

# 数字赋能 爱情文旅IP助力全域经济提振

■ 本报记者 朱晨辉

近期,文化和旅游部、国家发展改革委等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》,对文旅产业发展给出了新的指导方向。数字文旅作为数字中国战略的新经济形态,到底如何发展,新的数字场景应用项目是什么样,如何抓住面临的新机遇?12月6日在浙江杭州召开的2020中国数字文旅创新峰会似乎给出了答案。

本次会议由中国战略新兴产业联盟、中科院信息中心等机构指导,中国管理科学研究院商业模式研究所、中国商界杂志社、浙江省文化和旅游发展研究院、浙江省商贸业联合会主办,浙江链证臻爱科技有限公司和旗点商学院承办。会议主题为“数字新物种、文旅新动能”,针对疫情时代文旅行业变局、文旅创新发展,数字新场景助力景区升级,推动区域经济增长等内容开展主题讨论。会上还宣布成立中国数字文旅产业联盟(筹)、启动中国数字文旅成长指数、发布中国数字文旅百亿基金和数字文旅应用新场景的解决方案。

## 数字文旅新物种,区域新引擎

本次峰会大咖云集。第十一

届全国人大财经委副主任、第十二届九三学社中央委员会副主席贺铿,中国战略性新兴产业联盟秘书长陈东升,中国数字乡村协同创新平台副主任贺勇,浙江文化和旅游发展研究院院长杜兰晓,执行院长毛水根,浙江大学旅游与休闲研究院副院长严力蛟,北京大学文化产业研究院副院长陈少峰,中国人民大学文化复兴研究院院长丁方,中国数字文旅产业联盟筹备组长高斌,工信部中国通信工业协会数字经济分会副会长王东等多位数字经济领域及文化产业领域专家,纷纷针对上述问题进行了深入的阐述和交流。

陈少峰在《文化旅游创新发展趋势》的主题演讲中,从IP的打造对品牌塑造的价值角度,系统阐述了文化旅游业的创新发展以及如何打造文旅产业增值服务的路径,同时指出,通过这一路径打造出更大的文旅IP,还可以带动其他产业同步发展。

与会专家和嘉宾认为,数字化浪潮之下,主流消费群体的需求正在改变,以数字科技推动的文旅产业创新正在到来。数字文旅是一种以新消费需求为导向的体验经济形态,是以场景重构为价值核心,以人工智能、5G、物联网、大数据、区块链为核心技术的数字解决方案,通过与景

区的文化和景色融合为游客提供可感知、可交互、可体验的沉浸式场景,让旅游更有趣,让生命更有意义。这种体验已经成为95后、00后等新一代数字原住民用户群体最喜欢的生活娱乐方式。数字文旅解决方案的落地实施,能够为实体文旅产业赋能带来巨大流量,也能通过数字交互体验创造出增量价值,为区域文旅产业破局找到了新的出路,成为推动区域经济发展的新力量。

## 爱情场景、数字文旅赋能产业升级

消费升级的趋势下,基于场景创新的数字文旅项目越来越受关注。本次峰会上发布的“永恒之爱”数字文旅项目成为嘉宾热议的内容,其融合了爱情IP和多项数字技术,形成可交互、可感知、可体验的爱情的打卡点和全域数字爱情地图路线,提升爱情场景的消费体验,为景区商家带来源源不断的流量。这种全新的体验方式得到了参会者广泛认同。

“爱情数字体验在景区里是非常受欢迎的。”工信部中国通信工业协会数字经济分会副会长、“永恒之爱”数字文旅项目创始人王东在会后接受《中国企业

报》记者专访时,重点介绍了爱情文旅创新项目。

“永恒之爱”项目是以爱情消费场景中人的精神需求为导向,用数字技术和创意,创造爱情体验产品,为用户文旅消费赋予意义和仪式感,通过以APP、小程序、物联网实现与线下商品、商家、景区、城市结合,生成爱情打卡路线和爱情地图,为爱情消费场景注入仪式感,全面提升文旅游客的体验感,促进品牌传播,吸引更多游客流量。

目前在杭州实施效果很好,未来将选择合适的城市和区县落地,规划相应方案,开发爱情打卡地图,设计爱情文化体验,本地化运营获得更多的游客流量。

“爱情场景消费覆盖面广,用户比例量大,对精神体验方面要求高,以互联网、物联网、大数据、5G、人工智能、区块链等数字技术为依托,让任何环境可交互,形成了全域的互动体验场景,创造出爱情网红景区、商街、小镇等体验区,为地方经济带来增量价值。”王东说。在数字中国的战略之下,这是每一个城市区县都应该关注的方向,用数字文旅赋能实体文旅产业。流量一来,供给侧就可以根据需求配套,带动产业链招商,盘活存量资产,区域经济就活了。

王东介绍,数字文旅当前还是新事物,很多人容易把数字文旅和智慧旅游、网络营销混淆起来,智慧旅游是存量旅游产品的信息服务和智能管理的方式,网络营销则是存量旅游的互联网推广手段,都是存量经济,没有对旅游产品体验提升创造价值增量。当前,很多城市区县想要做数字文旅,但是本地缺乏数字能力,解决这个问题的最好思路就是建立本地数字文旅平台,引入产业智库和项目资源,开展数字文旅全域产业提升和平台运营,以数字文旅带来流量实现产业招商和产业投资,政府要考虑好创建数字文旅平台的方式和配套政策。

王东表示:“文化的属地属性让数字文旅成为区县转型升级的新机会,这是区域经济发展的新动力。体验消费时代已经到来,数字化互动和人工智能的发展可以满足他们个性化的精神需求,这里面的机会很大。”

“爱情场景一旦跟数字经济相叠加,就会产生巨大的价值。这是典型的由数字科技所驱动的文化、产业和自然资源融合之后形成的新物种。”王东表示,这种全新的价值创造方式将驱动文旅产业深度变革,趋势才刚刚开始,值得地方政府和文旅产业关注。

# 2020中国新经济企业500强榜单在杭发布

为贯彻落实十九届五中全会精神,坚持新发展理念,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,中国企业评价协会主持开展“中国新经济企业500强”评价研究工作。评价活动属公益、研究性活动,专家评审委员会联席主席为中国企业评价协会会长、国务院发展研究中心原副主任侯云春和清华大学中国经济社会数据研究中心主任、国家统计局原副局长许宪春。

此项研究工作采用大数据测评与专家评审相结合、企业自主填报与第三方独立分析相结合的方法,产生新经济500强,并对500强企业进行分析,形成《2020中国新经济企业500强发展报告》。报告显示,新经济作为新动能,已经成为国民经济实现全面转型升级的重要力量,同时也很大程度上对冲了我国经济在应对新冠肺炎疫情等重大突发事件的经济下行压力。

## 先进制造超五成

从行业分类上看,先进制造业企业占比最高,达51.2%,其次是互联网与现代信息技术服务业、新型生活服务活动企业,占比分别为15.6%和14.0%。其他行业领域分布中,现代生产服务



活动占比为7.0%,现代技术服务与创新创业服务业占比为4.0%,新型能源活动与现代综合管理活动占比均为2.8%左右,节能环保活动与现代农林牧渔业占比相对较低,分别为1.8%与0.8%。

## 互联网场景化明显

按照传统的行业分类,新经济500强中互联网企业达到188家,占比37.6%,而先进制造企业中,有1/3是信息设备制造商。但在新经济行业分类中,互联网行业场景化趋势日益明显,很多企业不再是单纯的技术提供商,正在向生产服务、生活服务、现

代综合管理等不同领域渗透。

## 民营为主,经营方式灵活

民营企业在新经济发展中发挥了重要作用。在新经济500强企业中,民营企业数量为426家,占比85%;国有企业数量为74家,占比15%。民营新经济企业具有很高的发展质量,在榜单排在前10名企业中,民营企业数量达到8家,前50名企业中,民营企业数量达到40家。

## 主要分布在东部地区

从省份分布上看,北京、广东、浙江及上海的新经济500强

企业数量分别为115家、102家、69家和61家,4个省份的企业数量占比达69.4%。从地区上看,东部地区500强企业数量达到435家,占到总数的87.0%,而中部地区企业和西部地区企业分别为33家和24家,占比分别为6.6%和4.8%,东北部地区企业数量最少,仅有8家,占1.6%。

## 高度集中于北上深杭四城

从城市分布上看,新经济500强企业分布呈现四大梯队:北京独占第一梯队,聚集新经济500强企业最多,数量达到115家,比例高达23.0%;上海、深圳、杭州为第二梯队,新经济500强企业数量分别为61家、60家、42家,占比10%左右,在新经济城市中表现优异;广州、苏州等城市为第三梯队,新经济500强企业数量在20家以下。前两个梯队的北京、上海、深圳、杭州4个城市新经济500强企业数量高达278家,占比超过50%。

## 头部集中度极高 长尾特征明显

新经济500强企业市/估值分布显示了极高的头部集中度,企业间市/估值差距明显。阿里巴巴为榜单中市/估值最高企业,市值接近4万亿元,在阿里巴巴、

腾讯、华为等头部企业之后,企业市/估值急剧衰减。新经济500强榜单中,前三名企业总市/估值占新经济500强企业总市/估值的26.2%,前十名占新经济500强企业总市/估值35.1%,前五名占57.7%。企业市/估值中位数为250.2亿元,平均值为655.9亿元。

## 资本依赖高 非主板上市为主

新经济500强企业大多数选在非主板上市,且以国内上市为主。在上市的385家企业中,非主板(创业板、科创板、中小板等)上市企业为203家,占比超过50%;主板上市企业为101家,占比达到26%;美国、中国香港上市的企业分别为45家与36家,占比均为10%左右。

## 上市速度越来越快

资本依赖和品牌需求也使新经济企业对上市的渴望越来越大,具体表现为成立较晚的企业,上市所需时间也较短,同时上市较为容易。新经济500强企业中,成立3年内的企业上市所需平均时间仅为27个月,成立不超过10年的企业上市所需平均时间也不超过70个月。

(张妍)