



麻黄梁黄土地质公园

景点开发规模小、层次低，带动性不强，盈利能力较弱；投融资平台匮乏，投入有限，项目包装和品牌营销乏力，知名度和影响力还不够高。

主要表现在：缺乏系统谋划和顶层设计，规划、开发和管理比较粗放，各地之间、各景区景点之间缺乏合力，各自为战，没能形成服务网络 and 整体效应；文化资源的开发利用和保护不够，对其包含的文化价值挖掘不足，从而使其大多处在“资源阶段”，没能转化为“热点”旅游产品。

文化产业最核心的是创意。榆林高质量发展文旅产业，就必须深度挖掘历史文化景观的深层次内涵，提高景区的开发创新能力，呈现特色文化的精髓。

随着我国文旅产业由高速增长转向高质量发展，打造IP已成为文旅市场的着力点。榆林为此制定了“文化+产品+品牌”的发展战略，从2017年开始持续举办的“清爽榆林”沙地避暑旅游、“陕北榆林过大年”、荞麦节、杏花节、红枣节等文化品牌活动，以及大型陕北秧歌剧《米脂婆姨绥德汉》和神木酒曲、榆林剪纸、陕

北民歌等“非遗+旅游”特色文化品牌，都是对自身文化IP的深度挖掘，通过讲好文化内涵故事，实现传承人的可持续发展，创造更大产业价值。

2021年出台的《榆林市长城保护行动方案》明确，到2025年形成具有榆林特色的长城保护体系，将长城保护空间性管理内容等纳入国土空间规划，完成2至6个长城国家文化公园建设。市委、市政府专门成立了由市长担任组长的国家文化公园建设工作领导小组，统筹指导和推进国家文化公园建设各项主要任务和重点工程。

榆林这些推动“文旅+”融合发展的行动实践，不论对于丰富榆林文旅产品，还是满足新时代年轻人消费主力军的期待，都有着十分重要的意义。

目前，新消费、新传播、新生活、新体验、新技术成为“文旅+”融合市场的五大新趋势。在此方面，榆林也没落伍，利用现代新媒体技术，采用多种形式、多种渠道进行全方位宣传，不断加大旅游产业推广力度，景区知名度提高不少，但是距离形成深入人心的“品牌影响”还有很大提升空间。

对此，西安建筑科技大学公共管理学院院长、文化发展研究院院长詹绍文建议，榆林需要通过统筹谋划，开发精品旅游路线，打好项目带动牌，包装建设一批对旅游产业链上下游很有带动作用的地方性关键文旅项目。比如，打造黄河黄土文化风情廊、长城遗址文化旅游廊，形成边塞风情休闲度假区、黄土民俗风情体验区、工业文明科普游乐区、红色文化旅游体验区；加快推进榆林古城升级改造及石峁遗址公园、统万城考古遗址公园、麻黄梁黄土地质公园、杨家沟革命纪念地、北国风光景区、高家堡影视基地、非遗博物馆、煤炭博物馆等重点项目建设。

历史赋予榆林深邃灿烂的文化资源，期待榆林旅游未来更美好！