

创享“醉美吉乡”

——从吉林文旅创享者采风看乡村旅游新变化

走出城市喧嚣,回归自然,沉醉乡野。如今,乡村旅游是很多人休闲度假的方式之一,越来越多的游客不再满足于住农家乐、吃农家菜的玩法,而追求在山野田园中放松身心、感知文化的新体验。

近年来,吉林省大力推动乡村旅游发展,以“十百千万工程”为抓手,在乡村旅游发展路径、方法、模式、效益上做好文章、下好功夫,展现出以十大乡村旅游精品村为代表的强劲发展势头。

近日,吉林省文化和旅游厅举办“醉美吉乡”文旅创享者采风活动,深入探索乡村旅游资源和特色产品,发挥本地新媒体达人的力量,在一草一木、一砖一瓦间释放“醉美吉乡”的独特魅力,活跃乡村旅游市场。

分享

乡村旅游新玩法

此次采风是吉林省第一次以乡村旅游为主题举办的采风活动,来自省内的媒体代表和优质文旅内容达人略显兴奋,近在身边的乡村旅游早已从“农家乐”升级为乡村度假休闲,可以沉浸在乡村旅游目的地里。

在龙井良田百世运动假日度假区,智慧农业、运动休闲、乡村度假相融合,不仅环境优美,还能与小羊、羊驼亲密互动;在琵岩山文化旅游区,挑战各式各样的网红项目;在西夹荒生态旅游度假区,各具特色的民俗小院错落有致,穿上美服、摇着团扇融入宛如仙境的风光之中;在爱仁生态康养小镇,住在树林里的独栋木屋,推窗可见原生态美景,体验畅快“森”呼吸……“创享者”用心把镜头和感知的触角伸向文旅体验的前端。

在钱湾村,望着依山势而建的“果·宿”露营地,采风团成员不由得发出赞叹之声。“美食姐姐(139)”在拍摄之余,也“种草”了钱湾村民宿,“通化钱湾村结满果实的果树、修剪整齐的草坪、依山而建的小木屋、复古的

民宿令人心醉,希望一年四季都可以到不同的民宿来休闲度假。”

此次采风历时两周,涉足10个县区19个乡村旅游经营单位。通过“创享者”的文字和镜头,累计发稿158篇,累计阅读量110万次,互动量1.2万人次,让网友们看到了更多乡村的美好。

见证

乡村旅游新成果

如何推动乡村旅游高质量发展,是成员们此次采风前的疑问。带着问题出发,他们通过各自不同视角去探寻乡村旅游资源,与当地乡村旅游经营单位负责人、居民和游客面对面交流,感知发展变化,展现乡村旅游对提升农民经济收入和满足游客出游需求发挥的重要作用,从生态宜居、富村富民、产业发展等不同角度,重点展示乡村旅游发展新面貌。

高空滑索、丛林穿越、游船赏景、户外戏水;玩累了,在傍水的亭子里享用一顿铁锅炖鱼……在敦化市雁鸣湖镇大山村的雁鸣湖农

光。“我们这里交通便利,紧靠201国道和鹤大高速,是长白山—镜泊湖旅游线上很受游客欢迎的中转站。”景区负责人唐凤伟表示,旅游业的发展带动村民纷纷开起农家乐、民宿。农闲时,村民还能在景区打工。

不同于大山村的户外游乐体验,雁鸣湖畔的小山村,更适合慢节奏的康养度假。依托雁鸣湖渔港、雁鸣湖休闲谷两处景点,小山村的乡村旅游稳步发展,吸引了众多省内外游客。通过合作社入股分红、在景区务工、销售农特产品等方式,村里几乎家家户户都吃上了“旅游饭”,增加了收入。

这些只是乡村旅游发展的一处处缩影。在吉林省,乡村旅游的发展呈现着新面貌,乡村振兴的多彩画卷正徐徐展开。“西纱窗下”感叹:“没想到乡村游这张旧船票,还能让我们坐上与时俱进的大客船,感受到‘乡村游’正在乘风破浪、勇往直前。”

引领

新媒体营销新技能

为适应新形势下媒体传播格局的巨大变化,吉林省文化和旅游厅全力推动“互联网+

文旅”的新型营销模式。今年以来,依托“悠游吉林”新媒体矩阵,持续加大乡村旅游宣传:微信公众号“一路乡吉”专栏、抖音号“醉美吉乡dou来拍”话题、微博“醉美吉乡”话题等,带动省内“创享者”同频发声,形成了矩阵式强传播效果。截至目前,各新媒体平台累计阅读量5413.2万人次。网友们通过文字、图片和视频等多种方式,种草这种亲近自然、放松身心、休闲舒适的旅游方式。

本次采风还特别邀请了部分抖音本地生活达人,区别于形象产品宣传,他们以实际销售为导向,通过视频的内容呈现带动粉丝消费下单。在采风过程中,他们带动乡村旅游经营单位尝试直播带货、团购链接等营销手段,对景区门票、酒店住宿、文创产品等进行销售,努力促使消费者完成从短视频被“种草”,到直播间或链接“下单”,再到游玩中自发“分享”的良性循环。

吉林省文化和旅游厅相关负责人表示,未来将持续加大乡村旅游宣传力度,通过不同形式的采风、新媒体营销业务培训等方式,充分发挥新媒体“创享者”优势,加强文旅领域优质内容的引导,助力吉林省乡村旅游高质量发展。(雪美)

中国旅游报
CHINA TOURISM NEWS

撸起袖子 共克时艰

文旅行业纾困惠企
提振信心共同发展

中国旅游新闻APP