

关于聚焦农文旅融合发展 引导大众旅游向深度消费转变的建议

民建房山区总支

问题及分析:

房山区现代农业与文化旅游资源根基深厚，农业方面拥有 1 个国家现代农业产业园，窦店与大石窝镇 2 个市级现代农业产业园，特色产业包括西部景观作物、特色小杂粮、中草药、食用菌、林果、蜂产业、葡萄酒、休闲农业等。文化旅游资源更是得天独厚，世界著名的周口店猿人遗址、十渡风景区、千年古刹云居寺、上方山、霞云岭“没有共产党就没有新中国”纪念馆、坡峰岭、太平天池景区、姥姥家民宿等，既有千年历史文化遗产的厚重，又有现代红色基因的加持，可谓天赋异禀。北京市赋予房山区的“三区一节点”功能定位中，历史文化和地质遗迹相融合的国际旅游休闲区正是房山最确切的写照。

然而随着三年疫情的肆虐，全国文旅行业均收到较大影响，群众旅游消费意愿降到历史冰点，一大批相关行业人员失业，文旅行业整体陷入低迷。

随着国家疫情政策的逐渐调整放开，各行各业都在逐步恢复回血，相信文旅产业，尤其是农业、文化、旅游相融合的新业态，将逐渐迸发出巨大的消费市场。

建议:

一、区政府顶层设计，制定房山区发展农文旅融合计划，区农业农村局、文旅局、宣传部、融媒中心等部门形成优势互补，由区文旅局牵头成立专班，制定农文旅精品线路。

二、区农业农村局认真梳理房山现有及待开发现代农业旅游资源，如良乡国家现代农业产业园、窦店、大石窝市级现代农业产业园、良乡蔬艺园、中粮智慧农场、沃德自然教育农场等，与文化旅游资源共同谋划，形成农文旅一体化方案。

三、关键是要在引导游客消费上下功夫，要摆脱过去游客到房山“一日游”的现象，要想方设法让游客住下来，深度消费，细品房山。在农业+文化+旅游中，旅游是载体，是实现手段，关键是农业和文化。在旅游产品设计上，巧妙植入现代农业和文化元素，比如粮食作物体验、林果采摘、蔬菜加工DIY、园艺手工、历史文化沉浸式参与、场景重现、印象房山演出等，在丰富了游客的体验感同时，极大的拉长了参与时间，为住在房山创造条件。

四、继续加大旅游住宿资源的建设，实话实说，房山在这方面存在短板，既要有精品民宿，也要有丰富的星级酒店，对游客喜好进行全覆盖。目前房山已经积极盘活乡村闲置宅基地发展民宿院落 509 个，周口店镇黄山店村入选“北京不可不去的村庄”榜单，姥姥家等一批高端民宿得到游客青睐。但同时我们的酒店资源就相对滞后，大部分酒店还是存在硬件陈旧、管理不到位、服务缺乏人性化等问题，这就需要我们有的放矢，尽快弥补不足。

五、大力发展夜间经济。想让游客住在房山，最关键的就是设计

夜间经济，也就是游客只能夜间参与体验的环节，不住不行。比如印象房山夜间演出、灯光秀、奥莱午夜专场等，对于年轻群体就很有吸引力。

总之，单纯的景点参观旅游已经不能满足现代消费者的旅游消费需求，他们需要深入的、沉浸式的体验，农、文、旅有机融合，恰恰丰富了他们的心里预期。对各个板块的消费者有意识的串联组合，比如针对现代农业来房山的游客，可以引导其参与文旅元素，同样，来房山景区景点游览的消费者，可以将现代农业元素有意识的植入其中，这绝不是强制捆绑销售，要通过我们巧妙地设计，让游客感觉丰富多彩，增长见识，进而打造出属于房山特有的农文旅品牌。

关于聚焦农文旅融合发展

引导大众旅游向深度消费转变的提案办理情况

承办单位 区文旅局

一、加速资源整合，推出精品线路

与区农业农村局、区园林绿化局、区教委等部门充分梳理农文旅等资源，融合景区民宿等各种元素，推出 86 条特色旅游线路，并利用全媒体平台与 OTA 平台进行发布推介，助力房山农文旅融合。全区观光园共 69 个（其中：五星级园区 4 个、四星级园区 2 个、三星级园区 6 个）；中国美丽休闲乡村 6 个，北京美丽休闲乡村 10 个。

二、策划主题活动，打造房山品牌

通过“大美房山”九个新媒体矩阵和京东、美团等六家 OTA 平台，持续推广北京源文化名片和国际精品旅游线，加强美丽乡村、采摘、农产品等主题宣传，带动房山农村农文旅产业融合发展。串联全区文旅资源，通过线上线下结合，开展促消费直播活动，携手抖音平台网络达人重点推介房山民宿、美食、农特产品及文旅活动，力争月月有活动、季季有高潮，不断扩大宣传声势。加强与中央电视台、新华社、人民日报、北京电视台等媒体开展合作，建立房山文旅媒体“朋友圈”。加强与北京工商大学合作，推出《房山上的来客》《房山上的文物》历史文化宣传片，不断提升房山知名度。

三、发展乡村民宿，促进农民增收

我区乡村民宿主要集中在山区、丘陵乡镇，部分零散分布在平原乡镇，渐成片区化、集群化发展态势。截至 2022 年底，我区乡村民宿已覆盖 16 个乡镇 68 个村，涉及 509 个院落，建成 165 个民宿品牌。目前共有北京市星级民宿 37 家，其中五星级民宿 6 家，分别是圣水莲庭、姥姥家、博士小院、云岭山房、云隐里、画里山舍。同时，韩村河镇圣水峪村“圣水莲庭”被国家文旅部评定为乙级民宿。

四、实施多措并举，激发消费潜力

一是持续开展消费季活动。2023 年 2 月 28 日，房山区以“活力房山，精彩生活”为主题，在首创奥特莱斯举办“2023 北京消费季”房山区启动仪式，全面开启 2023 年度的消费季活动。融合时装走秀、品牌车展、说车直播、大型商业体联动布展等内容，创新促销模式，增强优质商品配置能力。并于启动仪式上发放 1000 万元汽车消费券，在 4 月 12 日核销完毕，撬动比达 1: 80，有效拉动了区内汽车消费。为扎实推进房山区文商旅融合发展，助力国际消费中心城市建设，为大熊猫繁育基地预热，区商务局在北京熙悦天街融入大熊猫文化元素，打造覆盖动漫、音乐、潮玩、美食等核心业态的沉浸式商场，积极挖掘培育消费增长点。7 月 14 日至 8 月 27 日，熙悦天街 A 馆中庭开启“熊猫来耍，滚滚一夏”主题的北京首展，打造 Panda Roll 见面会、熊猫主题快闪店、竹林音乐节、熊猫主题公开课等特色活动，满足消费者多元化、

品质化消费需求，引领消费新风潮。

二是创新开展消费季“夜京城”活动。5月1日，区商务局举办2023房山消费季“夜京城”暨北京首创奥莱10周年店庆月启幕仪式。以“2023年北京消费季夜京城”活动为依托，紧抓“五一”消费热点，融合“汽车消费巡游”等特色内容，创新启动本年度房山区“夜京城”活动，进一步打响“白天畅游绿水青山，夜间打卡靓丽房山”活动品牌。

三是持续推动文旅消费融合发展。春节期间送演出下乡，开展民宿里过大年活动，在2023年春季北京国际长走大会上，借机充分展示文旅资源、中医药产业、对口帮扶展销，文创产品、特色红酒等商业零售区域相互引流，促进文旅商体医等多领域的融合发展。同时，首次开展汽车展销活动，入展3家汽车企业，助推我区大宗商品消费。

四是多方挖潜体育消费活力。“房山区全民健身消费季”品牌影响力不断扩大，借助多层次的体育赛事发展体育产业，举办2023冰雪消费季、XGAMES中国滑雪巡回赛北京站、滑向“新浪杯”高山滑雪公开赛等。云居滑雪场的滑雪人数达到了30万人次，不仅带动市民的体育消费，同时带动云居滑雪场所在的张坊镇农民就业。

五是发挥农超对接工作优势。通过“企业+基地+合作社+农户”模式，协调华冠超市与圣水峪香椿种植合作社对接，国家地理标志农产品上方山香椿产品通过直采直供的方式进入商超，拓宽销

路。深化拓展消费帮扶。结合北京消费季举办“京彩西品”消费帮扶新媒体电商集中行动，积极帮助结对地区扩大支援合作地区优质特色农副产品的市场影响力和知名度。发挥区内中联正兴消费帮扶分中心和大型商超消费帮扶渠道，助力当地优质特色农副产品持续稳定进入北京市场销售。继续推进各地特色产品进批发市场、进超市、进机关、进学校、进医院、进企业、进社区“七进”活动。有效保障了市场供应，也为农民增收添翼助力。