始人、副总裁江淑红博士向与会嘉宾生动介绍了AR空间计算如何赋能智慧文旅。

“虽然是第一次来长治，但通过网络看到许多关于观音堂、崇庆寺、法兴寺等古建筑介绍，当时就觉得太美了，一定要来看看。”提及长治古建，江淑红颇为兴奋，“我们做过许多成功案例，未来希望我们的AR技术能够为长治文旅产业赋能，让游客走进古建时能够看到古建的前世今生，真正身临其境的感受古建魅力。”

视+AR的EasyAR Mega是全国使用范围最广并具有开发者生态优势的空间计算平台，拥有超大规模的城市级三维重建服务、成熟的工具链和全平台接入支持等特点。其中，EasyAR可对文



旅景区进行数字化赋能，并融合当地文化底蕴打造极具科技底色的元宇宙世界。江淑红介绍，“利用这些技术，未来游客步入观音堂时，可以身临其境感受游戏场景，也能看到满堂流光溢彩，殿中雕塑或低声交流、或拈花一笑。”

“长治历史悠久，文化底蕴深厚，特别在古建方面有着得天独厚的优势。如果能将这些文旅资源与现

代AR空间计算充分融合，一定可以给游客带来更震撼的视听感受。”江淑红介绍，沉浸式互动体验不仅提供了360°全方位静态观赏模式，还融入了丰富的互动元素，用户可以通过手势、语音等方式与文物进行互动，让文物“活”起来。

让真实世界虚拟化、虚拟世界真实化。视+AR坚持虚实融合和以虚强实的价值导向，打造了一系列的元宇宙应用场景标杆案例，包括北京故宫、上海豫园、黄果树瀑布、重庆洪崖洞等5A景区。“空间计算技术通过精准扫描文物、古建筑等，应用到游戏场景构建中，让‘沉睡’多年的文物和建筑‘火’起来。”江淑红介绍，游客不仅能欣赏风景，还能通过视+AR创造风景，实现物我同频。即便是自然景区，也可以通过空间计算技术打造出四季变幻的风景形态，让游客来一次便能领略四季美景。

“长治文旅资源丰富，未来可期。希望AR数字技术可以和长治文旅康养产业擦出火花。”江淑红说。

朱青 北京末古古品牌创意有限公司总经理

业态串联营造文旅完全体

“观音堂、武乡八路军太行纪念馆、通天峡……长治文旅康养资源丰富、底蕴深厚。这些独具特色的文旅品牌资源是打造城市特色文旅IP、推动文旅康养产业高质量发展的关键要素和重要支撑。”10月15日，在第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会上，北京末古古品牌创意有限公司总经理朱青赞不绝口。

“长治市委、市政府和相关政府部门对文旅康养产业的支持，以及长治市全力打造文旅康养‘五大品牌’的顶层设计与显著优势，有效将现有文旅资源与存量文旅资源相结合，具有巨大的发展潜力。”观看长治文旅宣传片，朱青被我市的特色文旅资源“圈粉”。

透过文旅之窗，北京末古古品牌与长治结下不解之缘。“长治是中国神话之乡，神农尝百草、精卫填海、女娲补天、羿射九日等众多神话故事发端于此，为文旅产业发展创造了条件。”朱青说，与长治打造“中国神话之乡”品牌相近，“末古古·山海经”品牌致力于全面挖掘《山海经》的丰富内涵，运用现代艺术手法重新诠释书中的神兽、地理、植物与奇谈。

“‘末古古·山海经’系列IP以‘文化拾遗’为核心理念，不仅重塑已知细节，还将探究那些尚未被充分认知或充分展现的内容，以此强调文化传承与创新，进而赋予传统文化新的活力，形成鲜明的IP形象。”朱青介绍，目前“末古古·山海经”系列IP已经推出以应龙、食铁兽、穷奇、夔牛等为代表的原型神兽IP形象，未来将进一步拓宽其山海文化宇宙，深挖《山海经》深层奥秘，并塑造更多IP角色。通过扩展故事线，让这些角色在一个多维的神话世界中穿行，构筑起一个立体且丰富的神话世界观。

以文旅旅，以旅彰文。谈及如何打造长治文旅IP，推动文旅康养产业高质量发展，朱青表示，从前期运营、中期业态丰富到后期素材完善文创开发，要快速切入业态串联，打造完整的产业链条。首在市场营销多元发展，以现有资源丰富扩展线上营销，开展相应的适宜年轻人、外地游客可接触到的市场化活动，增强游客体验。重在推进资源周边化、业态化，完善旅游产业链，发展旅游新业态。贵在智能化、科技化体验，应加大VR、AR技术应用，同时增加文创产品供给，加深旅游产品理念。

“希望通过此次文旅康养产业推介招商大会，进一步促进末古古品牌与长治地区文旅康养产业交流合作，共同探索文旅康养产业发展新思路、新观点，打造文旅融合新业态、新模式、新场景，扮靓城市文旅名片，为长治文旅康养产业高质量发展助力添彩。”朱青说。

黄蔚欣 清华大学建筑学院教授

让艺术成为景区“引流”密码

“长治文旅底蕴深厚、潜力巨大，神话故事、古建文化等亮点纷呈。近段时间以来，国产3A游戏《黑神话：悟空》的持续火爆，让长治受到越来越多人的关注。为此，我特意给大家带来两幅悟空编织结构造型的概念图，希望进一步丰富和完善长治相关景区的外围业态……”10月15日，清华大学建筑学院教授黄蔚欣在第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会上以《编织结构空间艺术装置》为题，生动阐释了以编织结构的艺术作品有效提升文旅康养体验、丰富和拓展景区内内容的创新理念，为参会人员带来一场科学与艺术、传统与现代、视觉与人文相互碰撞的盛宴。

“《黑神话：悟空》取景地之一观音堂，汇聚了儒释道三教人物，500多尊彩塑层层叠叠，是不可多得的古建佳作，有非常高的历史、科学和艺术价值，也给我的创作带来很多启发和感触。”作为一名建筑领域专家，黄蔚欣对长治的古建颇感兴趣。

面对眼下的“悟空热”，黄蔚欣有着自己的思考，也有着自己的坚持与期待。他认为，随着文旅康养融合发展趋势的到来，长治各大旅游景区不同程度呈现出观光游览、休闲度假、商务会展、文化创意、戏曲演艺等业态混搭的发展趋势，因此，以建筑为形、文化为魂的景区外围业态打造变得尤为紧迫，各景区要充分利用独有优质资源，不断提升景区景点开发水平，持续完善旅游公共服务基础设施，为企业、游客提供优质、高效、便利的服务。

“本届推介招商大会上完成签约的古建、创意园区、特色小镇等项目，应以景色景区化、景区规模化、景观数字化的投资模式，充分赋能全市文旅康养高质量发展。”采访中，黄蔚欣真诚表达，希望自己带来的编织艺术理念可以在各大项目中顺利落地、全面开花。

一个好的创意成就一个超级IP产品，而每一个超级IP都将助力提升城市文旅发展竞争力。当谈起长治文旅该如何“破圈”，把文旅康养产业进一步打造成为战略性支柱产业和民生幸福产业时，黄蔚欣说，一定要注重加快推进属于自己城市IP的打造力度，在文旅产品的主题性、独特性、故事性、互动性、引爆性和延展性等方面继续发力，不断吸引消费者的注意力和关注度，从而推动文旅康养深度融合和品牌建设。

第二届山西长治文旅康养产业推介招商大会

指导单位：中共长治市委 长治市人民政府 主办单位：中共长治市委宣传部分 长治市文化和旅游局 长治市人民政府招商中心 承办单位：长治市文旅发展中心 协办单位：长治市工商业联合会 晋豫冀三省文旅产业联盟 晋豫冀三省（长治）产业育成中心 长治市融媒体中心 上海德信集团 北京末古古品牌创意有限公司 北京文创科技有限责任公司 长治市旅游产业发展有限公司

2024年10月

设计：高琪
文字：本报记者 张瑞英 朱海云 潘银丽
梁家秀 见习记者 原庞博 实习生 杨旭