第一章“十三五”文化和旅游产业回顾

# 一、文化产业回顾

## （一）发展成效

### 1.公共文化服务有效提升

交城县“十三五”时期在公共文化服务方面，首先对公共文化基础设施及“三馆”的建设和管理进行了加强，达到文化场馆全覆盖。对公共图书馆、文化馆进行标准化改扩建和配套资金倾斜，开展公共图书馆、文化馆总分馆试点建设，落实图书馆、文化馆、美术馆和乡镇（街道）综合文化站免费开放政策，对村级文化活动室配送文化活动器材设备提供文化服务，推进乡村记忆馆为核心的文化阵地建设，实施直播卫星户户通工程。全县现有文化馆图书馆17个，美术馆1个，博物馆（主题陈列馆）4个，乡村文化记忆馆6个，乡镇文化站10个，基层综合性文化服务中心150个，县级非遗传习所1个。所有行政村送戏下乡演出全覆盖，近三年来共计送戏下乡280场，并且通过十九大精神宣讲、助力脱贫攻坚等主题活动，组织小分队专项演出，上山下乡、走村串户演出100余场；组织公益电影放映活动，每年不少于1773场，累计5319场。

### 2.群众文化活动成效显著

积极组织开展群众文化系列活动，成效显著。力行“文化早读”，使学习教育常态化制度化；通过聘请文化名人、举办藏书家、阅读小明星评选、文化作品展等活动建立全民阅读辅导员体制；在图书馆讲座的基础上精心策划实施了“交城文化大讲坛”品牌公益讲座；创新举办首届春节主题晚会和文化艺术界元宵节联欢晚会、开展文化旅游年系列活动，共举办展演22场，节目290余个，参与展演人数3000余人，参演人员覆盖社会各阶层，展演单位涵盖各个机构共60余个，惠民人数达到23万人次，通过“山水交城、忠信之乡”文化旅游年系列活动和“交城县十九大精神宣讲文艺小分队”活动推进我县创作有关十九大精神、脱贫攻坚的剧目，组织小分队专项演出，上山下乡、走村串户演出100余场，受益群众人数累计达到35万人次。组织公益电影放映活动，每年不少于1773场，累计5319场，极大地丰富了群众的文化生活。

### 3.文化遗产保护利用全面加强

实现对文化遗产的整体性和真实性保护，推动文物保护单位挂牌保护，成为文化教育示范基地。文物升级入册保护，现有国家级重点文物保护单位卦山天宁寺、玄中寺、竖石佛摩崖造像，以及省级重点文物保护单位磁窑遗址、瓦窑遗址和永福寺。

建立四级非物质文化遗产保护名录体系，近三年新增省级非遗项目2项，市级非遗项目5项。目前，我县共有国家级非遗项目1项，省级非遗项目7项，市级非遗项目6项，县级非遗项目125项，新增国家级非遗传承人1人，省级非遗传承人2人；积极推动非遗项目产、学、研相结合，与各院校科研机构合作共建创新平台，开展人才培养，签订了战略合作协议，开展“非遗进校园”“非遗体验日”等活动。同时组织非遗传承人、非遗企业走出去，参与各种会展节庆进行非遗展示宣传，并获得外界认可和赞扬，加强地方标志性非遗项目申报，对非遗文创产品进行试产。

### 4.文化人才培养有力加大

实施“三区”人才支持计划，通过每年选派文化人才到贫困乡镇、村开展工作，提供文化服务，开展基层队伍培训，在基层综合性文化服务中心全覆盖的基础上，进一步推进基层文化队伍规范化建设，开展基层文化队伍培训及戏剧票友培训等方式，通过“非遗进校园”等活动提高非遗活态传承，提高基层文化队伍综合能力；建立文化人才资料库。

5.文化产业模式有效创新

交城依托本地的文化遗产、传统民俗、特色小吃等，开发创建了集旅游产品设计开发、加工生产、展示销售三位一体，农、文、旅相结合的旅游产品双创基地——交城创谷成为首批省级双创示范基地。通过文旅产品的创新，促进文化产业和全域旅游的创建，全省首个文旅产品“褐小美”惊艳亮相；通过文化旅游众创空间，打造全省全域旅游双创新模式。

## （二）问题分析

### 1.基层文化服务设施利用有待加强

各乡镇的文化站、图书室（农家书屋）、乡村记忆馆等基层公共文化设施建设推进顺利、成绩显著。但是存在公共文化设施的使用效率不高，管理体制仍需改善的问题。一些文化设施在验收达标后就基本处于闲置状态，部分基层文化场馆由于相关配套资金不足，以及管理服务制度制定和执行不严，开放时间不规律，导致基层文化设施管理服务及利用不足。

### 2.文艺精品创作仍需提升

近年来，全县虽然也涌现出了一些具有较高水平的文艺作品，但从总体来看，具有特色和较高艺术水准的文化精品力作还不算多，绝大部分作品获奖层次有待提升，在全省乃至全国产生较大影响的作品很少。文艺人才队伍相对薄弱，文艺创作人才缺少新鲜血液的注入。对历史文化底蕴和人文积淀的挖掘和研究以及专著、论文发表仍需加强。

### 3.文化产业市场体系仍需持续完善

文化产业市场主体发展基础薄弱、整体实力不强，缺乏有影响的高端龙头文化企业，缺乏产业集聚效应明显的文化产业园区。文化产品种类欠缺并且消费力不足，现有的文化产业缺少自己的特色和个性，在挖掘利用地区文化资源方面做得还不够，行业模式化和产品同质化现象比较严重，文化产业对经济和社会发展贡献率有待提高。

# 二、旅游产业回顾

## （一）发展成效

### 1.旅游产业经济增幅明显

“十三五”期间，交城县接待游客人数从2016年的49.29万人次增长到2019年的1229.7万人次，年均增长1.23%；旅游总收入从2016年的49.31亿元增长到2019年的101.17亿元，年均增长19.7%，增幅明显。由于2020年受到疫情影响，全国乃至全球的旅游业遭受重创，2020年1-12月份，全县共接待国内外游客424.09万人次，同比减少65.51%，旅游总收入39.14亿元，同比减少61.34%。但人民出游需求意愿仍然高涨，待疫情恢复，有望有所回升。

|  |
| --- |
| **交城“十三五”期间旅游产业数据** |
| 年份指标 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 |
| 接待人数（万人次） | 49.29 | 782.87 | 1007.79 | 1229.7 | 424.09 |
| 旅游收入（亿元） | 49.31 | 65.82 | 84.12 | 101.17 | 39.14 |

### 2.旅游服务要素体系日趋完善

全县现有国家4A级旅游景区2家、3A级景区1家；市级乡村旅游示范村6个，市级“黄河人家”酒店6家；4家旅行社、19个旅行社服务网点。宾馆、旅行社基本实现了标准化、规范化管理，景区建设不断加强，旅游接待基本能够满足游客的各种需求。随着全县旅游产业规模的逐年扩大，“吃、住、行、游、购、娱”等要素行业得以发展，带动了相关产业的不断壮大，旅游综合服务功能日趋完善。

### 3.旅游项目建设发展迅速

“十三五”期间，交城县累计投入文化旅游产业项目建设资金近45亿元，积极构建旅游交通立体网络，2019年末全县公路线路里程990公里，境内铁路营运里程为11公里，农村“四好公路”建设成效突出，旅游专项公路（祁方线）已开工建设，交城山旅游大通道项目加快建设。完善旅游公共服务设施，建设3A级旅游厕所9座、房车营地一处、大型停车场2处以及庞泉沟游客中心等。加大景区项目建设投入，做好景区对标升级改造及整治工作，建设国家级亚高原田径训练基地及全国青少年综合实践教育基地，同时加强“五村联创”等乡村旅游创建改造工作。文化旅游项目进展顺利，确保了交城县旅游产业持续健康的发展。

### 4.国家全域旅游示范区创建成果显著

交城县2016年以来，紧紧抓住入选国家全域旅游示范区创建单位的重大机遇，确立了“平川以建设山水园林宜居的大县城为核心，山区以建设庞泉沟大景区为核心”的总体思路，着力构建山上山下遥相呼应、自然人文相映生辉、历史现代交汇融合的大旅游格局，努力创建国家全域旅游示范县、打造全国知名的休闲旅游度假区。2019年4月，交城县文化旅游工作取得了阶段性胜利，全域旅游工作通过省级验收，成为吕梁市唯一通过全域旅游初验的县份，有效使交城将旅游产业作为战略性支柱产业全力推进实施打好基础。举办了“大美交城·古韵磁窑”文化旅游节等16项宣传推介活动，旅游带动效应明显。

### 5.智慧平台建设取得重要突破

智慧旅游作为全域旅游创建的一项重要指标，更是全域旅游创建的一个重要抓手。交城县结合互联网、物联网、大数据、云计算等技术，聘请专业的团队设计研发了智慧旅游大数据平台。通过建设一个中心（交城县全域旅游云数据中心）、两张网（物联网、互联网）、三大平台（全域旅游公共服务平台、全域旅游新媒体融合平台、全域旅游大数据辅助决策平台），为职能管理部门、景区、旅行社提供“多位一体”的智慧旅游营销管理支撑，为游客提供“以人为本”的智慧旅游服务。目前，一期项目先后开发了综合调度指挥系统、分析与决策系统、交城旅游综合服务官方APP、山水交城官方门户四个服务应用系统，二期项目等待启动。

## （二）问题分析

### 1.旅游资源缺乏有效整合

交城拥有数量较多的特色景区，长期以来各景区各自为战，没能将各个景区进行有效的联动，缺乏整体性和战略方面的合作运营机制及推广战略，使得交城旅游无法形成一个完整的对外传播体系，缺乏规模，难以形成品牌效应，实现景区的统筹发展；另一方面由于投资规模有限，各个景区只能依托自身旅游资源进行小范围的开发，使得旅游资源利用水平不高，旅游产品以低层次的观光游览为主，高层次的体验型和特色型旅游产品缺乏，各景区间同质化现象十分严重，削弱了各景区之间的竞争力，亟待对旅游资源进行统一整合。

### 2.管理制度及公服体系仍待完善

景区管理制度及体制机制仍有待进一步完善，个别景区仍存在管理问题，从游客服务接待到景区运营管理制度以及与周边社区关系的协调上，尚有不同程度的问题需要加强和改善。重要景区道路交通、安全保障服务及旅游基础设施和配套服务设施不完善，旅游基本接待要素不全，导致“过境游”与“过夜游”比例失调，影响旅游消费市场。