

2022年端午假期,一组亮眼的数据体现着吉林旅游市场正在复苏。

去年冬季,借冬奥之机,吉林冰雪展示“冰天雪地也是金山银山”的强大底蕴。

过去5年里,吉林旅游变大、变强,成长为“六新产业”之一,并将发展为万亿级产业。

吉林,正在将旅游业打造为支柱性产业,正在走出一条属于自己的文旅之路,这路径越来越清晰、越来越广阔。

我们将通过一系列深度文章,记录吉林文旅的成长轨迹,解读吉林文旅在创意营销、产业打造、文旅融合高质量发展等方面的实践和创新经验,概述“新旅游”的吉林路径。

疫去夏至,吉林旅游迎来一场“及时雨”



受疫情影响,人们旅游的意愿和旅游从业者的信心都有不同程度的变化。疫情之下,如何让旅游业恢复活力?这是摆在所有吉林文旅人面前的重大课题。

旅游业在“暂停”和“重启”模式中切换,暂停入境游,跨省游“熔断”,省内游的“静默”……3年来,疫情不仅考验着市场的承受力,更考验着政府部门的行动力。

政府注入活力 政策激活市场

2022年端午假期,是吉林省新一轮疫情后,全面启动文旅市场迎来的第一个小长假,作为一个时间节点,刚好能观察到吉林省文旅市场的状态。

先来看端午假期之前的数据,截至今年5月29日,全省旅游企业复工复产率为27.31%,其中A级旅游景区38.28%,A级乡村旅游经营单位22.11%,旅行社27.95%,星级(绿色)旅游饭店21.21%。

数据告诉我们,吉林文旅市场有待恢复。而在看得见的背后,吉林省文旅市场正在重

整旗鼓,蓄势待发。

在端午节当天,吉林省举办了“‘粽’情吉‘临’时”文旅市场启动仪式;假日期间,各地文化和旅游部门也推出了惠民举措,为恢复旅游市场活力增添了力量。随着一系列政策的出台和有效落实,旅游市场复苏。

据测算,整个端午假期,全省接待国内游客344.3万人次,恢复至2019年同期的94.98%;实现国内旅游收入32.2亿元,恢复至2019年同期的77.65%。

这一成绩的取得,得益于吉林省文化和旅游厅把握住市场复苏的关键时期,回应了人们积蓄已久的旅行渴望,成为提振行业信心、鼓励游客消费的“及时雨”。

“十八般武艺”为市场注入活力

随着疫情防控形势的向好,政府部门的引导在美好规划与现实困境的较量中显得尤为重要。

如何提振从业者的信心,把他们留在行业里;如何点燃消费者的热情,活跃旅游市场;如何分担企业运营成本,减少企业损失,帮助企业渡过难关……每一步都至关重要。

在5月30日举办的全省稳增长大会上,省文化和旅游厅

为了全面激活吉林省旅游市场,出台了18项政策和举措,力争从降低企业成本、解决企业困难、刺激消费、产品升级和项目复工这5个方面,解决旅游市场面临的困境。这基本上就涵盖了消费者、从业者、投资方各方面。

如何持续为旅游市场注入活力,这需要我们不断思考。

打造新场景 满足新需求

旅游对于很多人来说是“刚性需求”,只要还向往着诗和远方,人们就不会停下脚步。

根据现如今人们的需求层次和消费趋势的变化,旅游从简单的“走走看看”升级为社交需求和人生体验。这具体表现在对内容的求新求变、对产品的精益求精以及对文化内涵的深度考究。人们想要获得独特的旅游体验,想要在朋友圈展示健康的生活方式。谁能回应这样的需求,谁就能在旅游市场上占得先机。

而把握住这一潮流的吉林省,把旅游列为“六新产业”之一,“新旅游”已经成为吉林省未来经济发展的主攻方向,与农业、汽车等支柱性产业“并驾齐驱”。

在吉林省大力发展旅游的

背景下,吉林省文化和旅游厅提出与当下旅游潮流相契合的“新旅游、新文化、新生活”。

吉林省文化和旅游厅厅长杨安娣提出,“新旅游”新在产业定位、观念转变、动力转变、发展路径;新文化要突出文化引领、构筑文化高地、树立文化地标、打造文化窗口;创造新生活便是更高层次。

体验式旅游正在成为市场“流量密码”

在吉林省文化和旅游厅发布的2022年端午假期全省文化和旅游市场情况中提及,端午期间,居民出游以本地游、周边游等短途游为主,城市休闲、户外露营、乡村旅游、自驾游成为市场热点。

其中,露营成为“新潮流”,长春慢山里、天定山度假小镇,延边梦都美露营地,通化白鸡峰国家森林公园,梅河口露营地等地,更是“一篷难求”。

体验式旅游正在为市场“引流”。现在,一块露营地,一个农家院或者街角的一家书店,都可能成为旅游目的地。

而如何能让“新旅游”的焦点落在吉林,就要看能否在吉林元素中凝聚出新的文化旅游产

品,创造出新的生活,让四方游客获得独特体验。

或许未来的一段时间里,旅游项目将是“聚拢”与“破圈”并存。讲好吉林故事,将游客的脚步聚拢过来,让吉林省的文化标识“破圈”而出。

黑土地、长白山、红旗汽车、长影、粉雪……这些都是吉林的符号,只有将文化标识艺术化,将吉林文化地标化,才能创造更多价值,让世界倾听吉林声音。

讲好传统旅游产品的现代故事

过去,传统旅游产品时常与古老的故事相伴,而如今,我们或许可以转换思路,赋予传统旅游产品一个现代故事。给产品贴上文化和时尚标签,让消费者在体验中产生认同。

通过一个与时俱进的故事,赋予传统景区新的内涵,把过客变成常客,把流量变成存量,把观众变成粉丝,以获得持续的收益。

依托得天独厚的冰雪资源,借助冬奥会的良好契机,冰雪故事在吉林遍地开花。这就是一个“现代故事”。

今年1月至2月,吉林省冰雪旅游人次和收入远远高于行业平均水平,4大滑雪度假区

提前6周超越2018-2019雪季总收入。

而这样的好故事,不仅在冬天讲,还要在夏天讲。四季分明的吉林,正是避暑休闲的好去处。

吉林夏天的滑雪场,除掉一身洁白冬装,换得一身绿意盎然。轻风拂来,酷暑消退。除了避暑,还有休闲与冒险。营地训练、户外拓展、星空露营、山地骑行、野战CS、激流探险……夏天的滑雪场,同样焕发勃勃生机。

这就是“新旅游”的魅力,点燃人们的热情与激情,去追寻自己向往的美好生活。无论是冰天雪地还是绿水青山,吉林省努力将山水资源变为金山银山。

旅行的脚步,继续前行,人们只会被那些更美好的风景所吸引。如何打造更美好的风景,正是吉林旅游行业通向未来的“密码”。

(牛角)



中国旅游报社 “旅游乡镇”品牌传播协同发展计划

一、背景目的

近日,文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行联合印发的《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》明确,地方各级文化和旅游、教育、自然资源、农业农村、乡村振兴部门和地方各级文化和旅游、教育、自然资源、农业农村、乡村振兴等部门和机构要根据本地区实际情况,加强部门协同,协调各方力量,统筹各类资源,加大支持力度,扎实推进文化产业赋能乡村振兴工作。文化和旅游部会同相关部门遴选一批文化产业赋能乡村振兴试点县(市、区),充分发挥县域统筹规划、资源配置作用,探索体制机制创新,总结经验做法,形成可复制、可推广的典型示范。

为进一步贯彻落实相关部署要求,充分发挥中国旅游报社内容生产和传播优势,以及活动策划组织、产业扶持、智库支持、产研共促的专业平台作用,帮助各地乡镇总结旅

游发展成果和经验、立体宣传、全面提升品牌影响力,不断向“旅游名镇”迈进,助力乡村振兴,中国旅游报社拟推出“旅游乡镇”品牌传播协同发展计划。

二、具体内容

(一)乡村成果展示。在《中国旅游报》“乡村周末”“乡村旅游”等相关版面、中国旅游新闻网、中国红色旅游网、长城国家文化公园官网等全媒体平台刊发各地乡镇文化和旅游资源、乡村旅游发展成果等内容,立体宣传、深度推广。

(二)典型案例宣传。关注各地乡镇旅游高质量发展中的典型经验、做法、亮点、先进人物事迹等,总结模式,树立样板进行宣传,供行业学习交流。

(三)品牌活动传播。围绕行业热点、重点工作共同策划组织相关论坛、主题培训班、座谈会、“美丽中国行采风活动”等,邀请

文化和旅游主管部门领导、行业嘉宾及主流媒体参加,助力乡镇旅游美誉度提升、品牌影响力传播。

(四)智库专家支持。根据各地乡镇旅游工作需要、实际情况,邀请全国知名文旅专家前往调研,为乡镇进一步发展建言献策、提供智力支持。

(五)资源对接扶持。邀请全国、地方各大旅游集团、企业及机构前往乡镇调研,搭建投融资交流平台,拓宽乡镇发展思路及渠道。

(六)产研共促提升。订阅《中国旅游报》,助力各乡镇深入学习行业新政策、法规等信息,全面了解文化和旅游发展前沿信息,系统提升乡镇旅游知识体系,助力乡村健康可持续发展。

三、合作机制

全国各地乡镇与中国旅游报社建立紧密

合作机制,指定人员进行对接,为推进“协同发展计划”提供必要支持。

四、执行时间

2022年—2025年

中国旅游报社
2022年6月1日



扫描二维码下载报名表