

领导批示：

内部参阅

智库成果要报

(第206期)

中共宁夏区委宣传部

2026年9月21日

〔第八批宁夏新型智库课题阶段性研究成果〕

关于以IP深度融合驱动宁夏文旅产业高质量发展的对策建议

.....马李娜

关于以IP深度融合驱动宁夏文旅产业 高质量发展的对策建议

习近平总书记强调，“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展”，为新时代文旅深度融合发展提供了根本遵循。党的二十届四中全会对推进旅游强国建设、深化文化和旅游融合工作作出部署；自治区“十五五”规划《建议》把加强文化和旅游深度融合、塑造宁夏地域文化形象作为文化强区建设的重要任务，自治区党委、政府《关于进一步做优做强旅游业的实施意见》提出培育独具宁夏魅力、世界影响力的核心IP、打造国际旅游目的地，全区文旅融合发展的实施路径日益清晰。基于上述政策支撑，本决策建议立足宁夏实际，以IP深度融合为主线，塑造宁夏地域文化形象，驱动文旅产业高质量发展。

一、宁夏文旅IP化发展面临的短板弱项

（一）文化解码深度不足，形象定位与IP开发存在“认知落差”。在文化资源的“符号提炼”与“价值转化”上仍较粗放。地域文化形象传播呈现“碎片化”，外界对宁夏的认知停留在“沙漠”“枸杞”等单一事物为承载的非主体切面，缺乏可被市场迅速捕捉并产生情感链接的“超级符号”。以文创市场为例，多数景区货架上仍以同质化的贺兰砚摆件与印花贴纸为主，即

便是沙坡头等一些“自带流量”的旅游景区，文创产品仍以冰箱贴、书签等常见产品居多，缺乏对本地文化的深度叙事转化。此外，具象化、可运营的文化资产开发浅层化，黄河文化、长城文化、红色文化、民族团结进步文化等特色资源还需要进一步深度挖掘。

（二）供需结构错位失衡，文化供给与价值兑现存在“市场落差”。对照区内不同业态的运营实践，文化供给形态的差距直观可感：沙坡头、沙湖、西夏陵等传统观光型景区，虽依托自然景观和世遗IP自带流量、省外游客占比较高，但游客平均停留仅2.5—3.5小时，多为打卡式游览，消费高度依赖门票，二次消费转化率仅25%左右。经统计，截至2026年9月，宁夏以沉浸式演出作为核心IP全场景常态化运营的独立文旅项目仅有2处，占全部A级景区比重仅为1.4%；包含配套设置沉浸式情景演出、NPC互动体验的景区在内，总体占比也不足8.5%。此外，引黄古灌区、贺兰山岩画、长城遗址等大量文化遗产“门票经济”特征依然明显，文化资源的产业溢价能力亟待激活，完整的IP叙事体系尚未成规模。

（三）发展能级支撑不力，资源禀赋与产业效益存在“动能落差”。文旅资源挖掘不深、整合不足。区域内文旅项目同质化竞争突出，各市县在形象宣传与产品开发上“各自为战”，黄河文化、贺兰山生态、葡萄酒产业等核心资源分散布局，缺乏区市级层面统一规划调度，没有形成“一盘棋”合力；冬季旅游

短板明显，冰雪、温泉等特色产品供给短缺，淡旺季游客量差异达3:1，全域全季旅游格局尚未形成，资源禀赋的产业转化潜力尚未充分释放。同时，制度统筹管控不足、要素保障滞后。跨区域、跨部门联动机制不健全，部门分割、条块分割问题依然存在，文旅与农业、体育、工业等产业融合深度不够，土地、金融、人才等要素配套政策衔接不畅，对资源开发、项目布局、品牌营销缺乏系统性制度统筹，导致文化资源优势难以高效转化为产业竞争优势。

二、IP“三阶演进模型”的构建机理

（一）文化资源IP化：从“文化资源”到“文化资产”的符号重塑。文化资源IP化是三阶模型的起点，解决的是“说什么、谁说、怎么说”的问题。文化资源IP化的核心任务，是运用现代传播学与符号学理论，对最具识别度的文化元素进行系统性梳理与视觉化转译，确立具有国际视野、中国风范、宁夏气质的核心文化标签。具体而言，需要构建“国际顶级IP+在地特色IP”的双轮驱动格局：在国际层面，聚焦“世界葡萄酒之都”和“星星的故乡”两大超级符号，提升国际传播声量；在地层面，孵化具有乡土记忆和民族特色的在地IP，实现差异化发展与错位化竞争，形成“一核引领、多点支撑”的超级IP矩阵。西夏陵申遗成功为此提供了最佳突破口，将“东方金字塔”打造为具有国际辨识度的宁夏文化IP。

（二）IP场景化：从“抽象符号”到“具身体验”的场域落

地。IP场景化是三阶模型的中间环节，解决的是“在哪体验、如何体验”的问题。IP场景化的核心任务，是打通“文化+科技”与“文旅+百业”两大融合路径。在“文化+科技”维度，运用VR/AR、元宇宙、数字孪生等前沿技术，对西夏陵、水洞沟等核心文物景区进行数字化赋能，创新“数字文物+沉浸式演艺”的展陈模式，让“沉默的文化”开口说话、鲜活可感。在“文旅+百业”维度，打破行业壁垒，大力发展“葡萄酒+文旅”“枸杞+康养”“体育+休闲”“工业+研学”等复合业态，延长游客停留时间，提升综合消费水平。场景化的本质，是让游客从“隔着玻璃看”转变为“走进故事中”，从“打卡即走”转变为“留下来体验”。

（三）场景价值化：从“流量变现”到“品牌深耕”的闭环运营。场景价值化是三阶模型的终点，解决的是“如何持续变现、如何反哺保护”的问题。场景价值化的核心任务，是建立“数据驱动、闭环反馈”的价值转化机制。一方面，构建智慧文旅大脑，依托大数据平台精准描摹客群画像，实现文旅产品的精准供给与营销触达，推动产业从经验驱动向数据驱动转型。另一方面，完善价值评估与反哺机制，建立IP价值评估体系，引导市场主体从“流量争夺”转向“品牌深耕”，探索形成IP运营收益反哺文化遗产保护的良性闭环。

三、推动宁夏文旅深度融合的对策建议

（一）深化体制改革，强化全域统筹与要素保障。一是建立

高位统筹机制。建议自治区层面统筹建立文旅产业高质量发展协调机制，健全跨部门联席会议制度，制定年度重点任务清单，实行季调度、年评估，形成“统一规划、统一营销、统一监管”的工作合力。二是优化全域旅游布局。以自治区《关于进一步做优做强旅游业的实施意见》确定的“一轴一廊一核三区”全域旅游发展格局为引领，支持银川聚焦都市休闲、中卫主打沙漠星空、吴忠突出黄河金岸、固原深耕红色六盘、石嘴山活化工业遗存，实现错位发展与功能互补，形成“全区一盘棋”的品牌合力。三是深化市场要素配置。建议研究出台《宁夏文旅产业项目用地保障细则》及《金融支持文旅市场主体专项行动方案》，着力破解项目落地难、融资贵等瓶颈，补齐基础设施短板。

（二）实施IP焕新工程，打造标杆性IP场景。一是打造一批标杆性IP场景。以西夏陵为核心，联动贺兰山东麓葡萄酒产区，打造具有世界影响力的“东方金字塔·世界美酒谷”黄金旅游廊道。支持西夏陵争创国家5A级旅游景区、贺兰山东麓旅游度假区创建国家级旅游休闲街区。同步推进沙坡头国际沙漠旅游目的地、黄河大峡谷世界灌溉工程遗产公园、六盘山红军长征旅游区等标杆项目建设。二是构建IP素材库与分级授权机制。建议由自治区层面建立宁夏文旅IP素材库与分级授权机制，围绕核心IP衍生产品矩阵，避免文创产品同质化。三是举办高能级品牌活动。提升“中国（宁夏）国际葡萄酒文化旅游

博览会”等节庆赛事的国际影响力，持续打造贺兰山摇滚音乐节、宁夏星空大会等特色品牌，将其打造为行业风向标与资源集聚地。

（三）强化科技人才支撑，提升文旅产业竞争力。一是实施“智游宁夏”数字化工程。加快全区文旅场所数字化、智能化改造，建设全域文旅数据中台，打造“感知—分析—响应”的沉浸式体验生态，推动游客体验从“观赏式”到“参与式”再到“共鸣式”的跃迁，实现“一部手机游宁夏”的智慧化服务升级。二是实施“文旅精英”引育工程。联合区内外高校企业，设立文旅融合创新实验室，重点培养IP运营、数字文创、场景策划等高层次紧缺人才。依托非遗工坊和大师工作室，培育一批懂非遗、会经营、善服务的复合型人才。三是推动“文旅+百业”深度融合。大力发展“葡萄酒+文旅”“枸杞+康养”“体育+休闲”“工业+研学”等复合业态，设计推出“探秘西夏”“黄河漂流”“星空露营”“红色征途”等主题线路，延长游客停留时间，提升综合消费水平。

（四）完善市场法治环境，激活IP资产价值。一是实施“引客入宁”提质增效行动。精准对接长三角、珠三角及京津冀客源市场，构建全媒体传播矩阵。补足冬季旅游短板，支持贺兰山高山滑雪度假区、漫葡温泉小镇等项目提升改造，开发“冰雪+温泉+民俗”冬季旅游专线，兑现季节性消费反周期调节。

二是建立“品质宁夏”文旅标准体系。建议出台《宁夏文旅IP

认定与管理办法》，将文化遗产活化、国际游客占比等纳入考核评价体系，形成“标准引领—品质提升—品牌溢价”的良性循环。三是建立宁夏文旅IP全链条保护机制。构建包含商标注册、版权登记、防伪溯源在内的知识产权保护体系，确保优质IP资产的排他性与增值空间。探索IP资产证券化路径，引导金融机构开发“IP质押融资”“知识产权保险”等创新金融产品，激活文旅IP的金融属性与资本价值，推动非遗产品从“展品”变“商品”。

本文系第八批宁夏新型智库课题“宁夏地域文化形象塑造与IP融合发展赋能文旅产业路径研究”阶段性成果。

（执笔人：宁夏工商职业技术大学 马李娜）

请将领导同志的批示反馈自治区党委宣传部理论处 联系电话：6669518

呈送：自治区党委、人大、政府、政协领导班子成员，自治区
高级人民法院院长，自治区人民检察院检察长。

印发：各市、县（区）党委，区直有关部门和单位。

共印 40 份