2021年2月19日 星期五
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

●就地过年 暖在身边

“天津礼物”快闪贺新春

图为“天津礼物”快闪店内文创产品展示。 本报记者 沈啸 摄

□ 本报记者 沈啸

新春伊始，一场“天津礼物”快闪惊艳亮相，为市民群众送上春节祝福。快闪店位于天津五大道文化旅游区的中意发展创意中心，涵盖旅游文创、工艺美术、民俗艺术等多个种类的天津旅游商品，带来新奇创意、暖暖心意、满满情意。

“新春福旺鸿运升，佳节吉祥如意来。”走进中意发展创意中心，红红火火的春联和新春礼盒引人注目。店内设置天津礼物、津年有礼、颜值补给站、米兰市集等多个专区，主要展出五大道文博文创、海河锦鲤文创、眼儿都娃娃、泥人张民俗系列彩塑、鸵鸟墨水等近百件文创产品，这些展品也是首届“天津礼物”旅游商品大赛获奖作品。“设计师将传统与现代相结合，为产品注入时尚与潮流元素，希望让更多年轻人喜欢。我们还在线上启动小程序，做一些网红直播，让‘天津礼物’走出天津。”快闪店现场工作人员介绍。

春节期间，很多到五大道逛街游览的市民群众都被这场快闪活动吸引。市民李女士说：“无论本地人还是外地人，都能通过礼物的形式了解天津文化。”市民马女士一家四口特意到店参观，她说：“多看看文化艺术展，对孩子的成长有帮助。”来自长春的王先生留津过年，他直言看到了更丰富多元的“天津礼物”，展品很有新意、值得纪念。

“把普通的日子过成诗。”卜番艺术组合与美妆品牌“V-Lab”进行了一次艺术联名，展示精品美妆。卜番艺术组合还创作了一系列画作融入连廊背景，打造梦幻般场景。在米兰市集，则有来自意大利的咖啡、红酒、服饰及家居饰品等，让市民近距离感受意大利文化。

从连廊中部进入另一处内部空间，可以看到很多抽象艺术画作。市民陈女士说：“这里很有艺术气息，感觉是意外的惊喜。孩子从小学画画，她非常喜欢，说回去可以照着这些画临摹。”她的女儿正饶有兴致地对着一幅幅画作拍照留念，“画工很细致，颜色特别鲜艳，想象力非常丰富。”

中意创意品牌管理（天津）有限责任公司总经理鲍女士表示，此次快闪活动旨在给天津市民和在津过年群众提供一个文化聚集空间、一场文化艺术之旅，让大家可以在这里找到心仪的礼物，把“天津礼物”和新春祝福带回家、寄回家。“我们也在筹备‘超级礼物’架构。超级礼物可以是一场绝美的城市旅行，一张一票难求的时尚展入场券，一次艺术酒店的入住体验。礼物清单中，有更多关于旅游的打开方式。”

此次快闪活动由天津北方文化产业投资集团、昂利（天津）集团联合主办，将持续至2月26日。“未来，快闪店将变成‘天津礼物’旗舰店，同时吸引北京、上海、重庆等更多城市礼物入驻。在周边，我们拟设立‘天津礼物’研发中心，集结各大设计机构和院校团队，不断推陈出新；开放意式咖啡空间，将意大利生活方式以城市礼物的形式呈现。这些也是我们送给天津这座城市的一份礼物。”鲍女士说。

北京风林宿 暖暖的家园

□ 本报实习记者 李庆禹 曹雪文

早上六点，风林宿接待大厅外，高高挂起的大红灯笼闪亮在还未散尽的夜色中，大大的红纸“福”字紧贴在门上，透着浓浓的年味。保洁人员清扫地面、收拾前台，厨房里的师傅们开始准备可口的早餐……春节假期的每一天，风林宿的营业几乎都是这样开始的。

位于北京市密云区溪翁庄镇黑山寺村的风林宿，是一家以打造禅意生活为主题的精品民宿，6个院子沿着山路散布在村内。

“今年春节，由于疫情防控需要，很多人选择就地过年。我们的接待量比往年多了不少，院子早早就预订满了。”风林宿负责人张秋霞说。

一个小山村，几个小院子，承载了许多人的梦想。从此，新人变故人，客人变家人。“风林宿便是我们心灵深处，暖暖的家园。”张秋霞在公众号上这样写道。

为了让客人感受到浓浓的温情与家的味道，张秋霞和员工们花了不少心思。如在院子内贴上春联、“福”字，挂上大大小小的红灯笼；为客人准备五彩饺子、豆包、发糕等美食；举办以做糖瓜、画财神、割年肉、写春联等为内容的“村里过大年”系列活动。

“春节前夕，我们带着孩子在村民爷爷家里观看民俗表演，还请来密云当地知名书法家教孩子一笔一画地写福字、写春联。”张秋霞介绍，此次系列活动共有10多个家庭30余人参加。

除了“村里过大年”系列活动，风林宿还在春节前举办了一场亲子型主题茶会，为参加活动的父母和孩子送上一份特别的新年礼。张秋霞说：“茶会上，我们教孩子用最简单的泡茶方式为父母泡一杯茶，引导孩子学会感恩。”

疫情防控常态化下，风林宿制定了一系列防疫措施和检查制度。“所有员工每天都要扫健康码、监测体温，并对工作区域、住宿区域进行消毒。”张秋霞介绍，客人预订房间后，管家会主动联系客人，询问是否去过中高风险地区等信息。客人到店后，需扫健康码、监测体温、填写登记表等，才能办理入住。

同时，风林宿坚持不混住的原则，保证一拨人只住一个院子。从北京朝阳区到此过春节的市民李女士说，他们一行3个家庭因为预订时已经没有适合人数的小院子，所以管家给安排了一个有7间房的大院子，“我们住着很安心。”

民宿工作人员的热情服务给住房客人增添许多温暖。店长郭晓晶经常奔波在各个院子里，有时到下午才能吃上一顿饭。“说不辛苦是假的，但比起疫情初期停业时的焦虑，现在的状态更让人觉得有奔头。”

年味十足的黑山寺村，远处的白桦树在寒冷中伫立，路边的芦苇无风而动，偶尔还能听到一两声喜鹊的叫声。村内农家院依山而建，错落有致，清新隽雅。中午时分，风林宿的大红灯笼依然醒目地高挂在门前，进村的人一眼便能望到它。

图为“村里过大年”活动现场。 风林宿 供图

春节假日市场平稳有序 线上线下活动精彩纷呈

今年春节假期，各地扎实抓好文化和旅游领域疫情防控和安全生产工作，丰富假日市场产品供给，打造丰富多彩的“云上”活动，营造欢乐喜庆、文明祥和、平安健康的节日氛围，满足“就地过年”人民群众文化和旅游需求，让市民、游客度过了一个特殊而又年味十足的春节。

北京

春节假期，北京共接待游客663.2万人次，恢复到2019年同期的81.7%；实现旅游总收入42.5亿元，恢复到2019年同期的51.9%。

这个春节，北京用22万件灯笼、灯饰及近600处景观小品营造出浓厚的节日氛围。推出迎春、咬春、读春、探春4条新春特别线路，让市民、游客在游览胡同、品尝京味、独享书香、探究古建的过程中，深度感受北京的新春景象。北京网红打卡地联盟推出“在京过年，打卡网红地”线上线下系列活动，25家网红打卡地在正常营业的基础上，推出春节特别活动。无论是观看民俗表演，还是感受剪纸、花馍、花灯、堆绣、毛猴制作等非遗魅力，都让市民、游客感到年味十足。（记者 沈啸）

山西

春节假期，山西共接待国内游客1907.47万人次，实现旅游收入112.14亿元。电影院、博物馆、文化街区、图书馆等成为市民文化休闲的主要选择，登山徒步游、民俗古镇游、城市休闲游成为市民出游的主要选择。山西开展了2021年“文化乐万家，云上过大年”示范展示活动，各级公共图书馆、文化馆积极推广“点单式”服务，提供年俗、“村晚”、晋剧等多种产品，各景区则利用短视频和VR等开展云端展示推广活动，满足不同群体的多样化需求。

春节期间，山西省各级文化和旅游部门共出动648个检查组，出动检查人员5435人次，检查企业4268家次，确保文化和旅游市场安全平稳有序。（王文华）

辽宁

春节假期，辽宁累计接待游客2336万人次，实现旅游收入98.1亿元，全省游客人数和旅游收入基本恢复到疫情前水平。

冰雪旅游项目受到游客的追捧，辽宁冰雪温泉类景区游客接待量比春节前增长23.2%。沈阳北陵公园举办的“赏古建古松美景，玩冰雪世界”新春活动，吸引不少游客前往体验；本溪水洞、云山滑雪场等景区除夕不打烊，游客踏雪登山、赏雪泡泉，体验冬日里的别样风情。

辽宁组织开展了丰富多彩的文化娱乐活动。假日期间，辽宁文化云平台共播出17台优秀剧（节）目，累计观看人数近40万人次，为广大群众奉献了一道春节文化大餐。（周凤文 吴越）

上海

春节假期，上海共接待游客492.16万人次，实现旅游收入56.65亿元。

为了满足留沪过年的外来务工人员和本地居民的文化和旅游需求，上海市组织“乐嗨上海过大年”活动，突出“信心、安心、称心、暖心、欢心”的“五心”总基调，围绕“高品质、有年味、在线化”三大特点，推出百场演出、百场展览、百条微游线路、百项在线服务“四个一百”主题产品。

上海有关部门开展生产安全和疫情防控检查，累计检查各类文化和旅游市场主体2266家（次），累计出动检查人员3430人次，发现责令整改问题133个，文化和旅游行业未发生重大安全突发事件，相关场所未发现重大防控漏洞。（特约记者 丁宁）

福建

春节假期，福建接待游客1612.46万人次，实现旅游收入66.59亿元。街头文化亮点突出，民俗文化游、都市休闲游持续活跃，乡村体验游等热度上升。

文化过年成为新时尚。“牛转乾坤——辛丑（牛年）新春生肖文物图片联展”“漆彩缤纷——福建省美术馆馆藏漆画迎春展”等文博展览受欢迎；以“虎纠丫霸”为主题的街头文化艺术节亮相三坊七巷、朱紫坊、上下杭等历史文化街区，吸引市民、游客体验。

市内休闲游成主流，全省各地接待本地游客的比重接近六成。周边乡村游持续升温，泰宁水际村、将乐鹭鸣湾梅花谷等乡村旅游点成为市场新宠，很多精品民宿基本处于满房状态。（李金枝 记者 吴健芳）

江西

春节假期，江西接待游客2539.06万人次，实现旅游收入144.76亿元，分别恢复至2019年同期的94.38%和91.20%。

江西一手抓疫情防控和安全检查不放松，一手抓“年味”文化和旅游产品供给不断线。精心策划“犇游江西·温暖过年”宣传推广月和“江西的年味”系列主题活动，各地组织推出1000余项文化和旅游惠民活动及优惠举措。传统戏曲、民俗活动、非遗展演精彩亮相，各区市结合当地实际举办系列民俗节庆活动，精心安排数百场文艺演出。

春节期间，自驾游、短途游等成主流，近郊乡村游、本地城市游、特色休闲游较为火热，品牌景区和城郊周边旅游持续升温。（记者 周晨）

湖北

春节假期，湖北纳入重点监测的30个旅游景区接待游客89.8万人次，实现综合收入1.3亿元。

湖北旅游市场呈现五个特点：一是周边游、本地游领跑市场。湖北响应“就地过年”倡议，周边游、本地游呈火爆态势，滑雪游、温泉游等备受青睐。二是文化赋能彰显巨大潜力。各地主打“旅游+文化”“旅游+民俗”，策划各种春节文化活动，带旺市场人气。三是惠民服务丰富“第二故乡”年味。为让未返乡人员安心“就地过年”，各地推出各种优惠活动及产品。四是云游云展助力节日市场繁荣。民俗类、非遗类节目走上云端，助力文化和旅游市场繁荣发展。五是精准施策力保市场安全。全省各级文化和旅游部门强化责任担当，指导旅游景区等科学精准落实疫情防控和安全生产要求。（程芙蓉）

湖南

春节假期，湖南纳入监测的98家A级景区累计接待游客501.63万人次，实现营业收入7.72亿元；48家乡村旅游区累计接待游客54.45万人次，实现营业收入1.14亿元。

在湖南，周边游、乡村旅游、短途自驾游、年俗文化游成为主流，红色旅游持续升温。

长沙组织开展“免费看展留驻长沙”“畅游星城玩在长沙”“足不出户乐享长沙”等系列活动；韶山、乌石、湘乡等红色旅游景区（点）游客络绎不绝，“到韶山给毛主席拜年”已经成为一种新的过年方式；郴州做足“红色”文章，收集创造《半条被子暖人心》《沙洲的春天》《我在莽山等你》《郴之谣》等一批文化和旅游形象宣传歌曲，在重要景区内循环播放，营造浓厚的红色旅游宣传氛围。（记者 高慧）

广西

春节假期，广西接待游客2229.90万人次，实现旅游消费140.87亿元。广西文化和旅游市场持续回暖，恢复态势进一步巩固，呈现起步提速、开局争先态势。

“广西人游广西”成为春节文化和旅游的主力，区内游客比例超过70%；本地亲子游、短途自驾游、周边休闲游成为首选。

广西监控的78个热门景区客流量达到138万人次。梧州市推出的“原味岭南·年味梧州”春节假日梧州本地游精品线路受游客追捧。桂林、贺州两市从2月5日起实施互通A级景区门票优惠政策，两地市民享受同等待遇，贺州接待桂林游客数量增长明显。桂林市、河池市一日游游客占接待游客总数的比例分别达到78%、63%。（邝伟楠）

四川

春节假期，四川接待游客4365.87万人次，实现旅游收入285.53亿元，分别恢复到2019同期的52.9%和49.2%。

随着一批夜间旅游、主题公园、旅游演艺、文体旅商综合体等新业态项目投入运营，四川文化和旅游消费新场景不断拉动消费升级。成都国际金融中心（IFS）文旅商综合体项目带动春熙路、太古里商圈共接待游客244.92万人次；成都“夜游锦江”共接待游客18.97万人次；绵阳“方特东方神画”共接待游客9.27万人次，实现门票收入1634万元。

春节期间，城市游、近郊游、短途自驾游等旅行方式成为在川“就地过年”群众的主流选择，自驾车出游比重达到87.37%，城市周边游和古镇开放式景区成为热门打卡地。（陈俊成 记者 白骅）

甘肃

春节假期，甘肃接待游客712万人次，实现旅游收入45.3亿元，旅游市场接待规模恢复至2019年同期六成以上。

甘肃推出“岐伯故里”养生文化体验线、“百年华诞”红色旅游瞻仰主题线、“陇上江南”跨年亲子旅游寻根线等八大主题线路，省内各地纷纷开展形式多样的文化和旅游活动。甘肃还准备了“云端文化盛宴”，其中，“建党百年·春绿陇原”喜迎新春甘肃省文艺云展播活动以综艺晚会、交响乐、歌舞剧、戏曲、杂技、曲艺、微电影、非遗展演等形式，让群众在“云端”过了一个内容丰富的文化年。

甘肃紧盯疫情防控，通过持续强化旅游景区、星级酒店、文化场所的安全管理等，营造良好的假日市场秩序，全省未发生重大文化和旅游安全事故。（罗赟鹏 记者 张陇堂）

宁夏

春节假期，宁夏各A级景区共接待游客55万人次，实现营业收入1561.06万元，分别恢复到2019年同期的93.63%和87.41%。

宁夏推出一系列暖心政策和惠民活动，全区公共图书馆、文化馆、博物馆等公共文化场馆免费对外开放；《宁夏自驾游护照》面向全国免费发放；推出“非遗过大年·文化进万家”视频直播系列活动以及线上文艺惠民“大礼包”互动活动。

宁夏各旅游景区也打造多种活动吸引游客。六盘山红军长征旅游区推出“下雪赏雪景·平日遇见晴”内部交通往返优惠措施。银川鸣翠湖国家湿地公园推出“新年赢好运，你消费，我买单”“绝美古风穿越打卡”“艺术牛拍照”“春节踏青放风筝”等活动，7天接待游客游客1.4万人次。（王涛）

强化示范引领 推动创新实践

（上接第1版）鼓励各地开发冰雪主题的乡村民宿产品，生产销售具有冰雪特色的文化和旅游创意产品。

李宇表示，各地应积极响应国家乡村振兴战略，推进乡村冰雪旅游发展，创新社区居民参与冰雪旅游产业发展模式，建立长效就业创业合作共赢发展机制；完善精品民宿、冰雪休闲娱乐等配套设施建设，繁荣当地经济发展；各冰雪旅游主题度假区、景区积极承担社会责任，提升社会信誉，构建良好的市场环境。

深挖消费潜力

以北京2022年冬奥会为契机，各地积极发挥冰雪赛事带动作用，以高水平冰雪赛事和群众性冰雪赛事活动，扩大冰雪赛事旅游参与人口。《行动计划》提出，深挖冰雪旅游消费潜力。培育消费理念，推动具备条件的旅游景区举办群众性特色冰雪体育活动，满足群众冰雪健身需求，引导人民群众养成参与冰雪运动的习惯。

在河北省张家口市崇礼区，冰雪体育活动已成为当地冰雪旅游发展的新引擎。全国滑雪场联盟“冰雪丝路杯”精英滑雪积分赛、2020首届南北十省市滑雪俱乐部精英赛、中国·崇礼冰雪越野跑赛事等冰雪体育赛事精彩上演，带热冰雪旅游市场。“我们一定抓紧做好相关工作，为办好北京2022年冬奥会和冬残奥会作贡献。”张家口市文化广电和旅游局副局长翟玉峰表示，该局坚持把推进冰雪旅游提档升级作为助力北京2022年冬奥会筹办、脱贫攻坚和“首都两区”建设的重要抓手，不断完善冰雪旅游基础设施，逐渐增强服务保障能力，持续提升冰雪旅游品牌影响力。

韩元军表示，各冰雪旅游景区要完善冰雪旅游设施，提高冰雪服务的标准化和个性化水平，不断提升冰雪主题度假区和景区的吸引力；注重品牌培育，将中国特色、地域风情等融入冰雪旅游品牌，形成世界级冰雪旅游品牌；注重冬夏两季，繁荣带动四季发展，打造四季旅游产品。

“我国东西南北自然条件、经济条件差异较大，但都具备发展冰雪旅游的潜力。传统冰雪旅游优势区是东北及新疆阿勒泰地区，但南方经济发达地区的室内冰雪场馆也可以成为驱动市场的新型发展模式。”张宪玉表示，具备发展冰雪旅游的度假区、景区要努力破解四季旅游发展难题，在规划、运营、管理、品牌、营销等方面找到适合四季冰雪旅游发展之路。

（采访组成员：赵腾泽 赵祎多 任英文 王凯东 白骅 执笔：赵腾泽）

乡村管家大姐们“美”起来

（上接第1版）

乡村是一个载体，民宿是一个入口，让城里人有回得去的故乡，让村里人有待得住的家园。渐渐地，孙培有了很多惊喜的发现。“有的大姐很羞怯，现在面对客人落落大方、热情周到；有的大姐在路边采一束野花来装扮餐桌，深受客人喜爱；有的大姐自家院子里的花椒树发芽了，特地为客人加餐一道美味的炸花椒芽。”

“工作”这个词被管家大姐们说出来，喜悦而有分量。周正平之前除了忙农活，只能打打零工贴补家用，有了这份工作，就意味着有了稳定收入。“走在路上腰杆都比之前直了，心里也踏实多了。女儿、儿子想念书，尽管念，我有能力好好培养他们。”

刚入职乡村管家的时候，村里有的人不理解。周正平说：“开始我们自己也有点不好意思，慢慢地，我感觉整个人的精气神都比以前好了。”孙培说，村里开大会的时候，并没有着装要求，但管家大姐们会特地穿上自己的工作服，“昂首挺胸，特别骄傲的那种感觉”。

乡村振兴的关键是人才振兴，民宿的发展离不开一线服务的管家。北京市延庆区文化和旅游局与北方民宿学院共同推进辖区内的乡村管家培训班，带动乡村民宿品质升级。

民宿管家这份工作，潜移默化地给家庭和乡村带来了变化。有个孩子在作文《我的妈妈》中写道：“妈妈自从做了民宿管家，我的家里比以前更干净了。”

孙培说：“我们就是要带着乡村管家认识美、发现美、运营美，让她们可以自信地成为美的缔造者。只有乡村管家大姐们先‘美’起来，乡村才能美起来，诗画田园般的乡村生活方式才能真正实现。”

编辑：赵腾泽 电话：010-85166112 E-mail：ztz@ctnews.cn