

辽 宁 省 地 方 标 准

DB 21/T XXXX—2025

高品质文体旅融合发展示范地培育指南

Guidelines for Cultivating Demonstration Sites of High-Quality Integration
Development of Culture, Sports and Tourism

（征求意见稿）

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由辽宁省文化和旅游厅提出并归口。

本文件起草单位：沈阳师范大学、沈阳藏象科技有限公司。

本文件主要起草人：隋鑫、孙婉婷、隋昊天、唐思睿、张建涛、张建涛、陈金、邵彤、王立红、付冰、张瑞乔、金丽、李沛浓、于晓丹、周洋。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可以通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

归口管理部门通讯地址：辽宁省沈阳市皇姑区北陵大街45-11号，联系电话：024-24842505。

起草单位通讯地址：辽宁省沈阳市黄河北大街253号，联系电话：024-86592402。

高品质文体旅融合发展示范地培育指南

1 范围

本文件规定了高品质文体旅融合发展示范地培育指南的术语和定义、基本条件、培育原则、组织与资源、建设要求、产业融合、服务评价与持续改进的要求。

本文件适用于辽宁省境内高品质文体旅融合发展示范地的培育与建设。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 17775 旅游景区质量等级的划分与评定
- GB/T 18971 旅游规划通则
- GB/T 18973 旅游厕所质量要求与评定、
- GB/T 26362 国家生态旅游示范区建设与运营规范
- GB/T 31383 旅游景区游客中心设置与服务规范
- GB/T 31384 旅游景区公共信息导向系统设置规范
- LB/T 063 旅游经营者处理投诉规范
- LB/T 089 红色旅游融合发展区等级划分
- YD/T 1761 网站设计无障碍技术要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

高品质 High quality

指的是高水平的质量，包括生产、流通领域在内的全过程高标准要求，旨在为客户提供高度认可、高质量的产品和服务。

3.2

文化产业 cultural industry

满足人们文化需要而生产、储存、分配和提供文化精神产品与服务的一系列活动，为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合

3.3

旅游产业 tourism industry

通过集合、交织、拓展“食宿行游购娱”传统六要素和其他新型要素而形成的产业链及其活动，分为旅游业和旅游相关产业两大部分。

3.4

文体旅融合 Integration of Cultural, sports and tourism

指的是文化、体育、旅游行业的资源整合与产业融合，通过相关产业及要素之间的相互渗透、交叉汇合或整合重组，逐步突破原有的产业边界或要素领域，彼此交融而形成新的产业及产业共同体。

3.5

文体旅融合发展示范地 Demonstration Site for the Integrated Development of Culture, Sports and Tourism

文化、体育旅游资源丰富，以文体旅产业为重点发展方向，在文体旅产业融合发展方面具有示范、支撑、带动作用的企业、园区（聚集区）或纳入规划重点布局的地区。

4 基本条件

高品质文体旅融合发展示范地应符合下列基本条件：

- a) 发展定位明确，文化旅游业态丰富，具有鲜明的文化旅游主题和地方文化特色。
- b) 有完整的文旅产业融合发展规划，且具有一定的前瞻性、创意性和较强的可操作性。
- c) 有经评定的省级以上文化或旅游资源，产业发展整体态势良好，在省内外有较高知名度和美誉度。
- d) 注重生态保护，宣传倡导资源保护型旅游开发、资源节约型旅游经营、环境友好型旅游消费。
- e) 近三年内未发生一般及以上安全责任事故。

5 培育原则

5.1 坚持文化赋能与传承创新

深入挖掘历史文化、红色文化、工业文化、民族文化等特色文化资源，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。以文化为魂，为体育和旅游发展铸魂赋能，通过文化内涵提升体育赛事和旅游活动的吸引力。

5.2 坚持融合发展与协同共进

推动文化、体育、旅游三者之间的资源融合、业态融合、场景融合，打造全业态全产业链融合发展的新格局。以体育赛事为牵引，开展文化、旅游等系列活动，激发产业潜能，实现更大范围和更广领域的产业链整合。加强区域协同，推进都市圈、生态带、边境线等区域的文体旅协同发展。

5.3 坚持品质提升与高质量发展

坚持高品质目标，推动文体旅产业高质量发展，注重产品和服务的高质量、高效率。提升文体旅设施和服务水平，打造一批高品质的文体旅项目和品牌，满足人民群众日益增长的精神文化需求。

5.4 坚持科技助力与创新驱动

加快智慧化建设，推动5G、人工智能、大数据等技术在文体旅领域的应用，发展云旅游、云直播等数字化体验产品。促进产学研深度融合，鼓励文化科技融合创新，推动文体旅新质生产力发展。

6 组织和资源

6.1 组织

6.1.1 战略制定。战略规划由组织高层领导牵头，相关责任部门人员参与，必要时可委托专业机构协助制定；可建立负责战略管理的办公室或战略委员会，指定归口协调部门、人员，指定战略制定工作计划，包括各部门分工、时间进度等，把握市场需求，精准定位；

6.1.2 组织实施。组织应基于战略规划进行战略部署，将中长期规划转化为年度实施计划和关键绩效考核指标进行战略部署，战略部署可根据部门职能，涵盖人才、技术、资金、基础设施、相关方评价等内容，必要时制定子规划，确保关键战略目标的落地；

6.1.3 监督管理。战略管理办公室或战略委员会应对关键战略目标的制定、部署、执行情况进行定期考察和评估，根据评估结果或内外部环境的变化可以进行战略调整并予以落实。

6.2 资源

6.2.1 文化资源。深入挖掘，通过实地调查、文献资料等方法，梳理历史文化、革命文化、工业文化、民族文化等区域特色文化资源，建立文字、图片、影像等资源数据库；加强保护，对符合文物、非物质文化遗产、工业遗产、农业遗产、老字号等文化保护范畴的资源开展立项、申报工作，做大各类政府评价的基数。

6.2.2 体育资源。组织各类体育赛事、竞技性体育活动；发挥好本土体育名人效应，包括邀请奥运冠军、体育健将为相关活动助威、代言等；挖掘本土体育运动历史、体育精神；鼓励开展群众喜闻乐见的群众性体育活动，包括广场舞、徒步、跑团、骑行、登山、马拉松、铁人三项、厂BA、Citywork等。

6.2.3 旅游资源。挖掘和保护好自然资源，用好山水、冰雪、滨海、温泉等自然生态场景；在知名旅游目的地周边统筹配置优质的公共服务设施，包括洗手间、公共交通、导览、特色风貌景观小品、充电装置、停车场等；提高星级民宿建设品质及评价要求，引导农家乐提档升级。

6.2.4 技术资源。加强科技赋能，提高资源普查、保护人员知识素养和技能水平，加强展示展演渠道建设，增强推广频次和效果，提高全过程数字化手段应用和数字化管理水平。

6.2.5 人才资源。培育和引进文化、体育、旅游等领域的专业人才，为高品质文体旅融合发展提供智力支持。通过加强人才培养和引进，提升文体旅融合发展的专业水平和服务质量。

7 建设要求

7.1 文化资源

7.1.1 全面摸清当地文化资源“家底”，包括历史文化、红色文化、民族文化、民俗文化等，为融合发展提供坚实资源支撑。

7.1.2 深入研究历史文化、红色文化、工业文化、民族文化等，提炼具有代表性和吸引力的文化元素，打造具有地方特色的文化品牌。

7.1.3 开展文物普查，加强文物保护单位的保护与管理，合理开发文物资源，推动文物与旅游的深度融合。

7.1.4 系统性普查和梳理非物质文化遗产，保护传承人，通过举办非遗展示活动、开发非遗文创产品等方式，让非遗文化活起来。

7.1.5 加强对文物、非物质文化遗产等的保护与传承，积极推进相关文化工程，如辽宁辽阳就强调加大对工业遗存的市场化开发和存量资产盘活力度，开发工业文化文旅资源。

7.1.6 以当地特色文化为基础，创新推出具有影响力的文化品牌。例如贵州以“民族风情+乡土文化+民间体育”相结合的方式，打造了“村BA”“村超”等群众性文体旅融合新品牌。

7.1.7 对区域内非遗、历史建筑、传统村落等进行保护性开发，打造沉浸式文化体验项目；开发文化IP，推出文创产品、主题演艺。

7.1.8 引入艺术展览、独立书店、文化市集等业态，建设文化创意街区。举办品牌文化活动，增强吸引力。

7.2 体育资源

7.2.1 举办具有地域特色和产业特点的文体旅融合赛事，如贵州的“多彩贵州”自行车联赛等，推进赛事进景区、进街区，吸引游客参观体验。

7.2.2 依托当地资源，开发特色体育旅游产品，如高桥极限运动、洞穴探险等，扶持和推广传统民族体育活动，提升游客参与性和娱乐性。

7.2.3 培育创建国家体育旅游示范基地、景区体育旅游示范基地等，设计开发体育旅游精品线路，推出丰富多样的文体旅项目。

7.2.4 全民健身与休闲体育融合，建设智慧体育设施（智能步道、共享运动站），嵌入景区、绿道等公共空间

7.3 旅游资源

7.3.1 加强系统谋划和资源整合，推动传统观光类旅游景区转型升级，创建高等级景区。

7.3.2 完善游客服务中心功能，增设公共厕所、停车场、休息座椅等设施，加强设施维护与清洁。

7.3.3 完善交通网络，加强火车站与景区的交通连接，增设旅游公交专线，建设旅游集散中心，提供一站式服务。

7.3.4 加强星级酒店、民宿和露营地建设，提升住宿品质。发掘地方美食，推广透明化管理模式，丰富餐饮选择。

7.3.5 大力发展冰雪游、温泉游、红色游、康养游等特色旅游项目，丰富“演出+旅游”“展览+旅游”“赛事+旅游”等新业态。

7.3.6 通过举办各类活动，如国际山地旅游暨户外运动大会等，打造具有国际影响力的文体旅活动品牌，提升地区旅游品牌影响力。

7.4 产业融合与协同发展

7.4.1 推动文体旅业态融合，实现文化、体育、旅游、教育、工业、农业、研学等多业态融合发展，以文化为纽带，以赛事为牵动，以旅游为载体，打造“文化+体育+旅游”深度融合发展模式。例如，开发工业研学游、农业研学游、温泉康养游、森林旅居游等新业态。

7.4.2 培育壮大市场主体，构建重点文体旅项目库、企业库及商品库，支持市场主体开发建设露营休闲度假地、主题度假区等项目。鼓励国有和社会资本参与闲置资源改造利用，盘活存量资产。同时，引进国内外知名企业，创新合作模式，推动产业链上下游紧密连接。

7.4.3 加强区域合作，明确自身在区域发展中的战略定位，加强与周边城市及国内外其他地区的交流合作，协同开发特色文体旅产品，打造区域旅游圈。

7.4.4 跨界协同发展，成立“文体旅产业联盟”，整合企业、非遗传承人、体育协会等资源；推动“文旅+”模式，与农业、教育、康养等结合。

7.4.5 推动文化、体育活动与旅游场景的有机融合，使文化、体育活动成为新的旅游吸引物，打造沉浸式实景演艺精品项目等。

7.4.6 树立文体旅融合发展的理念，打破行业壁垒，形成全业态、全产业链全方位升级、高水平发展的格局。

7.5 品牌营销与市场推广

7.5.1 精准客群定位，针对亲子家庭、Z世代、银发族等设计差异化产品。

7.5.2 全域营销策略，利用短视频、KOL传播，打造网红打卡点。联合OTA平台（携程、美团）推出定制套餐，拓展国际市场。

7.5.3 打造特色品牌，结合地方特色资源，打造具有辨识度和影响力的文体旅品牌。例如，辽宁的“山海有情 天辽地宁”文旅宣传口号，辽阳的“遇见辽阳、心回故乡”城市IP。

7.5.4 多渠道宣传推广，利用传统媒体和新媒体平台，发布旅游信息、推广旅游线路和产品。借助文化名人、体育明星、网络达人等的影响力，提升地方文体旅的知名度和美誉度。

7.6 科技创新与数字化应用

7.6.1 文化产业数字化，利用人工智能等技术，推动文化线上化、网络化发展，实现文化资源的数字化展示与传播。发展数字3D打印与文创产品开发相结合的企业，提升文化交易数字化水平。

7.6.2 智慧旅游建设，加强智慧旅游平台建设，实现旅游数据采集与分析，为政策制定提供依据。推动景区智慧管理系统建设，提升景区数字化管理水平，同时发展智慧交通、智慧酒店等服务。

7.6.3 体育智能化，引导体育场馆实现线上客流量展示、健身服务预约等功能，推进体育旅游场所智能管理建设，建立运动队训练管理数字平台。

7.7 人才保障与队伍建设

7.7.1 专业人才培养，加强文体旅相关专业教育，培养一批既懂文化、又懂体育和旅游的复合型人才。

7.7.2 人才引进与激励，制定优惠政策，吸引高层次人才和创新团队投身文体旅融合发展。建立市场化运营和激励约束机制，激发人才活力。

8 产业融合

8.1 产品融合

8.1.1 深入挖掘本地的文化、体育及旅游资源，打造具有地域特色的主题性文体旅产品。

8.1.2 发展康养旅游、乡村旅游、工业旅游、红色旅游等多种旅游产品，优化产品组合模式，提高产品供给品质。

8.1.3 引入非物质文化遗产项目、文化场馆、文化演艺产品、文创产品开发项目、节庆活动等入区发展，扩大产品供给范围。

8.1.4 开发并提供与主题文化相联系，特色鲜明的系列文创产品、数字旅游产品、民俗工艺品、生活化艺术品等旅游商品。

8.1.5 利用信息技术打破产业边界，促进文化、体育和旅游的深度融合。

8.2 业态融合

8.2.1 推动文化旅游业态与观光、休闲、度假、研学、康养等旅游业态的产业联动，促进已有融合发展、业态提质升级。

8.2.2 促进文化旅游产业与工业、农业、商业、教育、卫生、体育等领域的融合发展，推出遗址探秘、农业观光、商务会展、研学科考、养生养老、体育赛事等业态。

8.2.3 提升数字技术对文体旅产业的融合度与渗透力，挖掘先进思想、文化基因、多彩民俗、生态价值、艺术灵感、体育精神等IP元素，辅助现代科技手段推动业态创新。

8.2.4 培育网络消费、定制消费、体验消费、智能消费、时尚消费等消费热点，开拓发展假日经济、夜间经济、会展经济、赛事经济等多元化消费业态。

8.3 服务融合

8.3.1 推动图书馆、博物馆、美术馆、演艺场馆、体育馆等公共文化设施改造升级，增强观赏、体验和参与等旅游服务功能。

8.3.2 推动旅游景区、星级饭店、旅游集散中心等提升艺术、体育和文化内涵，增加文化传承、创作表演、艺术普及、全民阅读、全民运动等服务功能。

8.3.3 完善政务服务、信息服务、金融服务、科技服务等公共服务一体化平台。

8.4 市场融合

8.4.1 运用资源整合、技术创新、品牌输出、跨界经营、兼并重组等方式向规模化和品牌化方向发展。

8.4.2 实施品牌营销战略，构建完整统一、形象清晰、知名度和名誉度高的品牌体系。

8.4.3 加强与重点客源市场的旅游合作，推进旅游资源共享、旅游客源互动、旅游品牌共建。

9 培育过程

9.1 文化赋能

组织应为体育和旅游资源及产业的发展夯实文化根基，具体包括但不限于以下内容：

a) 以文铸体。从文化角度深入挖掘体育历史和光荣传统，凝练体育精神和文化符号，举办体育文化主题展览展示活动。强化传统体育类非物质文化遗产的保护传承等。

b) 以文塑旅。深入挖掘整理旅游目的地的历史文化内涵，将文化内容、文化符号、文化故事纳入旅游线路设计、展示陈列、讲解环节，提升旅游目的地宣传推广的文化内涵。

9.2 体育助力

组织应利用好体育资源及产业优势，为文化和旅游的深度融合提供有效动能，实施过程具体包括但不限于以下内容：

a) 以体弘文。鼓励组织各种高水平团队参加国内外体育赛事，打造一批体育赛事品牌，大力发展群众性体育活动。在赛事和活动中，与文博、文艺表演、民俗展示相结合，一体设计、一体推进，推动赛事从单一活动向综合文化体验转变。

b) 以体带旅。放大体育赛事和活动的辐射、引流和带动效应，通过市场化运作，做精做优富含地域文化元素的旅游纪念品、文创产品等。

9.3 旅游发展

组织应发挥旅游业覆盖面广、市场化程度高的优势，丰富文化传播载体，拓展体育消费场景，进行优势叠加，实施过程具体包括但不限于以下内容：

a) 以旅彰文。深度开发文化场所的旅游功能，加强文学，音乐、美术，戏剧，曲艺，动漫，影视取景地、创作地、素材地以及相关 IP 资源开发，打造具备视觉美感、文化内涵、互动体验等要素的“网红打卡地”等。

b) 以旅促体。通过旅游资源丰富体育赛事和活动场景，推动自然资源向户外运动开放，丰富徒步、冰雪、海钓、山地户外、航空、水上、马拉松、自行车、汽车摩托车等赛事活动。通过

冰雪游、温泉游、康养游、自驾游等特色旅游项目，带动冰雪装备、运动器械、泳衣泳镜、露营装备、徒步装备等产业发展。

10 服务评价与持续改进

10.1 服务评价

- 10.1.1 旅游经营者应符合 LB/T 063 的要求。
- 10.1.2 建立完善的投诉与舆情处理制度。
- 10.1.3 制定服务质量监测制度，定期进行质量分析。
- 10.1.4 设立投诉接待处、投诉电话及线上投诉平台。
- 10.1.5 投诉受理应及时回复、尽快反馈处理结果。

10.2 持续改进

- 10.2.1 应根据游客的反馈意见，提高服务质量和市场满意度。
 - 10.2.2 根据投诉内容及时做出针对性的跟踪处理和改进。
-