



人民文旅年票 让职工在游学体验中获得幸福感

——2020年度人民文旅年票在人民日报社正式发布

近日，2020年度人民文旅年票在人民日报社正式发布。据悉，人民文旅年票是在人民日报社的指导下，由报社旗下专注于文旅产业的人民文旅平台独家发行，涵盖50余个旅游景区和一系列的优质研学活动，是一款为企业职工和市民百姓提供全新服务的文旅融合产品。

■ 国内首张文旅融合年票 ■

2019年是文旅融合发展元年，“诗与远方”走到一起。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文旅融合成为了建设文化强国、提升文化自信、推动文化“走出去”的重要路径和载体。

在2020年产品规划中，人民文旅年票进一步增加文化板块的投入，除了包含北京十六区50余个优质公园、景区景点外，更包含系列人民文旅讲堂、全年超过52场不同主题的文博研学课程，共计一百余个项目。且研学部分紧紧围绕中轴线、三大文化带、首都四大文化板块等不同主题展开，以文化人、以文育人。在旅游年票的基础上进行了升级迭代，成为服务企业职工和市民百姓的好帮手。

■ 追逐美好生活的鲜活场景 ■

当前，我国经济正进入换挡提质期。尤其在供给侧结构性改革持续推进，产业结构和经济结构持续优化的背景下，中国旅游业作为国家战略性支柱产业，更需要“提质增效”，为全面建成小康社会贡献力量。

今年8月，国办印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，强调要以高质量文化和旅游供给增强人民群众的获得感、幸福感。人民文旅年票就是顺应人民群众文化和旅游消费提质转型升级，从供端发力，打造促进文旅消费设施更完善、结构更合理的业态升级产品。

正如人民文旅年票发布当天，人民日报《国家人文历史》杂志社总编辑、人民文旅董事长王翔宇所说“人民文旅作为人民日报社旗下专注于文旅产业的重要平台，有责任依托央级媒体基因，扎根人民，服务人民，持续为人民关注最关心的话题，提供最需要的产品。”2020年人民文旅年票从富有文化内涵和便于百姓参与两个维度考量，通过活动体验、课程参与、互动分享等多种形式，让年票用户真正实现“看懂北京、爱上北京、享受北京美好生活”，呈现追逐美好生活的鲜活场景。

■ 弘扬首都文化的有力途径 ■

首都北京，一直是中国文旅发展的窗口城市，是全国人民的心之所向，是世界知名的文化之都。北京市委书记蔡奇提出，要做好首都文化建设这篇大文章，针对于此，人民文旅年票特别精选符合古都、红色、京味、创新文化的景区景点，通过产品



的“无形之手”，贯彻执行保护历史文化名城、推进首都文化建设的使命。

而在研学板块，2020年人民文旅年票规划了“1+8+N”系列产品。“1”是指人民文旅讲堂，邀请专家学者，从人文、历史、艺术、生活等不同维度，系统解读北京文化脉络。“8”是指八个系列的文博研学课程和活动，包括“你好，中轴线”、“三个文化带——北京城的历史文脉”“看懂北京——博物馆巡礼”“感受北京——北京人的艺术生活”、“寻味北京——记忆中的京味儿”“信念北京——寻找北京的红色印记”“科技北京——玩转科学零距离”“活力北京——迎接双奥之城”等，这部分内容会非常适合年票用户携家人一起参与；“N”是指以“企业开放日”的形式，开展北京企业间文化互访活动，建立企业间文化互访和学习交流的桥梁。

■ 一票在手，畅游京城+学习提升 ■

2020年人民文旅年票从用户使用场景出发，严选景区，打造假日休闲、京郊自驾游、亲子乐享、冰雪冬奥、红色记忆、文化博览等六大主题，充分满足广大在京职工日常休闲、周末出游和亲子游玩等工作之余的精神需求。结合文化研学板块内容，可以说只要一张票，学习与玩耍两不误，让不同年龄段的职工将每个周末及节假日都安排得很精彩。此外，人民文旅年票还是春游秋游、党建团建的好选择，为广大职工提供一站式文化旅游便民服务。

当下，追求更高品质的文化生活以及幸福感、获得感、体验感已逐步取代过往对物质的需求。文旅产业融合发展背后更深刻的含义是人们需求层次的提升。相信通过各方的努力，人民文旅年票能够不断提升产品覆盖率和品牌影响力，更好的助力满足用户消费需求，开创文旅产业融合发展的新时代。

