提案内容：

**关于打造市郊文旅品牌，构筑乡村文旅振兴示范地的建议**

**※背景情况※**

《上海市“十四五”时期深化世界著名旅游城市建设规划》中提到乡村文旅的次数达到11次，明确指出要提升度假休闲、乡村旅游等服务品质，培育一批休闲农业和乡村旅游示范村。规划中提到的十大类引领性重大项目中许多与郊区有关，包括五个新城文旅赋能工程、长三角一体化示范区生态文旅建设工程等七大工程，因此抓紧打造郊区特色文旅品牌，对壮大上海文旅产业实力，全面提升上海城市软实力都具有积极意义。

**―――――――――――――――――――――――――**

**※问题及分析※**

**1、市郊文旅建设碎片化同质化现象突出**

近年来各郊区乡村旅游建设以民宿为有效载体，但随着民宿“遍地开花”，很多民宿设施建设及竞争同质化，难以有效满足游客的个性化诉求，部分地区出现基础不配套、民宿周边景点零散等问题，部分民宿产业中建筑外观较多呈现欧式风格，缺乏统一指导和规划及乡土材料的设计、使用，降低了乡村的田园特色，制约并影响文旅品牌建设发展。练塘古镇、枫泾古镇、新场古镇等多个古镇发展过程中特色不够鲜明，品牌影响力局限在市内，同江南四大水乡的知名度相比，差距明显。

**2、文化内涵的挖掘和建设不平衡**

上海各郊区文化是有独特魅力的，如生态文化、海岛文化、江南文化、红色文化、农耕文化等，独具特色、异彩纷呈，既是文旅品牌建设的有机组成部分，又相互有别。但从目前来看，各郊区开发建设发展不平衡。

**3、品牌拉动产业发展不明显**

各郊区现有品牌对产业的拉动还不充分，衍生的产业结构比较单一，以采摘、生态田园风光展示、民俗体验游为代表的文化旅游产品，仅局限于观光打卡层次，难以满足市场需求；尚未建立完善的旅游服务体系，综合型项目在数量和质量方面都不足，致使旅游经营体系的接待能力一般。此外，5G、大数据、物联网等信息技术的运用不够，数字化文旅尚未融入文旅品牌打造的理念与实践，缺乏线上线下相结合的一体化平台设计与规划。

**―――――――――――――――――――――――――**

**※建议※**

1. **精准定位，合理布局，突出差异化特色**

市级层面按照“全市一盘棋”抓好统筹和规划，充分考虑各郊区自己独特的、唯一性的资源要素，在鼓励创意创新的基础上，加强行业指导和政策引导，推动这些品牌升级提档，努力形成特色鲜明、主次有别、错落有致的郊区文旅品牌体系。以崇明为例，从自然禀赋说，应当考虑崇明的“生态要素”；从地理方位看，要考虑对长三角地区的服务和辐射，力争成为“长三角的生态中央公园”。

1. **要打响市郊乡村旅游综合品牌**

要突出上海本土文化特色，考虑乡村文化保护传承和发展利用，加强素材收集和挖掘，提炼、打磨出最有价值的乡村文化符号。如本地农产品美食品牌，七宝糟肉、松江鲈鱼、崇明金瓜丝、周浦羊肉等，推动传统菜走进现代、现代菜回归经典。如推进民宿集群化发展，提升民宿专业化服务，引导民宿差异化竞争，从而实现民宿品牌化经营。如推陈出新非遗文化衍生品打造成特色伴手礼，积极推广非遗技艺和非遗手工制品。

1. **强化协同配合，进一步形成文旅品牌建设的支撑保障**

建议统一设计市郊旅游目的地的品牌名称、宣传语、吉祥物、标志等视觉符号，增强品牌视觉冲击力，来丰富公众对上海郊区文旅品牌的印象记忆。不断培育本地居民品牌认同感，使每一个本地人都能成为品牌的代言人，引导大家主动参与品牌建设、共享品牌建设成果。打造郊区文旅品牌，创设市郊文旅品牌项目“活跃指数”，动态更新信息，引导文旅品牌良性向好发展。加快数字技术在市郊文旅目的地中的广泛应用，打造沉浸式、体验型和场景化的文旅消费模式。要加强对本地居民经营管理的培训，并给予当地居民优惠政策，鼓励其加入到本地文旅事业的发展中来。