

以青山之名,用绿水做媒,共赴一场美景之约,共结一生九寨之情。近日,以“畅游童话九寨·感受生态魅力”为主题的九寨沟首届国际生态旅游季开幕式活动在四川九寨沟举办。

本次活动由四川省九寨沟县委、县政府,九寨沟风景名胜区管理局,大九寨旅游集团公司主办,旨在通过歌舞表演的形式展示九寨沟县传统文化和民俗风情,展现九寨沟县生态文明建设、文旅融合发展成效。

四大篇章推陈出新

“正月里采花无咿花采,二月间采花哟正开,三月里桃花红哟似火,四月间葡萄架哟上开……”活动在千人琵琶弹唱《采花》中正式开场。开幕式由“序”“尾”以及四个篇章组成,将九寨沟县域传统民俗文化融入仪式情景之中,与观众展开互动演绎。其中,《文明九寨·共创佳话》将传统民俗文化融入新创的仪式情境之中;《幸福九寨·携手安康》则以情景表演等形式,展现九寨沟民众共同推进乡村振兴、共赴美好未来;《天下九寨·生态画卷》则以全新创编的

现代化情景舞蹈,展现九寨沟非遗;《多彩九寨·团结花开》则以群舞表演,彰显九寨沟县各民族团结奋进的美好画卷。

“这种沉浸式会场互动体验的形式很新颖、很特别,虽然坐在台下,但全程都有参与感,现在我就想马上去景区打卡。”演出结束后,特地来到九寨沟县观看此次表演的张女士说。

系列演出有声有色

为了更好地展现九寨沟县旅游业发展成果,开幕式现场以多种表演形式呈现,充满活力。此次表演是由全县12个乡镇群众、学校师生、《九寨千古情》演员等组成的一台体现九寨民俗文化的文艺演出,是一场融合音乐剧、服饰秀、器乐演奏、舞蹈、表演唱等艺术门类的综合文艺演出,配合现代高科技的

绿色崛起 歌舞表达

2023 九寨沟首届国际生态旅游季开幕



畅游九寨童话世界

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县漳扎镇,因九个藏族

村寨而得名,被联合国教科文组织列为世界自然遗产。该景区以“九寨六绝”——翠湖、叠瀑、彩林、雪峰、藏情、蓝冰而闻名,因其美丽的风景而

我们的时代和产品

王笑宇博士在《谁在旅游 谁在创新》一书中研究的核心问题是旅游产品创新。旅游产品为何创新、为谁创新,朝什么方向创新、怎么实现创新?围绕这个问题链,作者从大处着眼,在难处用心,从案例中追寻,层层深入,步步递进,应答自洽,形成闭环体系。

本书写作缘起于对这些年旅游产品发展模式的思考。这些年的旅游产品不是没有创新,从产品形态到商业模式充满了创造,各种融合是创新,旅游小镇是创新,旅游综合体是创新。但是,所有旅游创新产品的背后都有一个逻辑,就是“资本要素的创新”。资本要素驱动的产品创新,与旅游需求自然成长驱动的产品创新,在一些方面是矛盾的。作者的书述是“现阶段产品和需求的错配”。

追寻问题的出发点和立足点,作者深入地研究了“谁在旅游”的“谁”,依据“时代和产品”的大逻辑,提出中产阶层是现在旅游需求的主导力量,是未来旅游的主体,适配的旅游产品应该具有多样、分层、精细、精致、体验、符号、身份等要素。这些需求是未有的丰富,又是未有的复杂精微,在当下旅游产品被“资本要素”所塑造的运行逻辑中无法被满足,甚至被忽略。旅游产品要怎么适应时代,怎么转换动能,怎么回到人的旅游需求这个出发点,回到旅游产品的人本人性人文特征?只能是探索。旅游产品创新,既要满足社会新需求,还要在现有的资本条件下能够生存。

本书并没有先从逻辑上推导出这个“适配”的途径,“途径尽从实践寻”。作者以一个产业研究者角度,

“躬身入局”,深入企业,去寻找典型项目的内在成因。看得出,本书作者在案例部分投入了较多的心力,多方面多维度观察研究项目实现的全过程,得出了“旅游产品系列创新”的若干具体结论。这个结论包括了知识要素创新、整合资源创新、技术创新、管理运维创新 and 企业家创新等方面,其中也包括资本要素的创新。没有谁主谁从,每个项目不同,遇见什么问题解决什么问题,这是企业实践的真实情景。作者通过还原产品创造过程,揭示了打造者们“以升级的旅游需求为引导,创造出中产阶层想要的符号产品”的愿景和追求。作者的基本看法是,与时代需求相适配的旅游产品,就是一个系列创新的过程。对作者的努力,我也得出一个看法:只要跟进实践,那么对于旅游产品创新的研究就不会封闭,答案将是继续

开放的。

《谁在旅游 谁在创新》成稿于旅游业仍受困扰的2022年年底。一个剧烈变化的时代,一个受到影响的环境,一个深刻转型的行业,数个变量的叠加,使市场前景充满不确定性。疫情三年,被冲击的旅游市场中,所有对旅游走势的分析研究都被检验了一遍,披沙拣金。本书的主要观点怎么接受这个检验,值得关注关心。

疫情发生以来,“居民收入下降”“消费信心减弱”“旅游需求的蛰伏”是绕不过去的现实。我积极赞同作者的认知方式,“抽身出局”,在历史方位上看问题。本书从社会发展阶段和“谁”的关系着眼,看疫情以后的中期、长期。不管怎么波折,“谁”的成长成熟趋势是确定的。越是前路坎坷,越要方向明确,把握哪

些是可以依赖的确定因素。研究旅游产业时间比较长的人,对“趋势”有深切的体会:开始提出发展国内旅游的时候,中国人均GDP才300美元左右,2000年中国人均GDP明显上升,国内旅游需求和出境旅游需求先后显著增长,社会真切认识“需求革命”,文旅产业真切理解“发展阶段就是机遇”。

作者的研究正是建立在“发展阶段”的坚实基础。今天的文旅产业,“中产阶层主流化是成长机遇”,“精神文化需求强化、刚性化,是结构性机遇”,中产阶层进程向好、需求向好,旅游产品向好不向好、适应不适应,更多取决于我们的适应能力、变革能力和创新能力。在困难中,研究旅游产品的创新问题,很有现实意义。

(杜一力)

用精品文化活动提升营销效果 巩固“世界的可可托海”品牌

6月20日,一场别开生面的舞蹈比赛在新疆可可托海景区白桦林举办。这是首届“可可托海杯”文化交流大赛的现场,来自重庆的11支队伍共计256名中老年群众参加了此次大赛。他们身着色彩艳丽的传统服饰,动作整齐、精神饱满地为来自全国各地的游客表演了《刀郎舞》《北京的火车新疆开》《男子汉》《可可托海的牧羊人》等舞曲,赢得了阵阵喝彩。

“我们重庆人来到可可托海跳新疆舞,表明了我们新疆的热爱。”中国生命关怀协会艺术团重庆艺术中心负责人王玉玲说,一个月之前艺术团就开始精心筹备,所有的参赛队伍都是经过层层选拔,最终选出11支参赛队,他们都是出类拔萃的中老年艺术人才。“可可托海杯”文化交流大赛,是一场水平比

较高的中老年人舞蹈比赛。

首届“可可托海杯”文化交流大赛是由国家5A级旅游景区可可托海等单位主办。新疆远方旅游有限公司常务副总经理、可可托海景区总经理耿欣介绍,该公司将吸引更多的品牌活动到景区举办,以品牌活动为引领,以5A景区为载体,打造“世界的可可托海”品牌。近年来,为深度挖掘“在地文化”,可可托海景区投入1000余万元,打造了“可可托海牧羊人家访”“恰秀盛宴”“可可托海非遗文化集市”“新疆文化和旅游爱心工程”“可可托海文化艺术交流大赛”等主题文化活动和特色文化体验项目,并且推出了爱在可可托海红色文化二日游、“原始的魅力 自然的语言世界的可可托海”“自然教育+地质科

普”二日游、“探秘宝石沟”宝石文化体验二日游、“功勋文化长精神”三日游、“人类滑雪起源地 冰雪运动新文化”七日游等10余条颇具特色的精品文化旅游线路。

耿欣说,文化需要传承,也需要传播,还要具有社交属性。通过各类文化活动、文旅体验服务的持续推动,有利于夯实可可托海景区从传统旅游景区向新型旅游社区转型的基础。在进一步把新疆特色文化基因在传承的基础上,与旅游、体育、教育、农业、工业等产业进行深度融合式传播,能够有力唤醒“牧羊人”文化产业要素,激活“世界的可可托海”品牌,促进文化和旅游价值社区建设。

“文化营销活动作为旅游景区营销工作的重要工作,从策划到组织,

从文案到现场,必须树立精品意识和品牌理念,这样才能实现以文化人、以文润疆的根本目标。新疆是文化多样性鲜明的地域,通过举办精品主题文化活动,既可以让新疆文化走出去,又可以让更多的文化走进来,在来来往往中实现相互滋养、相互润泽,推动新疆文化和旅游产业链在深度融合中更有质量的发展。”耿欣说。

今年,可可托海景区以“活动营销突破年”为抓手,还将陆续推出更多的精品文化和旅游系列活动,持续打响和巩固“世界的可可托海”品牌,通过活动营销让可可托海“牧羊人”的“致富歌”响彻大江南北,为文化润疆工程和旅游兴疆战略提供更多的鲜活案例和生动实践。

(王超 郑文涛)

新疆天山天池获“国家级文明旅游示范单位”授牌

在近日举办的2023年新疆维吾尔自治区旅游发展大会暨“新疆是个好地方”旅游推介会上,昌吉回族自治州天山天池景区等5家单位获“国家级文明旅游示范单位”授牌。

天山天池景区坐落于新疆昌吉回族自治州阜康市境内,距乌鲁木齐市68公里,总面积548平方公里,含八大景区、15个景群、38个景点,是国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家地质公园、国家森林公园、国家水利风景区,获评“中国人居环境范例奖”“中国智慧旅游创新示范景区”等,“西王母神话”被列入第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

近年来,天山天池景区在广泛宣传文明旅游、倡导文明出行、共建文明景区的同时,全力推进文明旅游在景区全面开花。今年4月,由中央文明办、文化和旅游部、新疆维吾尔自

治区政府共同主办的2023年“文明旅游 你我同行”系列宣传活动在天山天池景区启动。

新疆天池管委会相关负责人表示,天山天池将再接再厉,继续推进“微笑天池”行动,全面宣传文明旅游,推进景区内企业放大文明旅游成果,加大对自由行游客、自驾游客和旅行社团队游客的文明安全提示,积极构建天山天池景区文明旅游新格局。

此外,天山天池景区还聚焦游客诉求,与阜康市公安局联动,将优化营商环境、深化“放管服”改革等工作融入景区治安治理中,让民警就在游客身边,以高水平安全保障护航高质量旅游发展,全力打造服务优、游客满意的平安旅游景区。

获得此次“国家级文明旅游示范单位”授牌的单位还有喀纳斯、那拉提、赛里木湖景区和三五九旅屯垦纪念馆。

(王超)

新疆尉犁县达西村:旅游火了,直播热闹了

6月的新疆尉犁县兴平镇达西村,游人有点多,村里的风情街上每日都是热闹到半夜才渐趋安静。这里集美食、非遗展销、歌舞表演、直播带货等于一体,夜经济十分火爆,不仅成为县城人民的休闲地,也是游客热衷的打卡地。

达西村位于尉犁县城城西郊,曾经遍地盐碱地、人烟稀少。近年来,在县、镇、村三级党委的带领下,达西村村民用勤劳的双手让村容村貌、村民生活发生了翻天覆地的变化,如今的达西村已经成为国家3A级旅游景区。

傍晚时分,位于达西村风情街北入口处的汤饭店,8名店员身着传统服饰跳起了“做饭舞”,该舞蹈取材于尉犁县民间传统生活方式,表现了罗布人浓郁的生活气息。

“从前我根本没想过在风情街里做生意,直到村里组织我们学习特色美食制作和摊位经营的知识,我和姐妹们在商业街开了一个达西汤饭店的摊位,自今年5月以来,我们每天最少都能赚到一千多元。”达西村特色汤饭店老板娘海力其古丽说。

如今,罗布淖尔“做饭舞”和罗布淖尔民歌、罗布淖尔狮子舞等一样,都成为当地的非物质文化遗产并被收入各级非遗项目名录。

“一个木碗15元,一个卡盆45元。”在风情街上制作卡盆、木雕等手工艺品的买买提·艾莎不慌不忙地给两位游客介绍着自己的产品。他介绍,胡杨木可以制作很多物件,如笔筒、雕刻、果盘等。“手工艺品卡盆是尉犁县特有的物件,是值得游客带走

留念的,这个东西可以放水果,可以用来和面,非常实用。”

旅游火了,带动了达西村乃至尉犁县的直播产业。达西村风情街南侧入口的右侧是一座二层楼的直播基地。刘元杰是一位拥有2000多万粉丝的主播,他通过“疆域阿里木”直播带货,专卖新疆土特产,今年的销售量已经突破4000万元。

“我来尉犁县两年多了,当时听说达西村要建乡村振兴直播基地,这与我的梦想非常契合,农产品中很多是游客喜欢的产品,比如罗布人烤羊、罗布麻产品等。今年,我带领我的30多个小伙伴们一起做直播,让达西村乃至尉犁县的旅游商品卖到全国各地。”刘元杰说。

达西村村民孟静静也在这里开了

店,卖起了尉犁礼物。两年来,孟静静通过自己申请的抖音号,年售货10余万元。“经过两年来的运作,我也有近万粉丝。尉犁礼物包括非遗工艺品、土特产品等,利用抖音在线上与线下销售,我的产品卖到了全国各地。”孟静静说。

达西村党委委员、红旗党支部书记古力帕尔力·克衣木介绍:“达西村风情街已经成为展示尉犁县旅游产品的窗口。我们这个市场是2019年开始经营,今年以来吸引了100多户商户入驻。近几年,每到5月到10月的旅游黄金季,商业街的生意都很好,商业街上售卖的尉犁特产,比如优质棉花、香梨膏、尉犁小油馍、罗布麻产品,越来越受到游客的喜爱,已逐渐形成完善的产业链,并且走出尉犁,为更多的人所熟悉。”

(王超)

新疆乌鲁木齐推出六大主题旅游产品

近日,新疆乌鲁木齐市文化和旅游局(市文物局)面向社会推出丝路文化之旅、音乐歌舞之旅、食尚美味之旅、乡村休闲之旅、欢乐亲子之旅、登山赏花之旅六大主题旅游产品,涉及12条特色线路。

丝路文化之旅主打的是让游客了解历史,认识乌鲁木齐。该产品涉及两条线路,一条为新疆维吾尔自治区博物馆、新疆维吾尔自治区科技馆、新疆古生态园、乌鲁木齐市僮文产业园、中国工农红军西路军总支队纪念馆等景区(点)。另一条是亚洲大陆地理中心、达坂城白水洞古镇、乌鲁木齐市博物馆、大巴扎步行街、毛泽民故居、八路军驻新疆办事处旧址等景区(点)。该产品既有展现历史文化的博物馆等,也有感受红

色旅游的故居、旧址等,还有展示美食、民俗等多种旅游资源和产品的特色景区。

欢乐亲子之旅依托天山野生动物园、阿嘎龙幻想乐园、乌鲁木齐海洋馆、维斯特温泉度假酒店、白云露营基地等,推出了2条亲子童趣线路。食尚美味之旅将米东区贡米巷美食街区、南湖创造美食园区、乌鲁木齐市魔界文化旅游园、闲来小镇文化街区、丑马一号文创园等美食街区融入两条线路中。乡村休闲之旅推出了亲近自然的特色产品,包括乡村采摘、农家乐美食、民宿住宿等。登山赏花之旅方面融入了红山公园、水磨沟风景区、天山大峡谷等景区(点),同样也是设计了2条线路,让游客享受一场吸氧润肺之旅。

(王超)