

附件

文旅消费场景升级与品牌创新培训班日程安排

(以实际安排为准)

(9月18日—9月20日)

日期	时间	内容安排
9月18日 (周五)	14:00-18:00	报到
	19:00-19:30	班会
	19:30-20:30	体验教学：特色教学空间观摩 1. 智慧党建体验中心 2. 文旅融媒体数智中心 3. 新文旅创新融合体验中心 4. 美丽中国学习中心 5. 公共文化驿站 6. 文旅中央厨房数字创意与体验中心
9月19日 (周六)	8:30-9:00	开班式
	09:00-12:00	【政策趋势】 专题教学：文旅新质生产力的政策路径与产业落地 课程内容：系统解读扩大服务消费、活跃县域消费的最新政策，剖析新质生产力在文旅领域的内涵特征与落地场景。结合各地科技赋能文旅实践案例，帮助学员准确把握新经济时代行业趋势和产业转型升级的方向性策略。

	14:00-17:00	【传播策略】 互动教学：新媒体平台运营策略与优秀案例拆解 分享平台：抖音、小红书、微博等 课程内容：聚焦文旅行业在新媒体平台上的精细化运营，邀请新媒体平台相关负责人授课，深度解析各平台的推送逻辑、算法机制与流量规律，结合优秀文旅账号实战案例，拆解从“账号冷启动”到“品牌持续增长”的全链路运营方法，为文旅从业者提供可落地的平台化运营思路与实操工具。
	18:30-21:00	【品牌创新】 案例教学：文旅项目长效增长的打造逻辑 分享案例：万岁山、清明上河园、阿那亚 分享内容：以“万岁山”的全员NPC互动与沉浸式剧情共创、“清明上河园”的宋文化IP深耕与夜间经济重构、“阿那亚”的社群运营与品牌长期沉淀为样本，拆解优秀文旅项目持续成功运营的核心举措，提炼可迁移至不同规模文旅项目的长效运营方法论。
9月20日 (周日)	09:00-10:30	【传播策略】 专题教学：中国文化IP的国际化表达与传播策略 课程内容：梳理中国文化IP走向海外市场的成功模式与常见误区，分析目标受众的文化认知差异和审美偏好。结合境外推广实例，讲授如何用国际通行的叙事语言包装本土文化内核，提升跨文化传播的触达率和认同感。
	10:30-12:00	【传播策略】 专题教学：跨境文旅的内容激活与用户心理分析 课程内容：分析不同客源地的消费决策路径和内容接受习惯，探讨如何通过差异化内容策略激活潜在客群。结合AI辅助内容生成与用户

		画像分析，提升跨境内容的精准触达和本地化适配效率，助力文旅品牌精准出海。
	14:00-15:30	【品牌创新】 案例教学：旅居时代县域旅游品牌焕新与消费驱动 课程内容：聚焦“奔县游”热潮下的县域文旅新机遇，系统讲授县域旅游政策红利与市场机遇、在地资源重构、旅居产品差异化定位、民宿集群化发展、地域文化叙事生成等环节的应用方法，提炼县域文旅项目可持续创新路径。
	15:30-17:00	【品牌创新】 专题教学：小场景·大内容——文旅跨界融合与存量焕新的实战路径 课程内容：聚焦文旅存量空间与有限场景，探讨如何通过文创、演艺、科技、非遗等跨界融合激活新内容价值。分享多个小投入大口碑的实战案例，提炼低成本、高效率的存量焕新方法论。
	17:00-17:30	结业式
	17:30 后	离训